



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO

***LA INDUSTRIA MUSICAL SURCOREANA (KPOP) COMO
REFERENCIA PARA LA ELABORACIÓN DE UN MANUAL DIGITAL
PARA CLASES DE MEDIOS AUDIOVISUALES E HIPERMEDIA***

TESIS

Para obtener el título de:
Licenciada en Diseño y Comunicación Visual

PRESENTA:
DORIS ALESSANDRA TORAL MARTÍNEZ

DIRECTOR:
MARIO ANTONIO BARRO HERNÁNDEZ

XOCHIMILCO, CIUDAD DE MÉXICO, 2024



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central

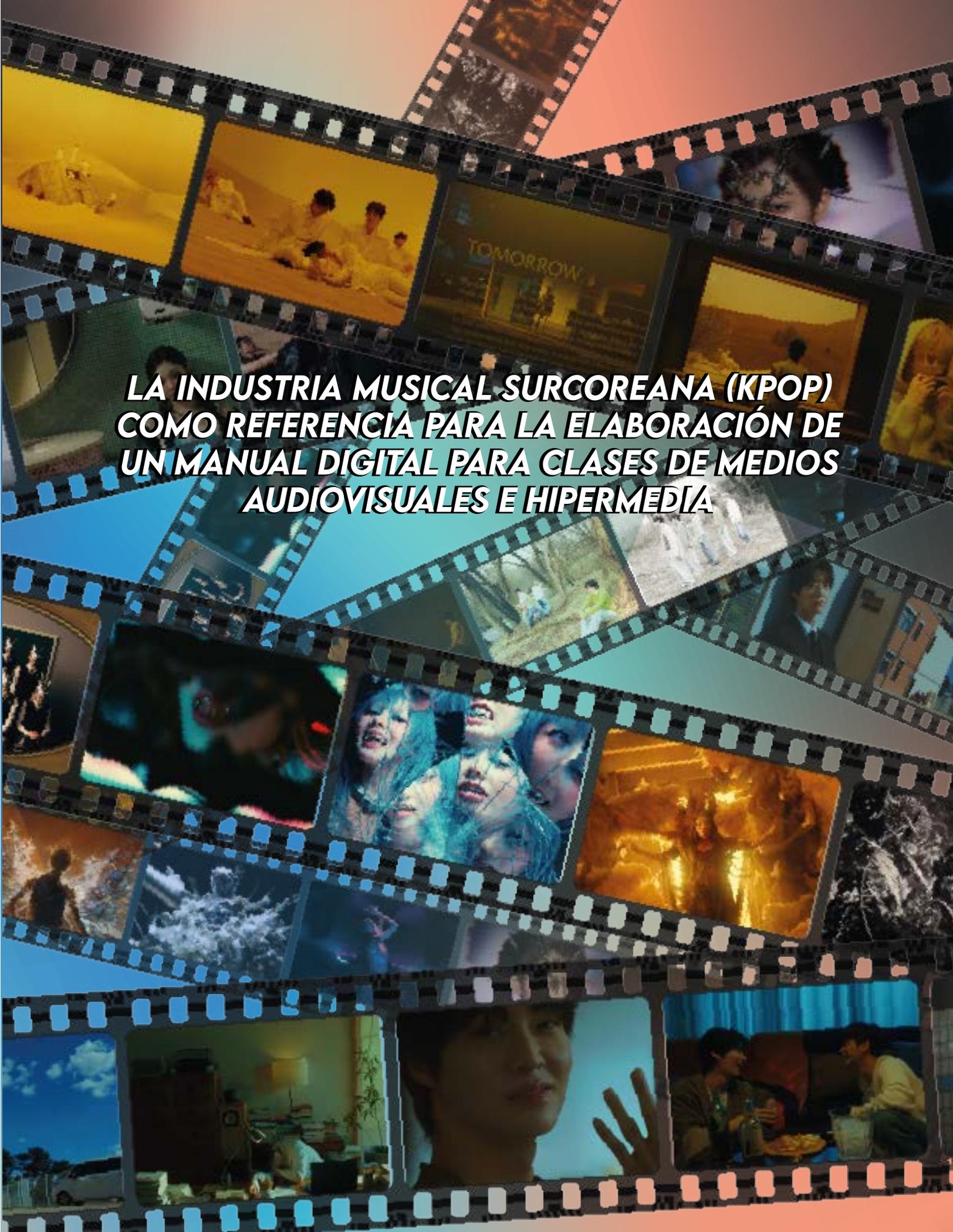


UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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



**LA INDUSTRIA MUSICAL SURCOREANA (KPOP)
COMO REFERENCIA PARA LA ELABORACIÓN DE
UN MANUAL DÍGITAL PARA CLASES DE MEDIOS
AUDIOVISUALES E HIPERMEDIA**

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a mi director de tesis, el Dr. Mario Antonio Barro Hernández. Su experiencia, paciencia, interés y dedicación han tenido un fuerte impacto en esta investigación, así como en mi camino universitario y profesional. Su pasión hacia la enseñanza y esta área de conocimiento se han traducido en una gran fuente de inspiración y motivación, los cuales me han llevado a poder concluir de manera exitosa esta investigación, así como este capítulo de mi vida.

Gracias a mis compañeros de aula y a los equipos con quienes trabajé codo a codo durante mi estadía en la facultad, quienes me enseñaron a través de sus propias experiencias, su pasión y amor por esta carrera.

Gracias a mi madre y mi tía, sin ellas nada de esto sería posible, agradezco infinitamente el apoyo que me han brindado durante todas las etapas de mi vida, especialmente durante el proceso de esta investigación.

뜻이 있는 곳에 길이 있다

“Donde hay voluntad, hay posibilidad”

Proverbio coreano

ÍNDICE

PRÓLOGO	03
INTRODUCCIÓN	07

01 **CARACTERIZACIÓN DEL K-POP** **11**

01.1. HISTORIA Y ANTECEDENTES DEL K-POP	13
01.2. ELEMENTOS VISUALES Y ESTILÍSTICOS DEL K-POP	16
01.2.1. DISEÑO DE VESTUARIO	16
01.2.2. DISEÑO DE ESCENOGRAFÍA.....	20
01.2.3. COREOGRAFÍAS Y REPRESENTACIONES VISUALES	21
01.3. PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN EL K-POP.....	25
01.3.1. VIDEOCLIPS Y PRESENTACIONES EN VIVO.....	25
01.3.2. INNOVACIONES DEL K-POP	31
01.3.3. TENDENCIAS ACTUALES	33
01.4. ESTRATEGIAS HIPERMEDIA EN LA INDUSTRIA DEL K-POP.....	34
01.4.1. INTEGRACIÓN DE MEDIOS Y PLATAFORMAS.....	35

02 **ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DEL K-POP** **38**

02.1. BRANDING Y CONSTRUCCIÓN DE IMAGEN	40
02.1.1. NARRATIVAS Y CONCEPTOS EN CAMPAÑAS PROMOCIONALES	41
02.2. ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL	43
02.2.1. PROMOCIÓN EN REDES SOCIALES Y PLATAFORMAS DIGITALES	43
02.2.2. COLABORACIONES Y ALIANZAS ESTRATÉGICAS	45
02.3. COMPROMISO Y COMUNIDADES EN LÍNEA	46
02.3.1. INTERACCIÓN CON FANÁTICOS Y CREACIÓN DE CONTENIDO EXCLUSIVOVO	47
02.3.2. FAN MEETINGS, CONCIERTOS VIRTUALES Y OTRAS INICIATIVAS	48
02.3.3. RECEPCIÓN Y EFECTO EN LOS FANS A TRAVÉS DE REDES SOCIALES Y OFFLINE.....	50

03 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DEL K-POP 53

03.1. SELECCIÓN DE PROYECTOS	54
03.2. DESARROLLO DE GUIÓN	57
03.3. PREPRODUCCIÓN.....	60
03.4. PRODUCCIÓN	63
03.5. POSTPRODUCCIÓN	66
03.6. EXHIBICIÓN	69
03.7. VALORACIÓN	71
03.8. CUESTIONARIO DE CONOCIMIENTOS GENERALES	74

CONCLUSIONES 77

FUENTES CONSULTADAS 79

ANEXOS

ANEXO 01: PROGRAMA DE LA ASIGNATURA LABORATORIO DE INVESTIGACIÓN-PRODUCCIÓN EN MEDIOS AUDIOVISUALES E HIPERMEDIA II DE LA FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO DE LA UNAM	83
ANEXO 02: ANÁLISIS REALIZADO SOBRE LA OBRA DE LA AGRUPACIÓN TOMORROW X TOGETHER.....	88
ANEXO 03: ANÁLISIS DE LA OBRA DE LA AGRUPACIÓN BTS	124
ANEXO 04: GLOSARIO.....	150

PRÓLOGO

En el desarrollo de esta tesis se aborda la integración de estrategias hipermedia en la industria del K-pop, con el propósito de analizar sus implicaciones tanto comunicativas como narrativas en el contexto del diseño y la comunicación visual. El enfoque adoptado en la estructuración del contenido tiene una intención didáctica clara: los primeros capítulos sientan una base conceptual necesaria para comprender la naturaleza y el impacto de las estrategias hipermedia, antes de entrar en el análisis específico de su aplicación en el K-pop. Este orden responde a una lógica de exposición académica y a un enfoque pedagógico fundamentado en teorías de la educación crítica, como la de Paulo Freire en *Pedagogía del oprimido* (1970), quien sostiene que el aprendizaje debe ser contextual y gradual para que el conocimiento se construya de manera significativa; asimismo propone no solo el desarrollo de contenidos de interés para los estudiantes, definidos por Freire como *temas generadores*, así como también el fomento de un análisis profundo que les permita cuestionar lo que consumen y desarrollar habilidades críticas y creativas. En este marco, la industria del K-pop se presenta como un tema central de estudio, analizado desde una perspectiva crítica y diseñística. A través de un enfoque que trasciende el mero entretenimiento, se pretende comprender los factores detrás de su popularidad global, explorar sus estrategias estéticas y comerciales, y detectar áreas de oportunidad que puedan enriquecer los futuros trabajos de los profesionales del diseño y la comunicación visual.

La selección del K-pop como objeto de estudio no es arbitraria, sino que está alineada con principios pedagógicos y la práctica docente en el contexto institucional de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). La libertad de cátedra

en la UNAM está formalmente recogida en el *Marco Institucional de Docencia* de la UNAM, publicado en la Gaceta UNAM el 2 de octubre de 2003. En la página 22 de dicho documento, se establece que "*La tarea docente de la UNAM es consustancial al principio de libertad de cátedra, según el cual maestros y alumnos tienen derecho a expresar sus opiniones, sin restricción alguna, salvo el respeto y tolerancia que deben privar entre los universitarios en la discusión de sus ideas.*" Este principio asegura la libre expresión de ideas en el ámbito académico y faculta a los profesores para seleccionar los temas y productos que consideren más adecuados para la enseñanza de los contenidos de sus asignaturas, con el objetivo de proporcionar a los estudiantes una formación relevante, contextualizada y que responda a las demandas actuales del entorno cultural y profesional.

En el contexto de la Facultad de Artes y Diseño, la libertad de cátedra adquiere una importancia aún mayor, pues la enseñanza en áreas como el diseño, los medios audiovisuales y la comunicación visual requiere de la incorporación de ejemplos contemporáneos y culturalmente significativos para ilustrar de manera sustantiva los conceptos teóricos. Con base en autores como Enrique Dussel, se plantea una crítica a la educación actual desde una perspectiva cultural, proponiendo una formación que permita a los educandos convertirse en inventores capaces de moldear su realidad social. En este sentido, la tesis también sugiere la necesidad de una reforma educativa que descolonice los contenidos, cuestionando el eurocentrismo y apelando al reconocimiento de la diversidad cultural latinoamericana y, en especial, al intercambio entre Asia, más específicamente Corea del Sur y Latinoamérica. En línea con la teoría crítica de

Theodor Adorno y la teoría de la acción comunicativa, se plantea un cuestionamiento a la estandarización impuesta por las industrias culturales dominantes, como Hollywood, y se promueve la democratización del pensamiento crítico en los medios audiovisuales. La elección de temas como el K-pop para analizar estrategias

La selección del K-pop como objeto de estudio no es arbitraria, sino que está alineada con principios pedagógicos y la práctica docente en el contexto institucional de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). La libertad de cátedra de comunicación y narrativas hipermedia se justifica bajo este principio, ya que ofrece un caso de estudio actual y dinámico que relevante en términos culturales, económico y social, dada la influencia creciente del K-pop en México y sus conexiones con la industria global del entretenimiento.

Este enfoque permite que los productos elegidos libremente por el profesor, como en este caso el K-pop, sirvan para dotar de sustancia los contenidos de las actividades propuestas. Al utilizar fenómenos contemporáneos, se facilita la conexión entre la teoría y la práctica, logrando que los estudiantes se involucren de manera más activa en el proceso de aprendizaje. Además, se fomenta un espacio donde tanto maestros como alumnos pueden discutir y analizar críticamente temas de actualidad, ejercitando la libertad de pensamiento en un ambiente de respeto y tolerancia, tal y como lo estipula el Marco Institucional de Docencia. Esto enriquece la experiencia educativa y prepara a los estudiantes para enfrentar los desafíos de un mundo profesional en constante cambio, donde la capacidad de adaptarse a nuevos contextos y de utilizar herramientas conceptuales aplicables a diversas situaciones es fundamental.

La importancia del K-pop como tema de investigación se sustenta en su popularidad y en su impacto cultural y económico en México. Este interés ha sido demostrado por la realización de eventos académicos y culturales dentro de la UNAM, como el *1er Encuentro K-pop* que tuvo lugar en la Facultad de Artes y Diseño el 29 de mayo de 2024. Además, el contexto de la relación comercial entre Corea del Sur y México, que representa más del 50% de las relaciones comerciales de Corea con América Latina, según datos del Embajador de la República de Corea en México, Tae-hwan Huh, subraya la relevancia de la cultura coreana en el país, especialmente en sectores como el entretenimiento, la moda y la cosmética. Estos datos justifican la elección del K-pop como tema relevante y destacan la necesidad de integrar temas contemporáneos y culturalmente significativos en la enseñanza del diseño y la comunicación visual.

El enfoque metodológico de esta tesis también se apoya en fundamentos teóricos sólidos, como la investigación-acción participativa (Kemmis y McTaggart, 1988), la teoría de la praxis (Habermas, 1981) y la teoría del cambio (Weiss, 1995). La investigación-acción participativa se basa en un proceso cíclico de planificación, acción, observación y reflexión, lo que resulta especialmente adecuado para el ámbito educativo, ya que permite a los estudiantes y profesores involucrarse de manera activa en la construcción del conocimiento y la mejora de las prácticas académicas. En el caso de esta tesis, el análisis de las estrategias hipermedia en el K-pop no es meramente teórico, sino que está orientado a proponer actividades pedagógicas concretas que ya han sido implementadas y validadas en la práctica, específicamente en los cursos de Laboratorio de Investigación y Producción en Medios Audiovisuales e Hipermedia impartidos por el profesor Mario Antonio Barro Hernández. Estas actividades, realizadas en los semestres séptimo y octavo, han demostrado su

efectividad en fomentar habilidades críticas y creativas en los estudiantes, lo que proporciona un respaldo empírico a las proyecciones realizadas en este trabajo. efectividad en fomentar habilidades críticas y creativas en los estudiantes, lo que proporciona un respaldo empírico a las proyecciones realizadas en este trabajo.

La teoría de la praxis, por su parte, sostiene que el conocimiento no debe limitarse a la teoría abstracta, sino que debe aplicarse para transformar la realidad. En este sentido, la tesis busca conectar los conceptos teóricos con la práctica del diseño y la comunicación visual, utilizando el K-pop como un medio para explorar cómo las narrativas y las estrategias de comunicación pueden influir en la percepción cultural y en la construcción de identidades. El análisis del K-pop se propone como una respuesta comunicativa que ha evolucionado hasta convertirse en un sistema complejo de interacción social, permitiendo estudiar la relación entre lo estético y lo comercial mientras se promueve un entendimiento crítico de sus mensajes. Esta propuesta abarca tanto los elementos simbólicos del K-pop como su contexto mediático y sus implicaciones para la industria audiovisual, proporcionando a los estudiantes una comprensión integral de este fenómeno cultural.

Por último, la teoría del cambio (Weiss, 1995) apoya la idea de que las intervenciones educativas deben basarse en el potencial de impacto de determinadas prácticas. Este enfoque proyectivo, más allá de ser teórico o empírico, busca formular propuestas que puedan ser implementadas en un futuro cercano, ofreciendo un camino claro para la aplicación de los conocimientos adquiridos en el ámbito profesional. La tesis, por lo tanto, no se limita a describir un fenómeno, sino que plantea estrategias concretas para mejo-

rar la enseñanza y la práctica del diseño y la comunicación visual, con el propósito de formar profesionales capaces de adaptarse a las cambiantes exigencias del mercado y de la sociedad.

En conclusión, la tesis pretende contribuir levemente al estudio académico del K-pop y sus estrategias hipermedia; pero, fundamentalmente, ofrecer una propuesta pedagógica que pueda ser implementada en la formación de futuros diseñadores y comunicadores visuales. La estructura de la tesis ha sido cuidadosamente diseñada para proporcionar una base teórica sólida, respaldada por marcos teóricos relevantes, experiencias prácticas previas y un análisis crítico del contexto cultural y mediático. La integración de estas perspectivas busca ofrecer una visión coherente y exhaustiva que permita a los lectores y futuros investigadores adentrarse en el estudio del K-pop desde una perspectiva crítica, fundamentada y aplicable en el ámbito profesional.

INTRODUCCIÓN

PRESENTACIÓN Y JUSTIFICACIÓN

En las últimas décadas se puede reconocer un incremento relevante en el empleo de recursos digitales tanto en la cotidianidad, como en el ámbito educativo, el cual se a visto ampliado de manera significativa por fenómenos como la globalización, caracterizada por la preponderancia del internet, y la pandemia del COVID-19; facilitando el acceso indiscriminado a contenidos provenientes de diversas regiones a nivel mundial y trasladando, entre muchas otras, las actividades académicas a los medios digitales, respectivamente. Específicamente, en la formación en medios audiovisuales e hipermedia, esta tendencia brinda una valiosa área de oportunidad para enriquecer el contenido que consumimos y estudiamos, así como nuestra cultura visual.

La industria del *K-pop*, término que engloba los productos musicales de influencia occidental de Corea del Sur, el cual incorpora diversos estilos, como lo son el pop, *hip-hop*, rap, rock, *R&B*, entre otros. Se caracteriza principalmente por sus melodías pegadizas, beats energéticos, ídolos atractivos, así como coreografías y vídeos musicales llamativos con producciones de alta calidad (Kong, 2016); desde hace varios años ha apuntado a generar historias y crear universos alrededor de sus agrupaciones mediante la narrativa audiovisual y la transmedia, entendida como la narrativa que se desarrolla a través de múltiples plataformas mediáticas, y cada nuevo texto hace una contribución específica y valiosa a la totalidad; en su forma ideal cada media hace lo que se le da mejor, cada entrada a la franquicia

ha de ser independiente, de forma que no sea preciso haber visto la película para disfrutar con el videojuego y viceversa (Jenkins, 2008). Además de contar con grandes equipos de trabajo detrás de cada uno de estas producciones.

Los contenidos audiovisuales generados por la industria musical popular surcoreana pueden abrir las puertas a un intercambio cultural, actualmente necesario e inevitable debido a la globalización; así como facilitar el análisis de material audiovisual que, al formar parte de la cultura popular, generalmente es visualizado únicamente para su consumo lúdico, de esta forma se puede posicionar como un material de estudio en materia de diseño, en donde se analicen aspectos técnicos referentes a los procesos de producción, así como lo que comunican desde la semiótica y el lenguaje audiovisual y, asimismo, dar cabida a diversas temáticas de interés social, a menudo siendo una posibilidad considerada únicamente a través del cine. Un análisis a profundidad de dichos contenidos puede suponer un área de oportunidad para utilizarlos como material didáctico en la formación en medios audiovisuales e hipermedia, ya que, además de su calidad y complejidad técnica, representan una forma más eficaz de analizar material audiovisual contemporáneo y, a su vez, al ser algo que desde 2018 ha ganado popularidad de manera masiva, la cual se potenció al extenderse al público general internacional con el filme de 2019, *Parasite* de Bong Joon Ho, ganadora a mejor película, mejor director, mejor guión original y mejor película internacional en los premios Oscar del año 2020, lo cual permitiría que muchas más personas estén familiarizadas con ello, así como en la respuesta que generan en el público, permitiéndonos así, explorar y generar propuestas audiovisuales más complejas.

El *K-pop* ha formado parte de mi vida desde que era bastante joven, no fue hasta 2019 que comencé a seguir a la banda *Tomorrow X Together* que me metí de lleno en todo lo relacionado con la industria musical surcoreana y quedé fascinada con toda la propuesta audiovisual que tienen, desde su calidad a nivel técnico, estético y narrativo, hasta la respuesta que generan en sus audiencias. Por otro lado, durante mi formación en el área de medios audiovisuales e hipermedia me llamó bastante la atención que todos los referentes que teníamos eran cinematográficos, lo cual me llevó a cuestionarme por qué el videoclip y, específicamente, por qué los audiovisuales generados por la industria musical surcoreana no formaban parte de esos referentes¹. Al investigar al respecto noté que las pocas investigaciones de carácter académico² existentes se enfocan principalmente en su impacto a nivel sociológico y económico, es por ello que mi proyecto busca hacer un análisis de los productos audiovisuales generados por la industria musical surcoreana desde una perspectiva de diseño y aplicarlos al programa de la asignatura *Laboratorio de Investigación-Producción en Medios Audiovisuales e Hipermedia II* de la Facultad de Artes y Diseño para así generar un manual digital de actividades que pueda ser utilizado tanto por docentes como alumnos y profesionales para complementar sus clases, o bien, para enriquecer su aprendizaje. Asimismo, debido a que desde 2018 el *K-pop* ha adquirido mucha popularidad de manera masiva, considero que este

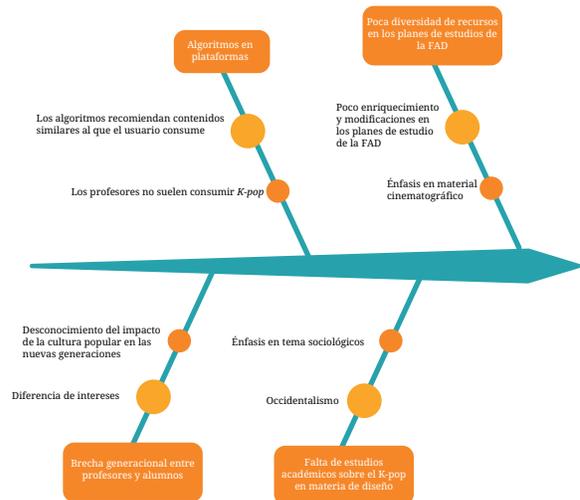
manual permitiría que muchas más personas estén familiarizadas con ello, así como en la respuesta que generan en el público, permitiéndonos así explorar y generar propuestas audiovisuales más complejas.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El planteamiento de un manual digital de actividades en el cual se utilicen como referencias los materiales audiovisuales generados por la industria musical popular surcoreana responde a la problemática que acarrea la diversidad de los materiales didácticos para la formación en el área de audiovisuales e hipermedia en la Facultad de Artes y Diseño, así como en diversos manuales de producción audiovisual que se citarán y revisarán a lo largo de este trabajo de tesis.

En el diagrama de problemas presentado he concretado fenómenos específicos que he encontrado en el contexto de la Facultad de Artes y Diseño.

Tabla 1: Diversificación de los recursos didácticos empleados en manuales de producción audiovisual



¹ Abadía, J. M., & Díez, F. F. (2010). Manual del productor audiovisual. Editorial UOC. y Salas, A. Z. (2012). Manual de producción audiovisual para diseñadores. Universidad Nacional Autónoma de México.

² Entre las cuales destacan Sabaté Cánovas, Carla; Jo Jeong, Mihwa, dir. El KPOP dentro de la diplomacia cultural de Corea del Sur y su impacto global. 2020. (Grau en Estudis d'Àsia Oriental) <<https://ddd.uab.cat/record/232786>> | Han, P. W., & Vergas Meza, X. (2015). La globalización de productos culturales. Un análisis webométrico de K-pop en países de habla hispana. Revista Hispana para el análisis de redes sociales. Vol. 26. | Alva González, A. K. (2018). El K-Pop y las culturas juveniles en la Ciudad de México (Doctoral dissertation, Universidad Autónoma de la Ciudad de México: Colegio de Humanidades y Ciencias Sociales: Licenciatura en Comunicación y Cultura).

CAUSAS Y EFECTOS

1. La causa principal es la diversificación de recursos sugeridos e implementados en los planes de estudio de la carrera de Diseño y Comunicación Visual en la Facultad de Artes y Diseño, los cuales llevan vigentes desde el 8 de noviembre de 2013 y, pese a ser revisado por última vez en mayo de 2021, no ha sido modificado o enriquecido; asimismo, por parte de la docencia, no hay una diversidad de recursos didácticos que se ajusten a las nuevas generaciones.
2. La escasez de estudios relacionados al kpop en materia de diseño, debido al gran peso que se le da a los materiales audiovisuales de occidente y el impacto del kpop se ha estudiado principalmente en materia de sociología y política, ya sea en el impacto del kpop en los jóvenes a nivel social, sus interacciones en internet o el impacto del kpop como poder blando.
3. Los algoritmos de plataformas de entretenimiento y redes sociales juegan un papel muy importante en el contenido que llega a nosotros como usuarios. Un algoritmo de recomendación es una pieza de software creada e implementada para plataformas sociales. Su función principal es proveer a los usuarios información que, según predicen, les será relevante, mediante un sistema de control y gestión digital logrado a través de la detección, almacenamiento de datos a gran escala. En el caso de plataformas como Youtube, sus algoritmos recomiendan contenidos que se encuentran lejos de la objetividad cultural, asimismo, presentan distorsiones y falta de diversidad; esto se debe a que las plataformas crean filtros de burbuja, los cuales recomiendan contenidos similares a los intereses del usuario (Sued, 2021), por lo cual es difícil que un docente, por ejemplo,

encuentre en su sección de recomendados algún contenido proveniente de la industria popular musical surcoreana.

4. La brecha generacional entre docentes y alumnos también supone una problemática debido a la diferencia de intereses entre ambos. Asimismo, en la última década, el K-pop explotó en términos de popularidad en el mercado global, principalmente en Estados Unidos y América Latina, popularidad que incrementó drásticamente durante la pandemia; formando parte ahora de la cultura popular impulsada por la globalización, la cual se ha visto a través de diversos estudios, que tiene un gran impacto e importancia en los jóvenes.³

Es por ello que este proyecto plantea el uso didáctico del material audiovisual de esta industria para la formación en el área de audiovisuales e hipermedia, esto abriría las puertas a un consumo más diverso que permitiría un intercambio cultural, así como el análisis de éstos en profundidad y una evolución en nuestra cultura visual.

OBJETIVOS DE LA TESIS

Desarrollar un manual digital que integre actividades didácticas para la asignatura Laboratorio de Investigación-Producción en Medios Audiovisuales e Hipermedia II, perteneciente a la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual de la Facultad de Artes y Diseño de la UNAM. Este manual se fundamentará en el análisis de producciones de la industria musical popular de Corea del Sur (K-pop), con el propósito de utilizar estas producciones como material didáctico complementario que enriquezca la formación académica de los estudiantes.

³ Algunos de ellos son abordados en: Cueva Asin, C.L. (2019). Valoración del lenguaje audiovisual de los videoclips de k-pop y la construcción de la identidad cultural en los adolescentes en Campo de Marte, Jesús María, 2019 [Tesis para optar por el título profesional de licenciada en ciencias de la comunicación]. Universidad César Vallejo. y Whitney Rosas, E.I. (2015). El pop coreano en los jóvenes paceños y tottorrienses [Tesis para obtener el título de maestra en ciencias sociales con orientación en globalización]. Universidad Autónoma de Baja California Sur.

ESPECÍFICOS

1. Revisar la historia y evolución del K-pop: Explorar los orígenes y la trayectoria de este género musical, entendiendo su impacto global y la manera en que ha evolucionado a lo largo del tiempo.
2. Identificar, describir y examinar las características estilísticas, visuales y comunicativas del *K-pop*: Analizar los elementos distintivos del *K-pop*, incluyendo sus aspectos visuales, estilísticos y comunicativos, para comprender cómo estos contribuyen a su éxito y recepción global.
3. Utilizar proyectos clave como “*The Dream Chapter*” de *Tomorrow X Together (TXT)* para elaborar propuestas didácticas: Basándose en ejemplos concretos de proyectos de *K-pop* exitosos, desarrollar actividades educativas que puedan integrarse en las unidades del programa de la asignatura mencionada, promoviendo así una aprendizaje interactivo y contemporáneo.

VIABILIDAD

La producción de este estudio requerirá principalmente de material recopilado vía internet, ya sean vídeos musicales, cortometrajes, concept trailers⁴, etc. así como bibliografía que forma parte de los programas de tercer a octavo semestre de las asignaturas de medios audiovisuales e hipermedia de la Facultad de Artes y Diseño; textos, tesis y libros que serán utilizados como apoyo en el planteamiento de los contenidos generados por la industria musical popular de Corea del Sur como referente en la formación en medios audiovisuales e hipermedia.

⁴ El concept trailer puede definirse como un vídeo en el cual se ilustra el concepto, estilo o temática del lanzamiento próximo a estrenarse. (wikipedia,2016)

Figura 2: ANÁLISIS FORTALEZAS, DEBILIDADES, OPORTUNIDADES y AMENAZAS

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> -Diversidad creativa y estética en la industria del <i>K-pop</i>. -Fácil acceso al abundante material audiovisual. -Potencial educativo. 	<ul style="list-style-type: none"> -Algunos materiales audiovisuales generados por esta industria carecen de elementos educativos. -Dependencia a plataformas externas.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> -Escasez de artículos académicos que hagan un análisis del <i>K-pop</i> en materia de diseño audiovisual. -Crecimiento en el mercado global y la cultura popular. 	<ul style="list-style-type: none"> -Deceso en popularidad del <i>K-pop</i> -Derechos de autor

Fuente: Toral Martínez D. A. (2023)

1. Las fortalezas de este proyecto provienen del gran potencial educativo en los contenidos audiovisuales generados por la industria del K-pop, los cuales son abundantes en cantidad y calidad a nivel técnico y narrativo, así como el fácil acceso a los mismos gracias al internet.
2. No obstante, este proyecto tiene como oportunidades para su realización, el crecimiento del K-pop en el mercado global y, por tanto su popularización entre el público general; lo cual, en conjunto con la actual escasez de material académico en materia de diseño relacionado con estos productos audiovisuales, puede generar un punto de interés a nivel educativo para diversificar los recursos didácticos implementados en la formación audiovisual.
3. Las posibles amenazas existentes constarían en una baja en popularidad sobre esta industria así como la posibilidad de una disputa legal por derechos de autor en caso de que, alguna de las agencias a quienes pertenezca el material curado, no esté de acuerdo en el uso su contenido con los fines didácticos con los que se busca utilizar en este proyecto.

CARACTERIZACIÓN DEL K-POP



ANTECEDENTES

Tenemos como antecedentes del *K-pop* actual a los *Changga*, las cuales eran adaptaciones al coreano de melodías folclóricas, estadounidenses o británicas; estas son introducidas por el misionero estadounidense Henry Appenzeller, fundador de la Academia *Pai Chaim* fundada en 1895 y la cual es actualmente la universidad moderna más antigua de Corea. Para 1910, la península coreana es colonizada por los japoneses, quienes confiscaron estos *Changga* para incrementar su influencia; con ello surge, nueve años más tarde, *Huimangga* (Canción de esperanza), como resistencia a la ocupación japonesa y con lo que los *Changga* adquirirían mayor importancia en la cultura coreana (KOCIS, 2011).

A mediados de la década de 1920 se lanza el primer álbum de *K-pop* y a finales la primera canción pop 100% coreana. Asimismo, surge el género trot, el cual fue influenciado por el *enka*, un género musical de origen japonés, el cual retoma el estilo de los cantos budistas y shintoístas, donde los instrumentos y voces emplean una escala pentatónica (Yumeki magazine, 2009).

Ya para 1945, tras la bomba atómica de Hiroshima, las tropas japonesas se retiran de la península coreana, sin embargo, ésta queda dividida en dos, la parte Norte siendo comunista y la Sur, anti-comunista; lo cual desató 5 años más tarde la Guerra de Corea, donde el Norte fue apoyado por China, mientras que el Sur, por Estados Unidos. Este doloroso periodo para la sociedad coreana significó un nuevo capítulo para la música popular, la cual se vio fuertemente influenciada por la música estadounidense, gracias a la gran cantidad de tropas que se quedaron en la república tras ganar la guerra. Para finales de los años 50, El servicio de información de Estados Unidos comienza a abrir audicio-

nes con el fin de reclutar músicos que se presenten para la armada estadounidense, esto era una buena oportunidad de ganar dinero para los coreanos debido a la popularidad de los shows; las ganancias rondaban los \$1.2 millones al año, lo cual equivalía al valor de todas las exportaciones que el país realizaba en aquella época. Esto les permitió tener exposición a la música occidental (KOCIS, 2011).

Para los años 60 Corea del Sur comienza a superar los estragos de la guerra. Aquellos músicos que solían presentarse para las tropas estadounidenses comenzaron a apostar por el público coreano. A finales de la década, la oleada *hippie* llega al país, influyendo en la cultura, la estética y, por supuesto, en la música. La música folclórica coreana comienza en las élites, con alumnos graduados de universidades prestigiosas, inicialmente como un pasatiempo y que posteriormente les llevaron a debutar de manera seria. Y que la élites fueran quienes adoptaron este movimiento a su cultura facilitaron que los estudiantes universitarios adoptaran la cultura juvenil, concepto que había sido introducido años atrás debido al contraste entre la adoctrinación japonesa y las juventudes coreanas buscando expresarse. La década de los 80 fue la era de las baladas dentro de la música popular coreana, siendo Cho Yongpil, el máximo exponente, llegando a cantar versiones en inglés, japonés y coreano de la canción *Seoul, Seoul, Seoul* (Imagen 01) para celebrar los Juegos Olímpicos de Seúl de 1988.



Imagen 1: portada del tema Seoul, Seoul, Seoul del cantante Cho Yong Pil | Fuente: Spotify

1.1 HISTORIA Y ANTECEDENTES DEL K-POP

El *K-pop* como lo conocemos en la actualidad nace en los años 90 con el debut del grupo idol *H.O.T.*, primeros artistas que estuvieron bajo el sistema de *training* incursionado por su agencia y siendo éste, así como el resto de agrupaciones idol masculinas de la primera generación, influenciado por el trío *Seo Taiji & Boys* (Imagen 02), quienes presentaron una propuesta musical y estética, única para el momento, que además acompañarán con una impresionante coreografía y sus álbumes posteriores continuarían con la experimentación de diversos géneros. El rap comienza a ganar popularidad en la escena coreana y, con ello, otros artistas comenzaron a adoptar ritmos del *hip-hop*. Otros artistas sobresalientes durante esta década fueron el dúo *Deux*, *Jinusean*, *1TYM* y *Drunken Tiger*. En el 95, con el debut de *H.O.T.*, la industria comienza a ser dominada por boy y girl groups adolescentes. *SM Entertainment*, agencia detrás de la agrupación, marca un precedente en la industria gracias a su *star-making system*, el cual consiste en un sistema de *training* donde, desde muy temprana edad, los aspirantes a idol reciben clases de canto, baile, actuación, idiomas, etc. De esta manera, muchas otras agencias comienzan a adoptar dicho sistema, del cual surgen agrupaciones importantes como lo fueron *Sechs Kies*, *S.E.S.*, *Shinhwa* y *g.o.d.*



Imagen 02: Seo Taiji and boys | Fuente: Wikipedia

Los videoclips de la primera generación, en su mayoría tienen una relación de aspecto 4:3, hacen uso de escenografías y sets en donde se llevan a cabo coreografías sencillas. Sus sonidos característicos eran el *hip-hop*, *R&B* y baladas pop, a través de estos se contaban historias de amor y desamor; algunos videoclips hacen uso de escenas narrativas para complementar, sin embargo, eran poco sofisticadas y, principalmente, buscaban hacer mayor énfasis en la coreografía y los artistas cantando o desenvolviéndose en escenarios alusivos al concepto que se le daba al lanzamiento. Asimismo, se hace uso de efectos visuales muy básicos, ya sean transiciones y superposiciones simples, además de filtros de suavizado de la imagen en donde los brillos y blancos tienen la tendencia a quemarse.

Durante 1996 y 1997 tanto Corea del Sur como otros países del sudeste asiático se ven fuertemente afectados por una terrible crisis económica, la cual Corea del Sur superó mediante tratos con Estados Unidos y un préstamo del Fondo Monetario Internacional; lo cual llevó al país a invertir en su desarrollo tecnológico, informático y cultural, este último viéndose reflejado en la *Ley de Promoción de Industrias Culturales de 1999* (Gendler, 2017).

En los años 2000 las agencias de entretenimiento comienzan a abrir subsidiarias en el extranjero y generan estrategias apostando al público internacional. *H.O.T.* comienza a atraer al mercado Chino y el debut de *BoA* causa furor en Japón, encabezando el chart de *Oricon*, lo cual ningún artista coreano había logrado. Intentando alcanzar el éxito, los artistas comienzan a hacer debut exclusivamente para dicho país. Para 2009 grupos como *TVXQ!* (Imagen 03), *KARA* (Imagen 04), *Girl 's Generation*, *Super Junior* y *SHINee* (Imagen 05), siendo éstos quienes pasaron por el sistema de *training* ya perfeccionado, permiti-

tiéndoles apuntar sus promociones al extranjero, más específicamente, hacia Estados Unidos.



Imagen 03: TVXQ! | Fuente: Wiki Fandom



Imagen 04: KARA | Fuente: Wiki Fandom

Asimismo, comienza a ser utilizado el modelo *Global-Local-Global*, el cual junta productores, coreógrafos, vestuaristas, etcétera extranjeros, posteriormente pasaba su producto musical y audiovisual por profesionales locales, quienes ideaban estrategias de promoción local y realizaban arreglos que fueran aceptables para el público general y fandom coreanos; para finalmente pasar por un segundo filtro global que permitiera a los artistas promocionar productos adaptados al público estadounidense mediante las estrategias en que promocionaban en este lado del mundo.

Durante la segunda generación se destaca un notable aumento en la calidad y una apariencia más cinematográfica, esto



Imagen 05: SHINee | Fuente: Billboard

debido tanto al desarrollo tecnológico de la época como a una mayor inversión; asimismo comenzamos a ver coreografías más complejas y sincronizadas, en donde se busca destacar las habilidades de los artistas. De inicio a fin de esta generación también se ve una evolución y mejora en los efectos visuales, los cuales brindan una gran cantidad de posibilidades en cuestión narrativa y visual, además de contar con un diseño de vestuario y *styling* más extravagantes, creativos y coloridos que se adaptan al concepto del lanzamiento ofreciendo así, propuestas más atractivas para el público. En cuanto a la narrativa visual, se comienzan a generar experiencias para el usuario mediante historias y escenarios temáticos que acompañaban la letra de la canción; ya en la transición entre la segunda y tercera generación aparecen narrativas y conceptos mucho más complejos en donde se emplean metáforas y simbolismos para desarrollar arcos de personaje que los fans puedan analizar y seguir.

Para 2009 grupos como *TVXQ!*, *KARA*, *Girl's Generation*, *Super Junior* y *SHINee* comienzan a tener reconocimiento en Latinoamérica, en conjunto con las novelas que algunas televisoras comenzaron a comprar y transmitir dobladas al español.

Durante esta década el *K-pop* comienza a ganar mucha más popularidad en China y ya para la primera mitad de la década del 2010, las agencias comienzan a debutar integrantes extranjeros y se hacen subuni-

dades con las cuales se buscaba llegar de manera más directa a otros mercados, particularidad que marcó los primeros años de la tercera generación hasta el baneo del contenido coreano dentro de China a finales del año 2016 (Muñoz, 2016), un ejemplo de ello es la agrupación *EXO*, conformada por 8 integrantes coreanos y 4 chinos; y desde su debut se idearon las subunidades *EXO-K* (por *korean*) y *EXO-M* (por *mandrin*), cada uno con 6 integrantes y promocionarán de manera simultánea la misma canción en coreano y en mandarín, respectivamente (Wiki Targeted Entertainment, s. f.).

El año 2012 fue de suma importancia para el *K-pop* debido a que muchos artistas realizaron tour mundiales, llegando por primera vez a Latinoamérica, Oceanía y Europa. Asimismo, en este año el tema *Gangnam Style* de *Psy* se hace viral en internet y, tan solo unos meses después de publicado, consiguió convertirse en el videoclip más visto en la historia de YouTube en ese entonces (Imagen 06). Esto, a su vez abrió las puertas a que el público internacional se interesara en el *K-pop* y agrandando sus fandoms alrededor del mundo. (Ticketmaster blog, 2021).

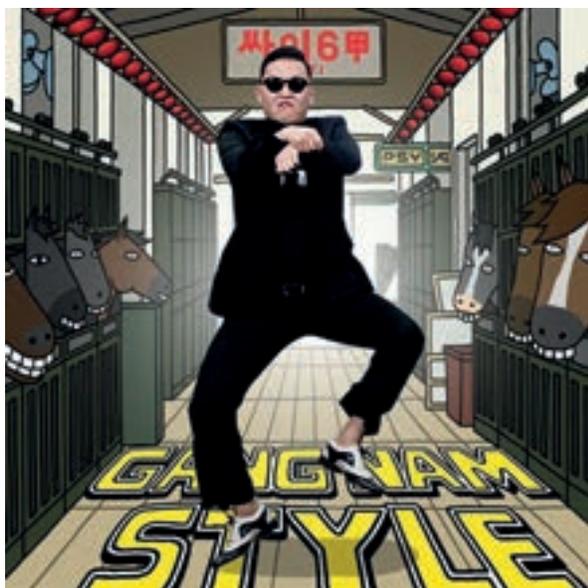


Imagen 06: PSY - Gangnam style | Fuente: IMDb

La explosión del *K-pop* a nivel mundial se ve de manera muy marcada entre el año 2016 y 2018, cuando la agrupaciones como *BTS* y *Blackpink* comienzan a adquirir cada vez más popularidad en Estados Unidos y, con ello, se abren paso en el resto del mercado internacional comenzando a dominar las listas de *Billboard*. *BTS* marca un precedente al ser nominados y ganadores en el año 2017 y 2018 a la categoría de *Top Social Artist* en los *Billboard Music Awards*. Posteriormente, ganan aún más reconocimiento debido a sus colaboraciones con *The Chainsmokers* y *Steve Aoki* en ese año y en 2019 con *Halsey*. A partir del 2020 su popularidad incrementa aún más tras su primer sencillo totalmente en inglés *Dynamite*, seguido por *Butter* y *Permission to Dance*, lanzados al año siguiente.

Durante la tercera generación notamos una producción más sofisticada enfocada en la estética y los efectos visuales, sí como la implementación de gráficos 3D y diversas técnicas de animación, además de comenzar a experimentar con técnicas cinematográficas como el *slow motion*, tomas aéreas, etc., para generar escenas mucho más dinámicas e interesantes. Las coreografías, una vez más, se vuelven mucho más complejas que las de la generación anterior, por lo que también se vuelven recurrentes los planos detalle y planos en que se pueda exponer la gran sincronización de los artistas. No obstante, también hay varias características que se conservan de la generación anterior e incluso se mejoran como lo es la construcción de narrativas visuales y coherentes que pretenden desarrollar universos narrativos (no en todos los casos), de tal manera que cada videoclip corresponde al concepto y visualidad que se le atribuye al lanzamiento y, a su vez, forma parte de la o las diversas líneas temporales que constituyen el universo del grupo en cuestión, generalmente presentados de manera no lineal.

Otro fenómeno que marcó a la tercera generación fue el sonido del *EDM* popularizado gracias a la franquicia de *Produce*, programa de supervivencia que contó con cuatro temporadas y en donde el público elegía la alineación final de la agrupación resultante. En las imágenes que se muestran a continuación podemos observar una presentación de las concursantes en el programa de supervivencia *Produce 101* (Imagen 07) y una fotografía de algunos de los aprendices destacados de la segunda temporada de esta misma franquicia (Imagen 08).



Imagen 07: Produce 101 | Fuente: Soompi



Imagen 08: Produce 101 Season 2 | Fuente: Soompi

Actualmente grupos pertenecientes a la cuarta generación (la cual comienza a partir del 2018 aproximadamente) como lo son *ITZY*, *Tomorrow X Together*, *Stray Kids*, *Ateez*, etc. han comenzado a abrirse paso en el mercado internacional, llegando a personas de muchas edades a través de propuestas musicales y audiovisuales

sumamente interesantes y con narrativas bastantes peculiares que han sabido trasladar, en muchos casos, a la transmedia. Esta generación no cuenta con un sonido predominante (salvo algunas excepciones), se caracterizan principalmente por la experimentación en sonido y conceptos, asimismo, los integrantes de las agrupaciones tienen mayor participación como letristas, productores y compositores. En el videoclip se conservan todas las características de la tercera, siendo ahora más común que exista un universo narrativo para cada agrupación, de igual manera se hace el uso de metáforas y simbolismos que generan interacción entre los fanáticos para dar a conocer y discutir sus interpretaciones, asimismo, buscan implementar elementos que ayuden a las agrupaciones a conectar con sus respectivos *fandoms*.

1.2 ELEMENTOS VISUALES Y ESTILÍSTICOS EN EL K-POP

1.2.1 DISEÑO DE VESTUARIO

El fenómeno internacional del *K-pop* no se distingue únicamente por sus ritmos contagiosos, melodías envolventes y coreografías perfectamente sincronizadas, y por la vanguardia de sus escenarios y vestuarios. *Oxford Languages* nos ofrece las siguientes definiciones de vestuario: 1. Ropa exterior o indumentaria de una persona, en especial las que lleva un artista en una actuación. 2. Conjunto de prendas de vestir y de adorno que aparecen en una película, espectáculo o representación.

En este ámbito, los vestuarios, más allá de cumplir simplemente una función utilitaria, desempeñan un papel crucial al otorgar una identidad visual distintiva, com

plementar la estética del lanzamiento musical y brindar una coherencia visual al grupo. La moda desempeña un papel fundamental en la construcción de la imagen de estos artistas, quienes se destacan por su capacidad para adoptar una amplia gama de estilos.

Estos estilos de vestimenta abarcan una sorprendente diversidad y están sujetos a

variaciones que reflejan las cambiantes tendencias de moda del momento. Desde atuendos futuristas y vanguardistas hasta *looks* más tradicionales y retro, el *K-pop* ofrece una paleta de opciones estilísticas que sigue las tendencias actuales, y las establece. Los vestuarios además de prendas, son elementos visuales que contribuyen a la narrativa estética de la música y refuerzan la identidad visual de los grupos, convirtiéndose en parte integral de la experiencia artística que ofrecen a sus fans. Este enfoque meticuloso en la moda resalta la

creatividad y originalidad del *K-pop*, y lo consolida como un fenómeno cultural que va más allá de la música, influyendo en las esferas de la moda y el arte de manera significativa.

Asimismo, como menciona Kim (2017, p. 178), la moda coreana se ha convertido en uno de los contenidos más representativos de la cultura coreana debido al interés de

los fans del *Hallyu* de todo el mundo, por los trajes que visten las estrellas de *K-pop* y los famosos de los dramas coreanos, consiguiendo así convenios entre marcas (muchas de ellas de alta gama) con idols y actores.

Kim (2020), en su estudio sobre el estilo de moda de la agrupación surcoreana *BTS* nos puede ayudar a comprender la teoría de la función del vestido aplicada en la

ahora agrupación más exitosa de la historia.

El uso de la moda como medio de comunicación visual no es exclusivo de *BTS* como se ha demostrado a lo largo de la cita anterior, sino que todos los artistas cuentan con *stylist* que se encargan de la imagen en cuestión, del vestido y maquillaje de los idols, el cual se adaptará al concepto e imagen que se busca en sus lanzamientos, así como lo que buscan comunicar a su público en los diversos eventos que conforman sus agendas como lo son confe-

rencias de prensa, *fan meetings*, premiaciones, alfombras rojas y presentaciones en vivo.

En las siguientes imágenes podemos observar el *styling* de la agrupación *Tomorrow X Together* en cuatro eventos diferentes durante el año 2021, el primero de ellos (Imagen 09) siendo uno de sus vestuarios en el videoclip *0x1=LOVESONG*

COMO TAL, *BTS* EXPRESA UNA IMAGEN SOFISTICADA QUE ES A LA VEZ CLÁSICA Y URBANA MEDIANTE EL USO DE TRAJES A MEDIDA QUE DAN UNA SENSACIÓN DE INTELIGENCIA Y DIGNIDAD, EL CONTRASTE APROPIADO DE COLORES NEUTROS Y LA SOBRIEDAD DE LOS ADORNOS. PUEDE DECIRSE QUE ESTE ESTILO DE MODA ESTÁ PENSADO PARA CREAR UNA MASCULINIDAD MADURA, ROMPIENDO CON EL ESTEREOTIPO DE GRUPO MASCULINO DE ÍDOLOS. EN SEGUNDO LUGAR, BUSCABAN UN ESTILO DESENFADADO Y RELAJADO. CASUAL SE DEFINE COMO "INFORMAL, QUE SE LLEVA A DIARIO, CÓMODO DE LLEVAR" Y SE DESCRIBE COMO UN ESTILO QUE SE SIETE NATURAL Y RELAJADO. EL ESTILO CASUAL SE COMPONE DE MATERIALES SUAVES Y LIGEROS, COMO EL PUNTO Y EL ALGODÓN, Y SE COMPONE PRINCIPALMENTE DE PRENDAS QUE PUEDEN LLEVARSE CÓMODAMENTE EN EL DÍA A DÍA, COMO ABRIGOS, CHAQUETAS, CÁRDIGANS, JERSÉIS, CAMISAS, CAMISETAS, PANTALONES Y VAQUEROS. LOS COLORES DEL ESTILO CASUAL TIENDEN A SER BRILLANTES Y VIVOS, O COLORIDOS Y DINÁMICOS. [...] ESTO SIGNIFICA QUE LA VISIÓN DEL MUNDO DE *BTS* DE PERSEGUIR UNA VIDA LIBRE E INDEPENDIENTE SE EXPRESA A TRAVÉS DE LA MODA, Y QUE UTILIZAN LA MODA COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN VISUAL PARA TRANSMITIR UNA EMOCIÓN MÁS RELAJADA AL PÚBLICO. (KIM, 2020, P. 316-317)

(*I know I love you*), el cual se adapta a la estética emo del tema, que encaja con el sentimiento pesimista sobre la vida y el la importancia excesiva que el enamoramiento tiene durante la adolescencia que se enfatiza en la letra de la canción.

**DE LAS PUNTAS DE MIS DEDOS
TODAS LAS COSAS HUYEN RÁPIDO HACIA LEJOS
MI VIDA ANTES DE TI ERA UN DESASTRE**

(TOMORROW X TOGETHER & SEORI. (2021). OXI=LOVESONG (I KNOW I LOVE YOU) [CANCIÓN]. EN THE CHAOS CHAPTER: FREEZE)



El segundo (Imagen 10) el vestuario utilizado durante una presentación en vivo en el el programa musical *Inkigayo* del mismo tema; en donde enfatizan el sentimiento desgarrador de amor, así como el sentimiento de vacío personal que contiene la letra.

**EN ESE LUGAR HECHO DE HIELO
ERES LA ÚNICA COSA BRILLANTE
AHORA NO PUEDO DEJAR DE PENSAR EN TI
CUANDO ME ESTOY HUNDIENDO SOLO**

(TOMORROW X TOGETHER & SEORI. (2021). OXI=LOVESONG (I KNOW I LOVE YOU) [CANCIÓN]. EN THE CHAOS CHAPTER: FREEZE)



Imagen 10: Fuente: Big Hit music

El tercero (Imagen 11), siendo el utilizado durante la conferencia de prensa del álbum *The Chaos Chapter: FREEZE*, ocasión en la cual se buscaba proyectar una imagen mucho más madura ante los medios ya que, para este momento, todos miembros habían cumplido la mayoría de edad y, con ello, este lanzamiento mostraba una faceta más madura de ellos tanto en imagen como musicalmente hablando, en comparación con sus cuatro lanzamientos anteriores que tenían un color mucho más brillante y toques ligeramente infantiles e inocentes. Finalmente, el vestuario utilizado en la alfombra roja de los *MAMA awards 2021* (imagen 12), en donde se busca continuar con esta imagen más madura pero también estilizada, jugando con diferentes siluetas, texturas, estampados y telas.



Imagen 11: Fuente: Rolling Stone



Imagen 12: Fuente: OSEN

Actualmente predominan elementos de la tendencia *Y2K*, *grunge*, *soft grunge*, *emo*, *punk*, *dandy*, *hip-hop*, así como diversas

prendas o conjuntos con inspiración en la moda gótica y victoriana. El vestuario ayuda a dar cohesión visual entre los miembros, garantizando una armonía y, a la vez, un diferenciamiento entre los miembros y demás grupos en la industria, ayudando a que el espectador pueda identificarse o sentir más afinidad por uno de ellos lo cual, posteriormente, le llevará a sentir interés por la agrupación en cuestión.

EN CUANTO A LOS GRUPOS DE CHICOS DE K-POP EN LA MODA, SE HAN REALIZADO LOS SIGUIENTES ESTUDIOS. [...] H.O.T., UN ÍDOLO REPRESENTATIVO DE LA DÉCADA DE 1990, MOSTRABA UNA MODA DE ESTILO HIP-HOP QUE HACÍA USO DE SU INDIVIDUALIDAD; SHINEE, UN ÍDOLO REPRESENTATIVO DE LA DÉCADA DE 2000, MOSTRABA ESTILOS DE COLOR Y VAQUEROS PITILLO QUE SE CREÍAN EXCLUSIVOS PARA MUJERES DEBIDO A LA TENDENCIA METROSEXUAL; E INFINITE, UN ÍDOLO MASCULINO REPRESENTATIVO DE LA DÉCADA DE 2010, MOSTRABA UN HOMBRE IDEAL CON VENTAJAS TANTO MASCULINAS COMO FEMENINAS EN MODA, PEINADO Y MAQUILLAJE. [...] MOON (2018) DIVIDIÓ LAS IMÁGENES DE MODA QUE APARECÍAN EN LAS EMISIONES DE PROGRAMAS DE AUDICIONES DE SUPERVIVENCIA DE ÍDOLOS MASCULINOS COREANOS-CHINOS EN CLÁSICAS, DANDIS, ROMÁNTICAS, MODERNAS, INFORMALES Y DINÁMICAS SEGÚN LOS GÉNEROS MUSICALES. SUGIRIERON QUE, PARA TRANSFORMAR LA IMAGEN DE UNA ESTRELLA EN EL ESCENARIO, ES NECESARIO SEGMENTAR LA IMAGEN DE MODA PARA QUE LA IMAGEN INDIVIDUAL DEL CANTANTE PUEDA MEZCLARSE Y COMBINARSE CON LA IMAGEN DE MODA ADECUADA AL GÉNERO DE LA CANCIÓN. (LIANKAI ET AL., 2021, P. 727-728)

Podemos realizar una análisis similar al mencionado en las líneas anteriores con la agrupación femenina *Aespa*. Este grupo tiene un concepto *girl crush*, el cual se enfoca en mostrar a artistas capaces de convertirse en el amor platónico de cualquiera, destacan por demostrar fuerza y confianza en sí mismas (Ruiz, 2022), para este cometido su vestimenta ayuda a proyectar esta fuerza y confianza en con el uso de prendas de cuero, estampados de

camuflaje y prendas de tipo corredor, como podemos observar en la imagen 13, que corresponde al videoclip del tema *savage*; en la imagen 14, observamos el vestuario utilizado en las promociones de este tema en el programa musical *Inkigayo*, en donde destacan los colores oscuros, arneses, faldas cortas y pantalones que acentúan la cintura y estilizan la figura alargando las piernas, generando de esta manera figuras atractivas y fuertes. Finalmente, en la imagen 15, observamos a las miembros en la alfombra roja de los *MAMA awards 2022*, para este evento la vestimenta es mucho más sobria y monocromática, dándoles una apariencia mucho más seria y formal mientras mantiene la esencia fuerte y madura del grupo.



Imagen 13: Vestuario del grupo femenino Aespa en el vídeo musical Savage | Fuente: Youtube- SM Entertainment



Imagen 14: Vestuario del grupo femenino Aespa en presentación en vivo en el programa musical Inkigayo | Fuente: SBS



Imagen 15: Vestuario del grupo femenino Aespa en la red carpet de los MAMA Awards 2022 | Fuente: Sport news

1.2.2 DISEÑO DE ESCENOGRAFÍA

Ahora bien, para completar la experiencia estética que busca darle la industria del *K-pop* a su público, también es importante hablar sobre las escenografías que se brindan tanto en vídeos musicales como en presentaciones en vivo.

Una escenografía se puede definir como el espacio diseñado para una actuación en concreto, constituye una experiencia espacial para quien interactúa directamente con esta, así como para el público al que se le ha asignado un espacio para disfrutar la actuación en calidad de espectador (Priambodo & Surya, 2022). La escenografía desempeña un papel fundamental en los espectáculos ya que, al ser el primer estímulo que recibe el espectador, configura su perspectiva y moldeará el significado de la experiencia relacionada al espectáculo en cuestión. La escenografía, en conjunto con otros elementos como el vestuario, la música, coreografía, iluminación, etc. reflejarán el mensaje y la emoción que, en este caso, los artistas buscan proyectar (Priambodo & Surya, 2022).

La ambientación, la moda y los colores contribuyen a una película muy estilizada que acentúa detalles que reaparecerán en otras historias en diversos formatos. De

este modo, la producción consigue construir una continuidad más allá del vídeo único, vinculando la ficción de cada vídeo o actuación escénica con anuncios en programas de televisión y conciertos (Fendler, 2019).

Para ejemplificar lo anteriormente mencionado tomaré la escenografía utilizada en la presentación del tema *0x1=LOVE-SONG (I know I love you)* en el programa musical *Music Bank*⁵ (imagen 16, 17, 18 y 19). La estructura exhibe una clara influencia de la arquitectura gótica, caracterizada por sus arcos puntiagudos que se elevan majestuosamente, creando una sensación de verticalidad y elegancia. Las ventanas, talladas con esmero, imitan la forma de lancetas, añadiendo un toque distintivo a la fachada. Estas ventanas altas permiten la entrada de una luz tenue, creando un juego de luces y sombras que realza la atmósfera mística del entorno, enfatizando así la sensación de esperanza, devoción puesta sobre el interés amoroso del cual se habla en la letra de la canción, el cual se refuerza con la iluminación y los ornamentos de enredaderas y rosales. En lo más alto, el techo ostenta una elaborada tracería, detalladamente diseñada para formar intrincados patrones que acentúan la sofisticación de la estructura, evocando la majestuosidad que se le atribuye a estos elementos arquitectónicos, principalmente en las iglesias, en donde la luz da una sensación etérea y de estarse acercando al cielo, entendido en el contexto de la presentación, como una metáfora de salir del mar de problemas y la depresión en que están sumergidos.

Con lo anterior podemos resaltar la importancia comunicativa de las escenografías, las cuales en conjunto con la música, coreografías, vestuario y representaciones visuales, cumplen con la función de enfati

⁵ Ver vídeo en: <https://www.youtube.com/watch?v=dYjDJMBvTLg>



Imagen 16

Imagen 17

Imagen 18

Imagen 19

Fuente: KBS

zar el mensaje que se busca brindar al público, generando de esta manera, una experiencia estética completa que logra sumergir al público.

1.2.3 COREOGRAFÍAS Y REPRESENTACIONES VISUALES

El *K-pop* abarca una amplia variedad de estilos musicales, géneros dancísticos y elementos culturales, fusionando influencias del *hip-hop*, el *R&B*, la música tecno, la electrónica, la balada, la salsa, la danza moderna, la danza musical, el ballet clásico e incluso la danza folclórica tradicional asiática. Los artistas de *K-pop* están forjando una identidad asiática innovadora y desafiante que atraviesa las fronteras en el siglo XXI, mostrando un concepto de "coreanidad mutante multicultural" en la escena internacional (Oh, 2015). Dicha coreanidad, de hecho, se cimienta con el fin de la intervención japonesa, tras la caída de la bomba atómica en Hiroshima y Nagasaki, con la que Estados Unidos y la Unión Soviética acordaron dividir la península coreana; a partir de este evento, Corea del Sur se vio fuertemente influenciada por Estados Unidos, influencia que se acentuaría aún más tras la Guerra de Corea y, posteriormente, con el nacimiento de la música idol, es decir, el *K-pop* (San Diego, 2021). Si bien es cierto que la industria ha buscado implementar elementos tradicionales coreanos, ya sea mediante el vestuario, la escenografía y simbolismos, también usan a su favor el orientalismo, definido por Said (2003, p. 273) como un sistema de representaciones delimitado

por toda una serie de fuerzas que sitúan a Oriente dentro de la ciencia y de la conciencia occidentales, es decir, la idea imaginaria que existe en occidente sobre oriente, principalmente los países del sudeste asiático; esto ha generado, como resultado, una amalgama de elementos culturales tanto coreanos como del resto del mundo, los cuales han permitido el alcance global que esta industria tiene hoy día, no sin tomar en cuenta, la mezcla con el idioma inglés, también conocido como *Konglish* (Vitagliano, 2019).

Las representaciones visuales a partir de esta coreanidad mutante multicultural han producido resultados sumamente interesantes como lo puede ser el tema *The Real* de *Ateez*⁶, el cual tanto en su video musical como en el instrumental y en sus presentaciones en vivo, hace una mezcla de referencias a elementos tradicionales de su cultura, como lo es el uso de *Hanbok*, vestimenta tradicional coreana, el instrumental con toques folclóricos y; en el caso de la presentación en vivo de este tema en los *MAMA awards 2021*, implementan el *samulnori* (사물놀이), compuesto por *samul* que significa "cuatro cosas" y *nori* que significa "jugar", es un género musical perteneciente a las artes escénicas coreanas, el cual incorpora elementos de la música folclórica y religiosa y se caracteriza por sus armonías fuertes y acentuadas, así como por movimientos corporales vibrantes y un espíritu enérgico (Herrera, 2022); y el *talchum* (탈춤), arte integral que abarca danza, música y teatro, el cual consisten en un conjunto de entre seis y diez

⁶ Ver video en: https://www.youtube.com/watch?v=IPWU_e5VX48

músicos que acompañan a intérpretes enmascarados que realizan sátiras sobre temas sociales, permitiendo el reforzamiento de la identidad cultural; desde 2022 forma parte del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad (UNESCO, s.f.). De esta forma, conviven elementos de su cultura con elementos occidentales como lo son la vestimenta inspirada en el hip hop y la coreografía, reforzando así el mensaje del tema, el cual habla sobre la humildad y diversos valores confucianos que ellos etiquetan como the real coolness, enunciando un orgullo por sus raíces y su cultura, poniéndolo al alcance de su público local e internacional, generando de esta forma, un valioso intercambio cultural que nos permite conocer más sobre este país sin el sesgo que el orientalismo puede suponer, pero también sabiendo usar éste a su favor.



Imagen 20: Presentación en vivo del tema The Real de la agrupación surcoreana Ateez en los MAMA awards 2021 | Fuente: Mnet

Una parte esencial de esta identidad se refleja a través de la danza, la cual logra una especie de cinestesia al armonizar el movimiento del baile con el ritmo de la música. Esta interacción entre el movimiento y la música da lugar a actuaciones artísticas y singulares que distinguen a un grupo específico de los demás. La cinestesia se vincula con la conciencia que una



Imagen 21: Presentación en vivo del tema The Real de la agrupación surcoreana Ateez en los MAMA awards 2021 | Fuente: Mnet



Imagen 22: Presentación en vivo del tema The Real de la agrupación surcoreana Ateez en los MAMA awards 2021 | Fuente: Mnet

persona tiene acerca de la posición y el movimiento de las distintas partes del cuerpo a través de los órganos sensoriales de los músculos y las articulaciones. Esto implica sensaciones táctiles, estímulos visuales y sonoros. La relación entre la cinestesia y el movimiento de la danza es evidente, ya que la danza se percibe comúnmente como una respuesta a estímulos expresada a través del movimiento (Triana et al., 2020, pp 59-61).

Un ejemplo sobre esta cinestesia en conjunto con representaciones visuales que resulta sumamente interesante, se encuentra en el art film del tema Black swan de BTS; este vídeo se nos presenta la versión en orquesta del tema acompañada de una coreografía realizada por MN Dance Company, la cual se puede interpretar como la historia de alguien que en un inicio vive influenciado bajo su ego (imagen 23), posteriormente existe un despertar de consciencia en donde comienza a



imagen 23

Imagen 24

Imagen 25

Black Swan Art Film | Fuente: Big Hit Music

enfrentar su sombra al tiempo que huye de ella (imagen 24). Al final la acepta, la integra y vive en armonía con ella (imagen 25).

La sombra está conformada por todas aquellas partes de la personalidad que normalmente conformarían el yo, sin embargo, han sido reprimidas debido a una disonancia cognitiva o emocional, generalmente estas tienen la cualidad de inmoral o despreciable, en la sombra residen los pecados capitales (Stein, 2004). La sombra, así como otros aspectos de la personalidad correspondientes al psicoanálisis de Jung son recurrentes en las representaciones visuales de los videoclips de esta agrupación que, a partir del año 2016, con el lanzamiento de su segundo *full album*, *Wings*, han manejado como concepto la integración de la sombra y el proceso de individuación, entendiendo este como el desarrollo psicológico mediante el cual se llega a ser un individuo, una personalidad unificada pero a la vez única, un ser integrado y no dividido (Stein, 2004).

Representaciones similares pueden encontrarse también en el trabajo de la agrupación *Tomorrow X Together*. En el *concept trailer* de su álbum *The chaos chapter: Freeze*⁸ se introduce al inicio los términos *Fight, Flight or Freeze*, respuestas que surgen a partir del estrés. Entendiendo el estrés como una reacción de lucha (afrontamiento) o de huida del organismo

como respuesta a una amenaza para la supervivencia o la autoestima personal. Es decir, se refiere a las consecuencias de las demandas que nos solicita el ambiente. En consecuencia se produce tanto en condiciones positivas como negativas: la vida cotidiana conlleva indefectiblemente estrés. (Barrio, García, Ruiz & Arce, 2006). Por su parte, *Freeze* hace referencia a la respuesta de congelación o congelación, un término que corresponde a lo que los médicos suelen llamar hipervigilancia (estar en guardia, vigilante, alerta). Esta respuesta de congelación inicial es la Tendencia de acción "detente, mira y escucha" asociada con el miedo. Las presas que permanecen "congeladas" durante la amenaza tienen más probabilidades de evitar la captura, porque la corteza visual y la retina de los mamíferos carnívoros (y, en menor grado, del *Homo sapiens*) evolucionaron principalmente para detectar objetos en movimiento y no el color. Esto a la respuesta inicial de congelación le siguen intentos de huir y luego intentos de luchar; en ese orden (por lo tanto, "huir o luchar" habría sido un término más preciso que el término original acuñado por Cannon en 1929) (Bracha, 2004). Estos conceptos son representados en la narrativa visual de este *trailer*, en el cual podemos observar que los miembros se enfrentan a una amenaza, de la cual huyen en un inicio, posteriormente luchan contra ella y, finalmente se ven superados por dicha amenaza, por lo que terminan generando una respuesta de congelación (imagen 28); todo esto de manera literal y coreografiado a manera de secuencia de acción, permitiendo que

⁸ Ver vídeo en: https://www.youtube.com/watch?v=n_Pyjj-WAXI



Imagen 26

Imagen 27

Imagen 28

Imagen 29

TXT (투모로우바이투게더) The Chaos Chapter: FREEZE Concept Trailer | Fuente: Big Hit Music

sea dinámico y atractivo para el espectador (imagen 26 y 27). Además, descubrimos elementos adicionales, como el tatuaje ubicado en la pierna de uno de los integrantes (imagen 29). Este tatuaje específico representa el tres de espadas de la baraja del tarot y simboliza un sufrimiento extremadamente profundo e intenso. En este contexto, la única respuesta viable es retenerlo en el corazón, aceptarlo y buscar la manera de superarlo. El dolor actúa como un instructor significativo, y esta sensación dolorosa podría percibirse como la amenaza que experimentan.

Continuando con la línea narrativa de este lanzamiento, el primer *teaser* del *title track* *0x1=LOVESONG (I know I love you)*⁹, podemos observar una referencia al filme *Days of being wild* de Wong Kar-wai, específicamente observamos una recreación de la icónica escena de Yuddy, interpretado por Leslie Cheung, bailando mambo. Esta referencia tiene un peso sumamente importante en el concepto de este lanzamiento así como en el concepto general de la agrupación. *Days of being wild* narra la historia de 4 personajes y las problemáticas que tienen que afrontar de alguna manera. Nadie se preocupa por el futuro o el pasado, para los personajes únicamente existe el ahora y éste los puede consumir.

“ESCUCHÉ QUE HAY UN TIPO DE PÁJARO SIN PATAS QUE SÓLO PUEDE VOLAR Y VOLAR Y, CUANDO ESTÁ CANSADO, DUERME EN EL VIENTO; ESTA AVE SÓLO ATERRIZA UNA VEZ EN SU VIDA Y, CUANDO LO HACE, MUERE.” (WONG, 1990, 0:24:11 - 0:24:28).

Esta declaración resalta de manera significativa en el filme, y podemos interpretarla como una metáfora que aborda las diversas etapas que experimentamos a lo largo de nuestra vida. En este contexto, el pájaro se convierte en la representación del individuo, donde su vuelo simboliza la etapa en la que se encuentra o la situación que está enfrentando. Por otro lado, el aterrizaje se interpreta como la confrontación, y la muerte, en este contexto, no se entiende de manera literal, sino más bien como una metáfora. Podríamos decir que el pájaro "muere" al aterrizar, ya que al emprender su vuelo una vez más, ya no será el mismo.

Este enfoque presente en la película se conecta íntimamente con el concepto subyacente en este álbum: la lucha, el vuelo o la congelación (*fight, flight or freeze*). En otras palabras, la forma en que los personajes afrontan su realidad, exploran las profundidades de su psique y atraviesan un proceso de maduración. La metáfora del vuelo del pájaro se entrelaza de manera magistral con la idea de cómo los individuos enfrentan sus desafíos y evolucionan a lo largo de sus vidas, proporcionando una perspectiva rica y reflexiva que se extiende más allá de la pantalla.

⁹ Ver vídeo en: https://www.youtube.com/watch?v=n_PyJj-WAXI

1.3. TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN EL K-POP

La producción audiovisual en el *K-pop* es una manifestación artística caracterizada por su calidad excepcional y sofisticación visual. En el corazón de esta industria, se encuentran técnicas meticulosas que van más allá de la mera creación de videos musicales. Desde coreografías elaboradas y sincronizadas hasta narrativas visuales intrigantes, la producción en el *K-pop* se destaca por su habilidad para fusionar música y visualización en una experiencia única. Este fenómeno utiliza avanzadas técnicas cinematográficas y se apoya en estilos visuales distintivos, innovadores y la aplicación de tecnologías de vanguardia.

Una de las técnicas que, para propósito de este texto, destaca es el *storytelling*, el cual podemos entender como una narrativa atrapante de sucesos, con un mensaje final que deja un aprendizaje o concepto, su objetivo es conectar emocionalmente con el espectador (Universidad de Palermo, s.f.). Posteriormente este recurso se perfeccionaría mediante la creación de universos narrativos, los cuales se presentan a través de los videos musicales y, en muchas ocasiones, se ven reforzados e incluso generan expectativa en los fans mediante presentaciones en vivo, principalmente en premiaciones y eventos de fin de año; cabe aclarar que esta no es una técnica de producción que todas las agrupaciones implementen, sin embargo, quienes lo hacen, logran producciones sumamente llamativas que generan una experiencia interactiva con el *fandom* y entre los fans. Los universos ficticios suelen incluir historias intercaladas a lo largo de diversos álbumes, videoclips y demás contenidos, generalmente emplean una narrativa no lineal.

1.3.1. VIDEOCLIPS Y PRESENTACIONES EN VIVO.

Comencemos por definir qué es el videoclip. Sedeño (2007) lo define como un género audiovisual, un modo diferenciado de gestionar las materias expresivas de la imagen y el sonido, con una intencionalidad global coherente a través de un conjunto de recursos estables y uniformes de naturaleza temática, enunciativa y retórica. Por otro lado, Rodríguez-López (2016, p. 944) define el videoclip como un producto audiovisual y promocional de la industria discográfica que toma influencias directas del lenguaje cinematográfico, publicitario y de las vanguardias artísticas [...] supone la traducción en códigos visuales de una canción mediante el uso de novedosas e impactantes técnicas digitales que pretenden seducir al espectador y que forjan una imagen de marca alrededor del cantante. No obstante, Illescas (2015 p. 41) toma el videoclip como texto audiovisual y lo define como un cortometraje basado en torno a una composición musical previa desplegada en un conjunto de imágenes las cuales, en conjunto con la música, dan lugar a un discurso estético.

Siguiendo la línea del *storytelling* en el videoclip, en el muestreo realizado para la elaboración de este texto, destaco dos tipos de narrativas comunes. La primera siendo vinculada al romance y en donde resalto dos videoclips en particular, uno de ellos siendo *Please don't* de *K.Will*¹⁰, este nos narra la historia de un triángulo amoroso y la frustración del protagonista por el próximo matrimonio de su aparente interés romántico y su mejor amigo, este videoclip tuvo un fuerte impacto en la comunidad de fans del *K-pop* debido al plot twist en donde el interés romántico del protagonista resulta ser su mejor amigo y no la chica. Asimismo, una narra-

¹⁰Ver vídeo en: <https://www.youtube.com/watch?v=PdUiCJnRptk>

tiva bastante popular a inicios de la década de 2010 fue la de los retrocesos en el tiempo y las segundas oportunidades, un ejemplo de esta puede ser el videoclip *In Heaven* de *JYJ*, en donde podemos observar a una pareja de un oficinista sumergido en su trabajo y una pintora deprimida la cual se suicida mientras él se encontraba en una importante presentación en el trabajo, sin embargo, un día despierta y se da cuenta que ha regresado en el tiempo, por lo que decide prestarle más atención a su novia y hacer todo lo posible para evitar el terrible suceso aún si eso significa sacrificar su ascenso laboral o la vida de ambos. Por otro lado, también predominan las narrativas fantásticas en donde podemos destacar el videoclip *Day by day* de *T-ARA*, el cual nos muestra un mundo post apocalíptico situado en el año 2330 y la introducción a un posible universo narrativo de la agrupación que no se continuó ni finalizó.

Otras agrupaciones destacadas con universos narrativos fantásticos son *EXO*, *LOONA*, *BTS*, *Tomorrow X Together* y *Ateez*; de los cuales tomaré como ejemplo los últimos tres a lo largo de este y los siguientes capítulos.

La agrupación masculina *Tomorrow X Together*, mediante sus vídeos musicales nos presenta un universo narrativo sobre el crecimiento personal lleno de magia y las consecuencias que esta puede traer consigo.

Previo a su *debut*, en enero de 2019, se lanzaron *introduction films* en donde, como lo dice su nombre, se introduce a cada miembro por separado con su propia personalidad, estos tienen una imagen juvenil y brillante, la cual apela a un públi-

co joven, principalmente de entre 16 y 20 años. Posteriormente se publicaron los llamados *questioning film*, clips en donde se le asignó un animal, flor y palabra en código morse representativos a cada miembro, los cuales pueden guardar una fuerte relación con el rol que cada uno de ellos mantendrá en su universo narrativo.

Con su álbum debut *The Dream Chapter: Star* se lanzaron 4 videoclips, el primero fue *Crown* o, por su título en coreano 어느날 머리에서 뿔이 자랐다, traducido al español como ‘un día crecieron cuernos en mi cabeza’, este tiene una esencia energética, brillante y juvenil, al tratarse del *debut* del grupo y su presentación al público, el enfoque principal se encuentra en la coreografía (imagen 30) y en los miembros por separado interactuando con animaciones bidimensionales (Imagen 31) y con elementos de realidad aumentada (Imagen 32). Asimismo, el título adquiere relevancia, ya que nos da parte de la premisa sobre su universo narrativo, en donde los cuernos son una representación de los dolores del crecimiento, es decir, las heridas que acumulamos conforme vamos creciendo, principalmente se refiere a las heridas emocionales.



Imagen 30



Imagen 31



Imagen 32

TXT (투모로우바이투게더) '어느날 머리에서 뿔이 자랐다 (CROWN)' Official MV | Fuente: Big Hit Music

¹¹ Ver vídeo en: <https://www.youtube.com/watch?v=F3nCVLlhXmc&list=TLPQMTEzMjIwMjN0Z-0CLH5A&index=2>

¹² Ver vídeo en: <https://www.youtube.com/watch?v=brnC8IL7l4&list=TLPQMTEzMjIwMjOwHr5bwjSehQ&index=3>

El segundo videoclip fue *Blue orangeade*¹⁴, este tiene una estética maximalista con colores brillantes y sobresaturados (imagen 33), contiene referencias a la cultura popular y del internet (imagen 34). La estética del vídeo hace referencia a la letra de la canción, la cual habla sobre el estar enamorado y la explosión de emociones tan intensas que solemos sentir cuando nos enamoramos siendo adolescentes; este vídeo realmente no aporta a su narrativa, sin embargo, funge como un gancho para su público meta, así como para enfatizar la imagen que en este entonces se le buscaba dar al grupo.



Imagen 33: TXT (투모로우바이투게더) 'Blue Orangeade' Lyric Video | Fuente: Big Hit Music



Imagen 34: TXT (투모로우바이투게더) 'Blue Orangeade' Lyric Video | Fuente: Big Hit Music

El tercer videoclip es *Cat & Dog*¹⁵, este también busca enfatizar la imagen inocente y pura que en ese momento tenía el grupo (imagen 35), esto ligado a la cultura del



Imagen 35: TXT (투모로우바이투게더) 'Cat & Dog' Official MV | Fuente: Big Hit Music

aegyo, (hangul: 애교, hanja: 愛嬌) entendido como una actitud percibida linda por los demás. La semántica de la palabra combina dos partes: *ae* (愛), que significa amor, y *gyo* (嬌), que significa "encantador" o "hechizante". Esta "adorabilidad" se realiza entre familiares, amigos y parejas, pero también en ámbitos menos íntimos, como el educativo o el laboral, e incluso entre desconocidos en conversaciones casuales. Además, puede verse en la publicidad, en algunas cualidades antropomórficas asignadas a diversos personajes simpáticos, objetos o dispositivos simbólicos del consumo contemporáneo, tanto dentro como fuera de la mediateca surcoreana (Puqzar, A., & Hong, Y., 2018, p. 2).

El cuarto y último videoclip de este lanzamiento fue *Nap of a Star*¹⁶, el cual está completamente enfocado en su universo narrativo, este se divide en capítulos, y nos narra la historia previa a Crown. Yeonjun despierta un día con cuernos en su cabeza (imagen 36), asustado, decide

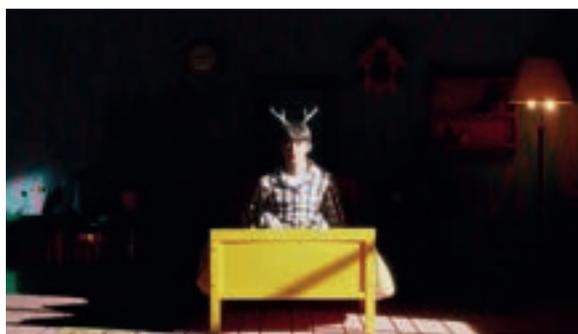


Imagen 36: TXT (투모로우바이투게더) '별의 낮잠 (Nap of a star)' Official MV | Fuente: Big Hit Music

¹⁴ Ver vídeo en: <https://youtu.be/LTz8NjNQp-s?si=gp2WxgoQLRFtTHKj>

¹⁵ Ver vídeo en: <https://youtu.be/NaKrke1EL1A?si=UudmHkq5jH6Sy6MI>

¹⁶ Ver vídeo en: https://youtu.be/XkDA02FHHik?si=C_rAwfbpp_p9Yz4P

huir de casa y adentrarse en las profundidades del bosque, el cual puede ser un símbolo del inconsciente. Aquí hace su primera aparición la figura de un gato negro con un ojo azul y otro verde (imagen 37), el cual será relevante a lo largo de su universo narrativo. Este, con su gran tamaño, intimida a Yeonjun quien, en un acto desesperado, intenta deshacerse de sus cuernos, logrando únicamente lastimarse a sí mismo. Finalmente encuentra apoyo en los 4 miembros restantes, quienes también poseen diferencias, ellos suponen un apoyo para el protagonista y le proporcionan seguridad y compañía (imagen 38).

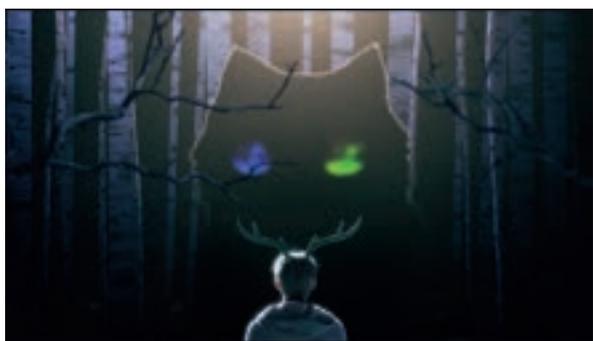


Imagen 37: TXT (투모로우바이투게더) '별의 낮잠 (Nap of a star)' Official MV | Fuente: Big Hit Music



Esto cimentó el universo narrativo de la agrupación el cual, posteriormente, fue llevado al escenario para ofrecer una presentación en vivo única, revelando pistas relevantes y *spoilers* en los *Melon Music Awards 2019*¹⁷ ejemplifica esto mediante el performance de dos temas *No*

¹⁷ Ver vídeo en: https://youtu.be/UlSmk_u2aZ0?si=_H8MpC1GjdUXXPva

Rules y *Run Away*, este último conteniendo un *dance break* el cual consiste en un performance de sombras en donde se narra el acercamiento de los chicos a la magia, sus inseguridades al ser diferentes al resto y el cómo afrontan dichas diferencias, asimismo en las pantallas del escenario proyectó el nombre del mini álbum que lanzarían tan solo unos meses después, en mayo de 2020.

Algo similar sucede en sus conciertos, en esta ocasión me centraré en su tour *Sweet Mirage*¹⁸, en donde los *VCR* proyectados entre actos guardan una estrecha relación con su universo narrativo y, desde luego, con sus vídeos musicales. En las siguientes imágenes podemos observar parte de lo que fueron estos *VCR* en donde destacan un posible grimorio (Imagen 39, 40 y 41) que ha formado parte de su narrativa en los videoclips de *Eternally*¹⁹ y *Frost*²⁰; la catástrofe del dragón (imagen 42, 43, 44, 45 y 46) presentada en el videoclip de *Eternally* y en el cortometraje animado *The Doom's Night*, así como el incidente de *Black water* (imagen 47 y 48) en el videoclip de *Frost*, así como en la novela de *Wattpad* y el *Webtoon* 'The Star Seekers'. Los *VCR* proyectados en esta gira de conciertos generan un impacto positivo en el público, el cual se ve reflejado en redes sociales y comunidades en línea donde los fans comparten y debaten teorías; asimismo mantienen la expectativa a los futuros lanzamientos relacionados con el universo narrativo de la agrupación.

¹⁸ Ver vídeo en: <https://www.youtube.com/watch?v=I5qNCNFB9mE>

¹⁹ Ver vídeo en: <https://www.youtube.com/watch?v=mxlloUcUy0>

²⁰ Ver vídeo en: <https://www.youtube.com/watch?v=X3lA4EeeXtM>

²¹ Ver vídeo en: <https://www.youtube.com/watch?v=XaJpZANCy0w>



Imagen 39: Grimorio del universo narrativo de Tomorrow X Together en el videoclip eternally | TXT (투모로우바이투게더) 'Eternally' Official MV | Fuente: Big Hit Music



Imagen 40: Grimorio del universo narrativo de Tomorrow X Together en el videoclip frost | TXT (투모로우바이투게더) 'Frost' Official MV | Fuente: Big Hit Music



Imagen 41: Grimorio del universo narrativo de Tomorrow X Together en el VCR del tour Sweet Mirage | TOMORROW X TOGETHER WORLD TOUR 'ACT : SWEET MIRAGE' Official Trailer | Fuente: Big Hit Music



Imagen 42: Incidente del dragón y el estadio en el videoclip de Eternally. | TXT (투모로우바이투게더) 'Eternally' Official MV | Fuente: Big Hit Music

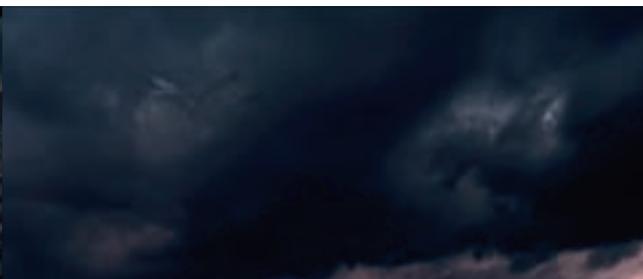


Imagen 43: Incidente del dragón y el estadio en el videoclip de Eternally. | TXT (투모로우바이투게더) 'Eternally' Official MV | Fuente: Big Hit Music



Imagen 44: Incidente del dragón y el estadio en el cortometraje animado The Doom's Night 끝날의 밤 (The Doom's Night) Official Animation - TXT (투모로우바이투게더) | Fuente: Big hit Music



Imagen 45: Incidente del dragón y el estadio en el cortometraje animado The Doom's Night 끝날의 밤 (The Doom's Night) Official Animation - TXT (투모로우바이투게더) | Fuente: Big hit Music



Imagen 46: Incidente del dragón y el estadio en el VCR del tour Sweet mirage TOMORROW X TOGETHER WORLD TOUR 'ACT : SWEET MIRAGE' Official Trailer | Fuente: Big Hit Music

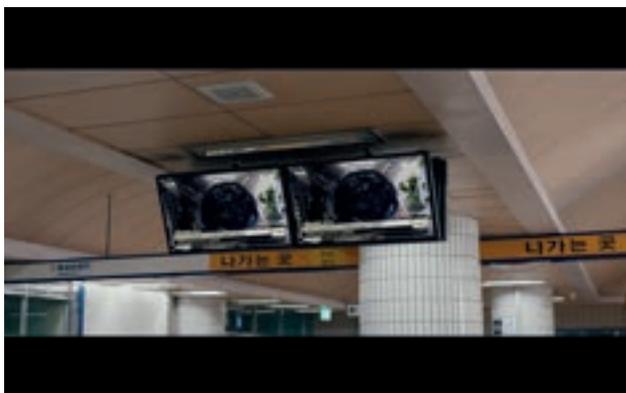


Imagen 47: Incidente del Black Water en el videoclip de Frost TXT (투모로우바이투게더) 'Frost' Official MV | Fuente: Big Hit Music



Imagen 48: Incidente del Black Water en el VCR del tour Sweet mirage TOMORROW X TOGETHER WORLD TOUR 'ACT : SWEET MIRAGE' Official Trailer | Fuente: Big Hit Music

Otro empleo sobre la conexión entre videoclips y presentaciones en vivo relativas a su universo narrativo, lo podemos ver en la agrupación masculina *Ateez*. Este nos ubica en dos realidades paralelas situadas en forma de una banda de *Möbius*, una superficie con una sola cara y un solo borde, tiene la propiedad matemática de ser un objeto no orientable [...] Puede construirse una banda de *Möbius* con un largo rectángulo de papel que hay que retorcer una vez, antes de unir sus extremos. El resultado será una figura que subvierte el modo “normal” (euclidiano) de representar el espacio, ya que parece tener dos lados pero en realidad tiene sólo uno. Esos dos lados sólo quedan diferenciados por la dimensión temporal, por el tiempo que se emplea en recorrer la banda completa (Grippio, 2012). Dichas realidades serían una en donde los miembros viven vidas normales, siendo adolescentes con vidas complicadas unidos en una amistad debido a su pasión por la música y; la segunda, tratándose de un lugar llamado *Strickland*, siendo esta una realidad distópica en la cual el gobierno ha prohibido toda expresión de arte. En esta realidad también existen los miembros, conocidos aquí como *Halateez* y, posteriormente, como *Black Pirates*; ellos son una organización unida para revelarse contra Z (el líder de *Strickland*, quien banneó toda expresión artística con el propósito de crear un mundo perfecto), para así derrocar el gobierno.

Dicho universo narrativo está construido mediante los videoclips, presentaciones en vivo, notas dentro de los álbumes y demás cantidad de material proporcionado al *fandom*; centrándonos en lo que se refiere a conexión entre videoclips y presentaciones en vivo retomaré sus más recientes lanzamientos. Comenzando por el videoclip *Bouncy (K Hot Chilli Peppers)* lanzado el 16 de junio de 2023, este se desarrolla en lo que podrían ser los barrios populares de *Strickland*, en donde

vemos a los *Black Pirates* mezclarse con el resto de la población e infiltrarse en la *Prestige Academy*, una academia de élite en *Strickland*, para poder llevar a cabo su plan de rebelión; de aquí podemos destacar dos elementos, el primero siendo la cabra, la cual es una referencia a la novela distópica *Nosotros* de *Yevgueni Zamiatin* y el segundo siendo el *cheongyang gochu*, un tipo de chile verde coreano que podría simbolizar el estímulo necesario para despertar los instintos de la gente y darle la fuerza para revelarse contra el estado.

Esta narrativa se continúa en su presentación durante los *MAMA Awards 2023*²³, en donde se proyectó un VCR en el cual se revela parte de la estrategia de los *Black Pirates*, la cual consta en propagar una idea, la cual logran invadiendo los sueños de las personas; su objetivo son personas con niveles muy elevados de estrés y fatiga, por lo que el *cheongyang gochu* podría ser un símbolo de tentación, la tentación por darle cierto sabor a la vida y una experiencia catártica tras tanto tiempo de ser oprimidos por el gobierno totalitario de *Strickland*. Este acto da pie a la promoción de su tema promocional *Crazy Form* del álbum *The world ep. fin: Will* que sería lanzado dos días después, el 1 de diciembre de 2023. En esta presentación, como se puede ver en las siguientes imágenes, se llevan elementos del VCR al escenario, logrando de esta forma, ofrecer una experiencia totalmente inmersiva para el público.

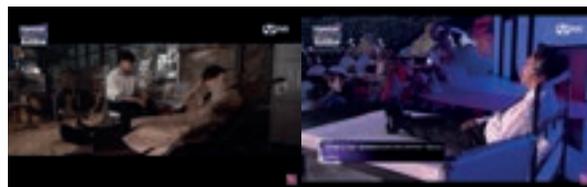


Imagen 49: Elemento del VCR en el escenario de la presentación de Ateez en los MAMA Awards 2023 | Fuente: Mnet

Imagen 50: Elemento del VCR en el escenario de la presentación de Ateez en los MAMA Awards 2023 | Fuente: Mnet

²² Ver vídeo en: <https://www.youtube.com/watch?v=U0G50A6ZH5w>

²³ Ver vídeo en: <https://www.youtube.com/watch?v=MegIK5e30tc>



Imagen 51: Camioneta en el VCR y el escenario de los MAMA Awards 2023 | Fuente: Mnet

Imagen 52: Camioneta en el VCR y el escenario de los MAMA Awards 2023 | Fuente: Mnet

Imagen 53: Caja fuerte con cheongyang gochu en VCR y en medio del acto en el escenario de los MAMA Awards 2023 | Fuente: Mnet

Imagen 54: Caja fuerte con cheongyang gochu en VCR y en medio del acto en el escenario de los MAMA Awards 2023 | Fuente: Mnet

1.3.2. INNOVACIONES EN EL K-POP

Podemos hablar de innovación per se a partir de la segunda generación del *K-pop*, en donde esta combinación de las fórmulas en grupos idol estadounidenses y los japoneses se perfecciona y comienzan a debutar grupos con miembros que pasaron por un periodo de *training* más riguroso, en donde ahora eran capaces de ofrecer performances más completos con coreografías sumamente sincronizadas e increíbles vocales, lo cual también les permitió poder exportar su producto al resto del mundo, comenzando por Asia. No obstante, si hablamos sobre innovación en un periodo mucho más reciente en la industria del *K-pop* puede ser a partir del 2013 aproximadamente, con el desarrollo de los universos narrativos que se han descrito a lo largo de este texto y que se seguirán retomando en los próximos capítulos; esto ha brindado a los fans una experiencia inmersiva en cuestión musical y también a nivel narrativo, de tal manera que seguir a alguno de los grupos que cuentan con un universo narrativo les proporciona, una historia contada de manera no lineal de la cual pueden realizar teorías y acomodar el material publicado para comprender la historia, la experiencia de cercanía brindada debido a la relación parasocial que se genera entre idols y fans y la música; siendo esta última el vehículo principal para llegar al público.

Asimismo, esta industria revolucionó el consumo de álbumes físicos en la era del *streaming*, en donde la mayor parte del

consumo musical es mediante plataformas como *Spotify*, *FLO*, *Melon*, *Genie* y *Naver Vibe*. Dicha innovación consta en brindarle al público algo más que un CD, los álbumes físicos cuentan con una gran variedad de diseños y materiales que los convierten en objetos de colección para muchos fans, así como otros objetos que le dan un valor agregado al mismo; estos varían según la agrupación y el álbum y pueden ser *photobooks*, llaveros, sets de stickers, postales, *paper toys*, *lyric books* y, las tan codiciadas *photocards*, las cuales consisten en una fotografía de la agrupación o de algún miembro en específico, los materiales y acabados pueden ser muy variados y la gracia de las mismas está en que son aleatorias; estas surgen por primera vez en 2010 en el álbum *Oh!* de la agrupación femenina *Girls' Generation* y desde entonces se ha vuelto un elemento común en álbumes físicos y demás mercancía oficial.

Otras innovaciones vienen de la mano con el desarrollo y perfeccionamiento de las tecnologías como lo puede ser la realidad aumentada, esto lo podemos ver en premiaciones como los *Melon Music Awards 2020* y los *MAMA Awards 2022*, en donde la experiencia brindada en el *live-stream* del evento se ve enriquecida con elementos de realidad aumentada que interactúan en el escenario. En las siguientes imágenes podemos apreciar el uso de este recurso en los dos eventos anteriormente mencionados, siendo el primero durante la presentación de la agrupación *Tomorrow X Together* en donde se proyecta una cueva y un puma

que complementa la presentación del tema *Puma*, con la cual se enfatiza el mensaje de deseo de libertad que expresa la canción, todo esto inspirado en un incidente en el que un puma escapó de un zoológico y terminó siendo asesinado por la policía, aún cuando este no suponía un peligro para las personas y, más adelante, se proyectan planetas y nubes rosadas alrededor del escenario durante la presentación del tema *Blue Hour*, en donde complementan la esencia del mismo y de la época en sí, en donde muchas personas deseaban escapar de la realidad tan dura en la que nos encontrábamos debido a la pandemia.



Imagen 55, 56 y 57: Implementación de la realidad aumentada durante la presentación de la agrupación Tomorrow X Together en los Melon Music Awards 2020 | Fuente: Big Hit Music

Asimismo podemos ver la implementación de este recurso durante la presentación de la agrupación *Stray Kids* durante los *MAMA Awards 2022* en el performance de su tema *Venom*, en donde se proyecta una araña gigante por encima del escenario, lo cual da el efecto de que uno de los miembros baja al escenario colgando de la telaraña de esta, en este ejemplo su aporte es mucho más estético y eleva la experiencia vía livestream en conjunto con los movimientos de cámara y la iluminación.

Ver vídeo en: <https://www.youtube.com/watch?v=19I0AaGJuu0>

Este recurso supuso una innovación principalmente como consecuencia de la pandemia del COVID-19, en el que la experiencia brindada a través de los conciertos, así como muchas otras actividades de nuestra vida cotidiana, se vieron obligadas a realizarse en línea, por lo que estos gráficos de realidad aumentada sobre los escenarios fueron un valor agregado, el cual se ha intentado mantener en estas premiaciones de fin de año; no obstante, es un recurso que aún se encuentra en periodos de prueba y perfeccionamiento. Un ejemplo óptimo de el tipo de presentaciones en vivo que se pueden ser complementadas con gráficos de realidad aumentada, hasta el momento, lo pudimos ver en la ceremonia de apertura de la final del campeonato mundial de *League of Legends 2023*, en el cual se presentó la agrupación *NewJeans*, quienes interpretaron *GODS*²⁵, el himno del campeonato de ese año, en donde se brindó un espectáculo, el cual fue un conjunto de coreografía con bailarines, un actor que estuvo presente durante toda la ceremonia y gráficos de realidad aumentada que, en conjunto, simulaban una pelea con personajes del juego, posicionando al actor en el escenario y, el personaje en realidad aumentada que sería su contrincante, posicionado sobre el público. Esto refuerza el sentimiento de epicidad que generan las batallas en el juego y, en este caso, en la competencia entre los equipos finalistas.



Imagen 58: Implementación de gráficos de realidad aumentada durante la presentación de NewJeans en los World's 2023

²⁵ Ver vídeo en: <https://www.youtube.com/watch?v=uiZ7EsMPsuw>

1.3.3. TENDENCIAS ACTUALES

Ahora bien, al hablar de tendencias podemos abordarlas desde diversos puntos de vista, uno de ellos siendo la parte conceptual, a su vez esta tiene dos tangentes: la primera en donde las agrupaciones adoptan una tendencia en cuestión estética y musical, esto se puede ejemplificar con la agrupación femenina *NewJeans*, las cuales han desarrollado su carrera alrededor de la tendencia del *Y2k*, apelando a un público perteneciente a las generaciones milenial y Z, las cuales se caracterizan por tener una nostalgia romantizada sobre el pasado, lo cual le ha traído un gran éxito en comparación con lo corta que es su carrera. En las siguientes imágenes se puede ver ejemplificada esta apelación por la nostalgia a la cual se ha apegado el grupo *Newjeans*, llegando a colaborar incluso con las chicas superpoderosas, siendo el estilo de dibujo de la portada para una de las versiones de su álbum *Get Up*.



Imagen 59: Fotografía concepto con estética Y2k para el sencillo *OMG* de la agrupación *New Jeans* | Fuente: Hybe Labels



Imagen 60: Álbum colaboración del grupo *New Jeans* con las chicas superpoderosas | Fuente: Hybe Labels

Por otro lado, tenemos a *Tomorrow X Together*, quienes no se limitan a un sólo concepto, sino que saben adaptarse y destacar a las tendencias del momento, esto lo podemos ejemplificar con sus lanzamientos de 2021 *The Chaos Chapter: Freeze* y *The Chaos Chapter: Fight or Escape*, en donde retoman una estética emo de los años 2000 o una combinación de la estética emo y la *skater*, que se vió a inicios de los años 2000 con artistas como *Avril Lavigne* y retomó fuerza entre el 2020 y 2022.

En las siguientes imágenes podemos observar el *styling* utilizado en el videoclip *0x1= LOVESONG (I know I love you)*, en donde destaca la estética emo de los años 2000; así como las fotografías concepto para el álbum *repackage The Chaos Chapter: Fight or Escape*, en donde predomina la combinación de estéticas de las subculturas emo y *skater*.



Imagen 61: Styling para el videoclip *0x1=LOVESONG (I know i love you)* | Fuente: Big hit Music

Imagen 62: Fotografía concepto para el álbum *repackage The Chaos Chapter: Fight or Escape* | Fuente: Big hit Music

Esta adaptación musical a tendencias también se pudo ver durante el 2020 y 2021 en toda la industria, en donde destacan temas como *When we disco* de *JYP*, *I can't stop me* de *Twice*, *Mago* de *GFriend* y finalmente *Dynamite* de *BTS*. Todo esto adaptándose a fenómenos de occidente como lo fueron en ese momento *Dua Lipa* con su álbum *Future Nostalgia* o como *The Weeknd* con su sencillo *Blinding lights*.

1.4. ESTRATEGIAS DE HIPERMEDIA EN LA INDUSTRIA DEL K-POP

La industria del *K-pop* se ha convertido en un fenómeno cultural sin precedentes, este éxito es el resultado de sus talentosos artistas y el equipo detrás de ellos, sin embargo, parte importante de este se debe a las estrategias hipermedia meticulosamente planificadas por las agencias.

La primera de estas estrategias consiste en generar anticipación por el debut o *comeback* de los artistas, en el caso de *Tomorrow X Together*, remontándonos a su debut, esta anticipación se generó primero con el anuncio de que su agencia *Big Hit Entertainment*, ahora *Big Hit Music*, debutaría después de 6 años a un grupo masculino; siendo *BTS*, quienes comenzaban a recibir un gran reconocimiento a nivel mundial para ese momento, la única agrupación con la que contaba esta agencia. Con este contexto, la expectativa que se generó en el público fue muy grande, debido a que comenzaron a esperar una agrupación con la calidad vocal, de rap, de baile y narrativa, cuando menos similar a la de su grupo *senior*. Dicho anuncio se realizó el 27 de noviembre 2018, preparando con esto al público y dejándolo a la expectativa del material que se lanzaría al año siguiente, ya que se dejó en incógnito la cantidad de miembros que conformarían la agrupación, su concepto y demás detalles. Dos días después únicamente definiría que el grupo contaría con 5 integrantes.

Posteriormente, el 11 de enero de 2019, se reveló al primer miembro, *Yeonjun*; el 14 de enero, se revela el segundo integrante, *Soobin*; el 16 de enero, se presenta al tercer miembro, *Hueningkai*; el cuarto miembro en ser revelado fue *Taehyun*, el 18 de enero; y finalmente, el 20 de enero se presenta al quinto y último integrante, *Beomgyu*. Dicha presentación se realizó

mediante los anteriormente mencionados, *introduction films*, los cuales fueron vídeos cortos en donde se les podía observar en diferentes locaciones mostrando un poco de su personalidad y finalizando con un intrigante código morse, el cuál se descifró como la palabra *dreaming*.

Después, el día 7 de febrero se anuncia su debut con el mini álbum *The Dream Chapter: Star*, el cual se lanzaría el 4 de marzo de ese mismo año.

Para el 19 de febrero, se lanza una serie de fotografías concepto en donde los chicos lucían prendas informales en una cafetería y una tienda de conveniencia; posteriormente el 21 de febrero, se revela un segundo conjunto de fotografías concepto en donde se puede observar a los miembros en las butacas de un cine. En las siguientes imágenes podemos observar tomas grupales de ambas fotografías concepto.



Imagen 63: Fotografía concepto de la agrupación Tomorrow X Together para su álbum debut *The Dream Chapter: Star* | Fuente: Big Hit Music



Imagen 64: Fotografía concepto de la agrupación Tomorrow X Together para su álbum debut *The Dream Chapter: Star* | Fuente: Big Hit Music

Para el 22 de enero se revela el listado de los 5 temas que incluiría este álbum, siendo *Blue Orangeade*, *Crown*, *Our Summer*, *Cat & Dog* y *Nap of a star*. El día 26 se lanza un teaser para el videoclip de su tema promocional 'Crown'. El 3 de marzo se revela un clip con fragmentos de los temas pertenecientes a este álbum y, finalmente el 4 de marzo a las 6pm, horario estelar en Corea, sale a la luz el videoclip de *Crown* y el álbum completo en plataformas de streaming y en formato físico. Tras este lanzamiento comienzan sus actividades de promoción, las cuales consistieron en el *Debut Celebration Show* de la televisora *Mnet*, asistir a programas musicales de diversas televisoras, el lanzamiento de videoclips para el resto de temas de este álbum, los cuales se han tratado a profundidad anteriormente en este texto y un *Debut Showcase* en Estados Unidos, el cual consistió en una serie de conciertos en dicho país.

Cabe aclarar que no todos los debuts son promocionados o anticipados de la misma manera, ciertamente comparten elementos en común como lo pueden ser las fotografías concepto, la revelación miembro por miembro, los *teasers* para el videoclip de su tema principal y la promoción el programas musicales; sin embargo, todos estos elementos serán adaptados al concepto y personalidad que tenga el grupo, así como en el presupuesto que le asigne su agencia.

Prosiguiendo con la anticipación manejada para los *comebacks* y siguiendo con el ejemplo de *Tomorrow X Together*, podemos afirmar que la dinámica es bastante similar, generalmente la prensa anuncia que la agrupación se está preparando para su *comeback*, posteriormente se realiza el anuncio oficial y ellos lo hacen de una manera peculiar: su logo va cambiando junto con su concepto, por lo que se lanza una animación en donde el logo se transforma del concepto anterior al

que tendrán en su próximo *comeback*, finalizando con el nombre que recibirá el álbum así como la fecha y hora en que será el lanzamiento.

Ulteriormente se publica mediante redes sociales una calendarización del contenido próximo a revelarse, como lo son el *concept trailer*, las fotografías concepto, clips concepto, el *album medley*, que consiste en pequeños fragmentos de los temas incluidos en el álbum y sus respectivos créditos; así como los teasers de su tema promocional y finalmente el lanzamiento de su respectivo videoclip. Este tipo de estrategias mantienen al *fandom* a la expectativa un mes o algunas semanas previas al *comeback* del grupo.

Otras estrategias hipermedia que se llevan a cabo en esta industria son el uso intensivo de diversas redes sociales como lo son Instagram, Tiktok y Twitter; Fan cafés y comunidades en línea, las cuales pueden verse en plataformas como *Weverse*, en donde los fans pueden interactuar con sus idols y entre ellos mismos, a su vez mediante estos se facilita contenido como lo pueden ser fotografías inéditas en los cumpleaños de los miembros, *lives*, *merchandising* digital y físico; documentales, *reality shows*, apariciones en programas de variedades, contenido exclusivo para fans, transmisión de conciertos y *fanmeetings*, colaboraciones con marcas y demás contenido multicanal.

1.4.1. INTEGRACIÓN DE MEDIOS Y PLATAFORMAS.

En esta industria es bastante común el uso de contenido multicanal, es decir, se integran diversas plataformas para llegar a más audiencia y mantener presencia. Como se mencionó anteriormente, la presencia en redes sociales cumple una función vital para mantener presencia todo el año, asimismo, plataformas como

Tiktok permiten una gran difusión de su trabajo musical y performático mediante *challenges* de los temas principales de cada lanzamiento, los cuales adquieren relevancia al realizarse con otros artistas del medio e incluso generan un lazo entre los artistas y los fans que realizan su *challenge*, a su vez, gracias al algoritmo de la plataforma, permite que llegue a más público afín a este tipo de música y contenido.

Por otro lado, podemos hablar de la integración de medios y plataformas desde otra perspectiva, retomando la estrategia de anticipación para los *comebacks* en el caso de *Tomorrow X Together*, esta integración se da mediante las fotografías concepto, estas se revelan a la medianoche en Corea, se publica una fotografía por miembro en redes sociales y se adjunta un enlace que nos redirecciona a su página web, en la cual podemos ver una breve descripción de lo que será el lanzamiento y, al navegar por la página, encontramos la sección destinada a las fotografías concepto, usualmente observamos un simulador del *display* de un teléfono móvil, en ocasiones pide una contraseña, que es el aniversario de su debut, y en otras, como podemos observar en las siguientes imágenes, es un mapa, en el cual se fueron desbloqueando una a una las tres áreas que abarca, cada una perteneciendo a una serie de fotografías concepto, dentro de cada una de estas áreas se pueden marcar seis locaciones distintas, cinco de ellas perteneciendo a cada uno de los integrantes y la sexta, siendo las fotografías grupales; asimismo, una de estas secciones, más específicamente las fotografías concepto *'you'*, se simulan mensajes y videollamadas con cada uno de los miembros como si estuviesen esperando por uno como usuario para tener una cita.



Imagen 65: Previsualización de las fotografías concepto 'World' del álbum The Chaos Chapter: Freeze | Fuente: Big Hit Music



Imagen 66: Previsualización de la experiencia de usuario generada a través de las fotografías concepto 'Boy' y 'You' del álbum The Chaos Chapter: Freeze | Fuente: Big Hit Music

²⁶Ver en: https://ibighit.com/txt/eng/discography/detail/the_chaos_chapter_freeze.html

Otra forma en la que se implementan diversos medios y plataformas en esta industria es mediante la transmedia, la cual representa un proceso en el que los elementos integrales de una ficción se dispersan sistemáticamente a través de múltiples canales de distribución con el fin de crear una experiencia de entretenimiento unificada y coordinada (Jenkins, 2007).

Para hablar de la transmedia es necesario retomar los universos narrativos que se han tratado a lo largo de este texto y, para efectos prácticos, tomaremos como ejemplo el universo narrativo de *BTS*; este ha sido distribuido mediante cuatro canales distintos, estos siendo los vídeos musicales, el *manhwa*²⁷ ‘*Save Me*’ distribuido a través de *webtoon*²⁸, y *The most beautiful moment in life: the notes*, el cual consistió en notas publicadas vía twitter y mini libros incluidos en los álbumes *Love Yourself: Her*, *Love Yourself: Tear*, *Love Yourself: Answer*, *Map of the soul: Persona* y *Map of the soul: 7*; estos se publicaron de manera no lineal y, posteriormente se publicaron en orden mediante dos tomos físicos.

Mediante los vídeos musicales se comenzó a tratar dicho universo narrativo en el año 2015, con los videoclips de *I NEED U* y *RUN* pertenecientes a los álbumes *The most beautiful moment in life pt 1* y *2*, mostrándonos diversas escenas que se retomarían en el *webtoon* de 2019 *Save Me*, así como en *the most beautiful moment in life: the notes*, publicadas a partir del año 2017 y concluidas en 2020. En donde se narra la historia de Jin quien, tras irse a estudiar a Estados Unidos por un tiempo, regresa a Songju, su ciudad natal, y comienza a

buscar al resto de sus amigos para darse cuenta de lo miserables que se han tornado sus vidas. Termina por realizar un pacto con un extraño gato, el cual le permitiría regresar en el tiempo para salvar a todos sus amigos, generando así, un bucle temporal, el cual reiniciará cada que algún miembro muera o él cometa un error, sin saber que el precio a pagar es la pérdida de sus memorias más preciadas.

Este tipo de narrativas permiten la integración de diversas plataformas y, como resultado, generan una respuesta positiva en el *fandom*, quienes buscan recopilar la mayor cantidad de información que se les pueda proporcionar mediante estas para atar cabos y realizar teorías y conjeturas para tener un mejor entendimiento de la narrativa en cuestión; proporcionando de esta manera, una experiencia inmersiva para el público.

²⁷ Manhwa es el término mediante el cual se denominan las tiras cómicas o historietas coreanas.

²⁸ Webtoon es el término acuñado al formato de historieta digital en Corea del Sur, el cual consiste en una imagen vertical larga que facilita su lectura en dispositivos móviles, asimismo, este es el nombre que recibe la aplicación perteneciente a Naver y creada en 2004 en donde se publica este formato de historietas.

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN EL K-POP



Las estrategias de comunicación en esta industria se planifican incluso antes de elegir la alineación que conformará el grupo, todo esto mediante su sistema de training, en donde reciben clases de baile, canto, modelaje, actuación, y de idiomas extranjeros, priorizando el inglés y japonés, esto para facilitar la comunicación con sus fans internacionales y, además, facilitar la construcción de una relación parasocial entre idols y fans. Horton y Wohl (1956) definen la relación parasocial como la aparente relación cara a cara entre el espectador y el intérprete, en este caso, entre idols y fans; en donde se busca crear la ilusión de cierta cercanía e intimidad, culminando con el desarrollo de sentimientos hacia el artista. Las relaciones parasociales que se establecen con figuras mediáticas suelen durar más, dado que el origen de estas relaciones se basa en la exposición que las celebridades tengan en los medios de comunicación masivos que el fan o espectador consume (Prieto, 2023).

Las agencias de entretenimiento siguen el modelo *B2B (business to business)*, en donde producen contenidos audiovisuales (docu-realities) para plataformas como Naver, Youtube o, anteriormente, en Vlive en los que aparecen los integrantes del grupo de *K-pop* realizando pruebas, misiones o compitiendo entre ellos. Estos productos tienen un doble objetivo; se genera contenido para el consumo de los fans, el cual aumenta la exposición mediática de los idols y, además, se monetiza esta creciente relación parasocial (Prieto, 2023). Ejemplos de este tipo de contenidos pueden ser los programas *TODO*²⁹ de *Tomorrow X Together*, *WANTEEZ*³⁰ de *Ateez* y *Run BTS!*³¹, como lo especifica su nombre, de *BTS*.

²⁹ Ver en: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLCzxoPUYVQX2vpHvmxzoSiffZh5Xw3TGe>

³⁰ Ver en: https://www.youtube.com/playlist?list=PL_G3IYLGW-D_yqkYBZgIhC-TYrN18POCdQ

³¹ Ver en: https://www.youtube.com/playlist?list=PL5hrGMysD_GsFYwSFDWD-yUAfpHEwTDhE

Esta misma exposición mediática y relación parasocial también se buscan reforzar al enviar a los idols a programas de variedades como lo son *Weekly Idol*, *Amazing Saturday*, *Running Man*, *Men on a mission*, entre otros, durante las promociones de algún lanzamiento; en estos programas se realizan juegos entre los miembros y los presentadores, así como dinámicas que permiten conocer al o los idols en cuestión de una manera “más personal”, ya que se busca que compartan anécdotas ocurridas tras bambalinas o en los dormitorios para visibilizar la dinámica del grupo en un ambiente mucho más privado. También existen otro tipo de programas como lo es *The Return of Superman* o *I Live Alone*, el primero consiste en dejar a padres (todos ellos celebridades) a cargo de sus hijos sin ayuda alguna de sus esposas, sin embargo, también se invitan idols a convivir y jugar con los hijos de otras celebridades; el segundo consiste en que celebridades solteras y que vivan solas abran las puertas de su hogar y el equipo de producción les siga en su vida cotidiana. Estos, son conocidos como programas de *yenung*, los cuales ofrecen una imagen aparentemente más sincera de los idols, permiten que ellos cuenten historias o anécdotas con las cuales el público pueda empatizar; asimismo ofrecen al público un canal aprobado para el disfrute voyeurista mediante el cual los gratifican elevándoles a la posición de productores; esto quiere decir que la estrategia de marketing y construcción de marca depende, en gran medida, de las narrativas generadas por los consumidores en torno a los idols, los cuales son personificaciones a la vez que cuerpos vivos de interés (Choi y Maliangkay, 2015, p. 138). Esto, a su vez, busca resaltar determinadas cualidades que permitan que tanto sus fans como el público general obtengan una personalidad respetable de su idol, lo cual en el futuro se puede traducir como mayor apoyo en su carrera, contratos comerciales con marcas y un crecimiento en su .

2.1. BRANDING Y CONSTRUCCIÓN DE IMAGEN

El *branding* se puede definir como un ejercicio orientado a capturar la esencia de un producto, lo cual tiene como objetivo generar una personalidad atractiva, diferente y significativa para su *target*, logrando así conectarle a un nivel emocional con la marca. Esto incluye la definición de la identidad o imagen que se quiere tener en un mercado, su diseño gráfico y la puesta en escena de la marca frente a determinados públicos, de manera que tome relevancia y, además, rentabilidad a través de todos los procesos de compra y recompra de la misma (Ballesteros, 2016).

Kim Seong-min, director creativo de *Big Hit Music* en una entrevista brindada a *Cosmopolitan Korea* (noviembre, 2022) describe que el *branding* dentro de una agencia de entretenimiento comienza con la creación de un concepto que posteriormente se traduce en música, baile, vestuario y maquillaje, siendo el producto final, el álbum, el cual después lleva al enfoque en los fans, en donde se incluyen el merchandising y los performances. Esto es aplicable en toda la industria, ya sea que se trate del debut de un nuevo grupo o solista, o bien de un *comeback*. Continuando con el caso de *Big Hit Music*, se enfatiza el hecho de que cuenta con un equipo de *branding* distinto para cada uno de sus artistas, lo cual puede suponer una ventaja ya que esto permite a los equipos centrarse en su totalidad en el proyecto o los proyectos que se estén desarrollando alrededor de cada uno de sus artistas, así como brindarles determinada continuidad.

El mejor ejemplo de *branding* aplicado en una agrupación de *K-pop* es *Tomorrow X Together*, para ello retomaré la constante modificación de su logo mencionada en el capítulo anterior; si bien esto podría ser

perjudicial bajo cualquier otro contexto, en una industria tan veloz, como lo es la del *K-pop*, representa una ventaja ya que les permite ajustarse a cualquier concepto y, con ello, mantenerse actualizados con las tendencias, manteniendo relevancia, así como ir creciendo y evolucionando junto con su público.

UN LOGO ANIMADO ES SIEMPRE UNA DE LAS PRIMERAS REVELACIONES ANTES DE SU COMEBACK. PARA CADA ÁLBUM, EL GRUPO DESVELA UNA VARIACIÓN DE SU LOGOTIPO QUE FUNCIONA COMO UNA PISTA SOBRE EL SIGNIFICADO DEL PRÓXIMO LANZAMIENTO (OH, 2023). TOMORROW X TOGETHER MANTIENE UN CONCEPTO QUE HABLA SOBRE EL CRECIMIENTO PERSONAL, SU TRABAJO MUSICAL SE DIVIDE EN CAPÍTULOS; COMENZARON EN THE DREAM CHAPTER, EN DONDE LA NARRATIVA SE CENTRA EN LA INOCENCIA DE LA INFANCIA Y EL SIGNIFICADO DE LA JUVENTUD; THE CHAOS CHAPTER NARRA EL CÓMO LIBERARSE DE CADENAS (ATA-DURAS) DEL CAOS QUE SUPONE EL CONOCER NUEVAS PERSONAS, Y THE NAME CHAPTER NARRA LA BÚSQUEDA DE IDENTIDAD PROPIA, ASÍ COMO EL ENFRENTAMIENTO CON EL MUNDO REAL. POR OTRO LADO, LOS MINISODE, LOS CUALES SON PEQUEÑOS CAPÍTULOS ENTRE CADA CAPÍTULO, NOS MUESTRAN SITUACIONES QUE HAN TENIDO QUE AFRONTAR, MINISODE 1: BLUE HOUR HABLANDO SOBRE EL CONFINAMIENTO POR LA PANDEMIA, MINISODE 2: THURSDAY'S CHILD HABLANDO SOBRE LA EXPERIENCIA DE LIDIAR CON UN CORAZÓN ROTO Y SUGIRIENDO QUE, POR ENDE, SU REALIDAD TAMBIÉN ESTÁ ROTA Y MINISODE 3: TOMORROW, SOBRE CÓMO LA SOCIEDAD BUSCA QUE LOS ADULTOS JÓVENES PIERDAN PARTE DE SU IDENTIDAD PARA SER CONSIDERADOS "ADULTOS SERIOS". LA LÍNEA PRINCIPAL DE ÁLBUMES DE TOMORROW X TOGETHER, LA SERIE CHAPTER, MUESTRA CÓMO CRECEN CON EL TIEMPO, PASANDO DE FORMAR PARTE DE SU GRUPO DE IGUALES, A CONVERTIRSE EN UNA PARTE DE UNA PAREJA Y A DESCUBRIR SU VERDADERA IDENTIDAD. EN CAMBIO, LA SERIE DE MINISODE REFLEJA LAS REALIDADES A LAS QUE SE ENFRENTAN COMO LA OPORTUNIDAD DE UN CAMBIO DRÁSTICO (OH, 2023). EN LA SIGUIENTE IMAGEN PODEMOS OBSERVAR LA TRANSFORMACIÓN DE SU LOGOTIPO DESDE SU DEBUT HASTA EL LANZAMIENTO MÁS RECIENTE HASTA EL MOMENTO EN QUE SE ESTÁ REDACTANDO ESTE TEXTO.



Imagen 67: Transformación del logo de Tomorrow X Together desde su debut a la actualidad | Fuente: Big Hit Music

Con ello podemos dar énfasis a las palabras del director creativo de *Big Hit Music*, Kim Seong-min, en su entrevista para *Cosmopolitan Korea*:

TXT ES UNA MARCA FLEXIBLE. EL LOGOTIPO NO ES FIJO Y CAMBIA DE UN ÁLBUM A OTRO. NUNCA ES ABURRIDO PORQUE EL LOGOTIPO SIEMPRE CAMBIA Y SE ADAPTA AL CONCEPTO Y A LA MARCA. ESTO SIGNIFICA QUE SON UN GRUPO INTERMINABLE CON MUCHAS HISTORIAS DIFERENTES QUE CONTAR. (COSMOPOLITAN KOREA, NOVIEMBRE, 2022)

2.1.1. NARRATIVAS Y CONCEPTOS EN CAMPAÑAS PROMOCIONALES

Como se ha mencionado a lo largo de este capítulo, toda narrativa en las campañas publicitarias gira alrededor del concepto de las agrupaciones o bien, en el concepto de su lanzamiento; la mayoría suele publicitarse con *banners* en zonas estratégicas, utilizando alguna de las fotografías concepto incluyendo el nombre del lanzamiento, más recientemente las *pop up stores* se han vuelto tendencia, estas están disponibles para el público un par de días

o semanas previas al lanzamiento, generalmente proveen una experiencia única para quienes las visitan, se ofrece mercancía edición limitada, fotografías inéditas y spots para tomar fotografías, lo cual promueve que el usuario lo publique en redes sociales y genere publicidad gratuita tanto para la *pop up store* como para el lanzamiento próximo a revelarse.

En la siguientes imagen podemos observar la mercancía lanzada en la *pop up store* de la agrupación *NewJeans* en colaboración con la cafetería *NUDAKE* para el lanzamiento de su segundo EP *OMG*, el cuál consistió en 5 pasteles con forma de conejo (forma representativa para la agrupación, siendo parte de su logo y correspondiendo al nombre de su *fandom*, *Bunnies*) representando a las 5 integrantes así como demás mercancía limitada con la imagen de la agrupación.



Imagen 68: Pop up store OMG! NU+JEANS, NewJeans en colaboración con NUDAKE | Fuente: @nu_dake en instagram

Otras campañas publicitarias sobresalientes las podemos observar con la promoción del álbum *The World Ep. 2: Outlaw* de la agrupación masculina *Ateez*, para ello es importante recordar su universo narrativo, situándonos específicamente en *Strickland*, donde *Hallateez* o los *Black Pirates* están siendo buscados y se ofrece recompensa por ellos por representar una amenaza para el estado, con esto en mente, se colocaron diversos *banners* de búsqueda, los cuales unos días después aparecieron destrozados y grafitados con estandartes de la agrupación, trayendo su universo narrativo a la realidad. Asimismo para la promoción de su tema promocional *BOUNCY (K Hot Chilli Peppers)*, se pudieron observar ocho pequeñas camionetas vendiendo chiles, estas estaban repletas con cajas rotuladas con el logo del grupo y mediante un altavoz se podía escuchar la voz de los miembros vendiendo *cheongyang gochu*³². En las siguientes imágenes podemos observar las dos estrategias promocionales anteriormente mencionadas.



Imagen 69 y 70: Publicidad para el álbum *The World Ep. 2: Outlaw* en Corea | Fuente: Twitter (@hwamaze)



Imagen 71 y 72: Camionetas promocionales para el tema promocional *Bouncy* en Corea | Fuente: Twitter (@tiiny_joogie)

³² Ver vídeo en: <https://x.com/sanissan0710/status/1662362744514023425?s=20>

En el caso de *NewJeans*, la *pop up store* *OMG! NU+JEANS*, al unirse con la cafetería *NUDAKE*, reforzó la imagen del grupo como algo *trendy*, elevando el significado de lo que es ir a una cafetería, trayendo mercancía que se siente refrescante, tal como el concepto del grupo, asimismo, esto ayudó a mantener el público que lograron cautivar con con el sonido alegre e inocente de su primer lanzamiento, así como atraer aún más público brindándoles mediante su *pop up store*, una experiencia de exclusividad, en donde factores como requerir una reservación para entrar o tener que formarse por tiempos prolongados para poder obtener la mercancía y principalmente, uno de los pasteles de conejo y posteriormente poder compartirlo en redes sociales, les brinda una sensación de prestigio; en el caso específico de *NewJeans*, esta sensación de prestigio va más allá del obtener mercancía limitada de su grupo favorito, ya que su estética y su sencillo *Hype Boy* captaron el cariño y atención del público general, obteniendo como resultado, un apoyo masivo a su trabajo musical así como su rápida escala en los *charts* coreanos.

Mientras tanto, en el caso de las promociones de *Ateez* para su álbum *The World Ep. 2: Outlaw*, se extrae su narrativa de los vídeos musicales y álbumes al mundo real, realizando así la ideología anarquista que tiene el grupo dentro de su narrativa y suponiendo una democratización de su arte (el cual está baneado en su universo narrativo), así como hacer que su fandom forme parte de esta. Por otro lado, esto enfatiza la imagen de personas comunes y corrientes que buscan reflejar, en su narrativa ellos forman parte del pópulo.

2.2 ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL

El marketing digital ha tenido un papel fundamental en el impacto y el fenómeno global en que se ha convertido el *K-Pop* hoy en día. Una de las diversas estrategias empleadas es la presencia en redes sociales las cuales, con el paso de los años, han adquirido cada vez más relevancia.

El *Social Network Marketing* permite generar o mantener un vínculo con el público meta a través de las redes sociales [...]Ha sido utilizado como una estrategia de mercado innovadora, ya que las redes sociales suponen plataformas de fácil acceso para todo aquel que cuente con acceso a internet, esto facilita a las marcas el reconocimiento y posicionamiento de su marca así como el establecer una vía de comunicación bidireccional con sus clientes y potenciales clientes, construyendo así una relación a largo plazo (Sharma, 2020).

2.2.1. PROMOCIÓN EN REDES SOCIALES Y PLATAFORMAS DIGITALES

Si retomamos la creación de relaciones parasociales como una estrategia de comunicación en esta y otras industrias, podemos decir que las redes sociales han ayudado a reforzarla. Si bien, antes los fans eran capaces de conocer de manera “más personal” a sus idols mediante programas de variedades, ya sean televisados o, posteriormente, publicados vía youtube; el constante crecimiento de las redes sociales, supuso un nuevo canal de demanda y, a su vez, de oportunidad para reforzar dichas relaciones parasociales, esto mediante los *livestreams* grupales, por sub-unidad o de manera individual a través de plataformas como *Instagram*, *VLive* o *Weverse*, así como como videolla-

madras uno a uno con duración de uno a dos minutos, las cuales se adquieren a través de rifas, en donde sólo los fans más leales, es decir, quienes más álbumes compran o compiten mediante ciertas dinámicas manejadas por las agencias, son aquellos que tienen la oportunidad de acceder a ellas (Abidin & Lee, 2023).

Asimismo, *Tiktok* se ha convertido, desde el inicio de la pandemia del COVID-19 hasta hoy día, en la plataforma por excelencia de *K-pop Challenges*, una estrategia que, en un inicio, fue utilizada por la plataforma para poder instalarse y permanecer en el mercado surcoreano (Abidin & Lee, 2023) y que, posteriormente, significó un canal adicional de promoción con el que, si bien podrían no necesariamente llegar a un público más amplio debido a los algoritmos de burbuja mencionados anteriormente en este texto, pudiesen publicitarse en su público nicho y crecer dentro del mismo. Los *K-pop Challenges* surgen en enero de 2020 con el solista *Zico*, quien crea una cuenta en la plataforma para poder comunicarse de manera directa con sus fans, posteriormente publicó un trailer para promocionar su tema próximo a lanzarse, *AnySong*, para después invitar a sus fans a ser partícipes de este lanzamiento subiendo su vídeo bailando una parte de la coreografía con el audio previo del lanzamiento y con el hashtag *#AnySongChallenge*, generando así una dinámica para participar por un álbum firmado por el artista y, finalmente, publicando otro vídeo con *Hwasa* de la agrupación femenina *Mamamoo*, siendo esta la primera colaboración de *K-pop* en la plataforma de *Tiktok* (Abidin & Lee, 2023). A la fecha los *K-pop Challenges* son sumamente anticipados por los fans cuando sus agrupaciones favoritas hacen *comeback* donde, por parte de los idols y sus agencias, se han llegado a generar coreografías sencillas en el coro del tema promocional para que todo el público pueda realizar dicho challenge y; por el lado de los fans, partici-

pando activamente en estos y esperando que colaboren con otros idols con los que el fan esté interesado en que interactúen.

Por otro lado, las métricas en redes sociales han adquirido gran importancia en la última década, esto debido a los criterios de programas musicales como lo son *Inki-gayo* de la televisora *SBS*, *MCountdown!* de *Mnet*, *Music Bank* de *KBS*, *Show Music Core* de *MBC*, entre otros, dichos criterios puntúan o califican el tema más popular de manera semanal por ventas digitales y físicas, así como reproducciones del vídeo musical en *Youtube* o del tema en cuestión en plataformas de *streaming* como lo son *Genie*, *FLO*, *MelOn*, etcétera; votaciones mediante redes sociales, conocidos como *SNS Points* (*Social Networking Service Points*), los cuales se introdujeron en el año 2013 cuando se reconoce el crecimiento y exposición en redes sociales para la industria del *K-pop*, comenzando a medir el éxito de los lanzamientos con los likes y reproducciones obtenidas (Abidin & Lee, 2023).

En la siguiente imagen podemos observar un gráfico realizado por el *fandom* de la agrupación *NCT Dream* con los criterios y porcentajes del programa musical *Music Bank* para su lanzamiento *Reload*, el cual tuvo lugar en abril de 2020.

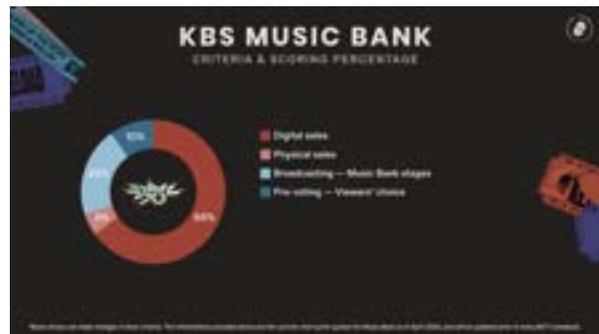


Imagen 73: Gráfico de los criterios de puntuación para el programa musical *Music Bank* en abril de 2020 | Fuente: Twitter (@NCTsmtownUnion)

De esta forma se une la promoción tanto en medios digitales como medios tradicionales, lo cual permite el crecimiento exponencial de las agrupaciones y solistas.

2.2.2. COLABORACIONES Y ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Continuando por el lado de la promoción en redes sociales y los *K-pop Challenges* en *Tiktok*, las colaboraciones para estos forman parte importante de la estrategia tanto para ampliar su popularidad dentro del nicho así como para salir de él, ya que estas no se reducen únicamente colaborar con más personas del medios, y con otras personalidades reconocidas. Un ejemplo de esto lo podemos ver con *Tomorrow X Together*, quienes han colaborado en la plataforma realizando los challenges de los temas *MOA Diary*³³ y *Happily Ever After*³⁴ con *Keria*, jugador profesional de *League Of Legends*, miembro del reconocido equipo de *SK telecom, T1* y quien reconoció ser fan de este grupo idol; así como con el *dance crew* japonés *Tsubakill*³⁵, reconocido equipo de baile profesional quienes adquirieron mayor popularidad dentro de Corea del Sur por su participación en el programa *Street Woman Fighter 2*. Y *Shin Yubin*, tenista de mesa surcoreana que también ha reconocido ser fan de de la agrupación, con quien realizó el *challenge* para el tema *Happily Ever After*³⁶, tras regresar al país como medallista de oro en el *WTT Contender Lima*. En las siguientes imágenes se muestran a las personalidades ya mencionadas con las que ha colaborado *Tomorrow X Together*.

Las colaboraciones y alianzas se hacen con personalidades reconocidas, también con marcas bien posicionadas en el mercado tanto local como global, para continuar

³³ Ver video en: <https://www.tiktok.com/@txt.bighitent/video/7314660201293204737?lang=en>

³⁴ Ver video en: <https://www.tiktok.com/@txt.bighitent/video/7314668239940750594?lang=en>

³⁵ Ver videos en: <https://www.tiktok.com/@txt.bighitent/video/7298564673136348417?lang=en> | <https://www.tiktok.com/@txt.bighitent/video/7298333414476762369?lang=en> | <https://www.tiktok.com/@txt.bighitent/video/7298332534247673089?lang=en>

³⁶ Ver videos en: <https://www.tiktok.com/@txt.bighitent/video/7293895212231904513?lang=en> | <https://www.tiktok.com/@txt.bighitent/video/7294251042936524033?lang=en> | <https://www.tiktok.com/@txt.bighitent/video/7294251281751805185?lang=en>



Imagen 74: Keria, integrante del equipo profesional de League of Legends | Fuente: Riot Games



Imagen 75: Tenista de Mesa, Shin Yubin | Fuente: Lillius



Imagen 76: Tsubakill | Fuente: Mnet

con el ejemplo de *Tomorrow X Together*, ellos han colaborado con marcas locales como *Ma:nyo*, *Clio* y *Kundal*; así como marcas internacionalmente reconocidas como *Samsung*, *Ralph Lauren*, *Burberry* y *Dior*, de la cual actualmente son embajadores.

El empleo de personalidades del *Hallyu* como embajadores de marcas se reconoce como una de las estrategias de marketing más eficientes para aumentar las ventas, principalmente ventas en línea. Cuando una marca nombra embajador a un idol, los fans tienden a comprar estos productos como una muestra de devoción, ya que se les estimula la motivación hedónica de compra, ya sea impulsada por la satisfacción, necesidades emocionales u otras necesidades propias de cada consumidor (Umar, Liesl, Himawan, & Mustikasari, 2023).

2.3. COMPROMISO Y COMUNIDADES EN LÍNEA

Desde la invención del internet, la cultura juvenil se ido trasladando poco a poco de espacios físicos a espacios virtuales, esto acentuado también por la pandemia del COVID-19. Actualmente podemos decir que los jóvenes se comunican y experimentan el mundo a través de los medios digitales, en donde las interacciones toman lugar en espacios virtuales facilitados por el internet; con ello la cultura popular también ha sido trasladada y experimentada en medios digitales, los cuales ya forman parte de nuestra vida cotidiana (Kim, 2017). Bajo este entendido, las corporaciones que conforman las industrias culturales, de las cuales la industria del *K-pop* no ha sido la excepción, han encontrado en el internet y en la forma en que los jóvenes se comunican y experimentan su realidad, una oportunidad de promoción para sus productos, los cuales pueden derribar las barreras del lenguaje y zona geográfica incrementando, de esta forma, su alcance (Mestre, 2020).

Podemos definir comunidad como una red de vínculos, interacciones y relaciones entre individuos que, mediante la comunicación, generan un sentido de pertenencia entre sus miembros. Esto, llevándolo a lo

virtual, da como resultado las comunidades en línea, entendidas como espacios de negociación entre usuarios, construcción de dinámicas sociales, de estructuras, de contextos de emergencia y de interpretaciones particulares (González, 2005).

Una de las comunidades en línea más grandes es la *K-pop Stan Twitter*, para ello el diccionario de *Cambridge* define *stan* como aquella persona que admira o es devota a un cantante o persona famosa, con esto, podemos entender que la *K-pop stan twitter* hace referencia a la comunidad de personas en *twitter* que siguen activamente a uno o más grupos o solistas de *K-pop* y que basan sus interacciones en esta plataforma alrededor de dichos artistas. Dentro de esta comunidad en *twitter*, las micro celebridades son indispensables en lo que respecta a la difusión de información, asimismo, la función de *retweet* en la plataforma permite una difusión rápida de la misma. Ahora bien, estas micro celebridades se originan mediante la difusión de información, contenido original y, en ocasiones, la organización de eventos tanto físicos como virtuales que tienen como punto central a sus artistas favoritos (Mestre, 2020). De igual manera, muchas agrupaciones publican contenido exclusivamente en esta plataforma, como lo pueden ser fotografías o encuestas que formarán parte de la dinámica de algún segmento de entretenimiento o de algún evento *offline*. Pese a que los fans también pueden conectar con sus artistas a través de otras plataformas como *instagram*, esta no suele impulsar la interacción entre fans y la comunicación entre idols y fans suele ser unidireccional, ya que la mayoría de los fans se limitan a interactuar con el contenido publicado por los artistas; en este sentido podemos decir que la forma de interacción en *instagram* únicamente refuerza la sensación de intimidad con el público debido a la aparente falta de intervención de cámaras profesionales y equipos de producción (Mestre, 2020). Por otro

lado, en el caso *facebook*, existen páginas de fans o grupos en los cuales se comparten memes, traducciones ya sean de autoría de los administradores o rescatadas de *twitter*, así como la facilitación de información relevante sobre los artistas; todo este despliegue de traducciones e información se convierte en un trabajo gratuito de fans para fans como resultado de la devoción que tienen hacia sus artistas favoritos (Mestre, 2020).

2.3.1. INTERACCIÓN CON FANS Y CREACIÓN DE CONTENIDO EXCLUSIVO

Otras comunidades en línea son creadas a través de los *fan cafés*, los cuales son foros oficiales gestionados por las agencias en donde los fans pueden interactuar con los idols en mayor o menor medida. También existen plataformas que tienen como función principal generar comunidad entre idols y fans, un ejemplo de estas pueden ser *Universe* y *Weverse*, ambas funcionan de una manera muy similar: descargas la aplicación, creas una cuenta y, a partir de ello, puedes elegir a cualquier agrupación o solista que se encuentre en la plataforma para unirte a su comunidad; en esta puedes realizar publicaciones para otros fans o para el artista, las cuales pueden llegar a ser comentadas por este, asimismo, al ser parte de la comunidad el usuario tiene acceso a contenido multimedia y, en el caso específico de *Weverse*, acceso a lives, los cuales se pueden traducir como otro canal de interacción entre idols y fans; así como la posibilidad de acceder a contenido exclusivo pagando por una membresía anual, la cual también incluye un kit de mercancía, mercancía especial y acceso preferencial para la compra de boletos para conciertos. Por otro lado existen plataformas como *Bubble*, la cual eleva la interacción entre idols y fans, esto mediante una suscripción mensual que permite al usuario compartir mensajes con sus idols favoritos (Martínez, 2020), estas suscripciones se adquieren de manera individual para cada miembro, por lo que si el usuario busca interactuar con la agrupación entera tendrá que pagar tantas suscripciones como miembros haya en su agrupación predilecta.

En las siguientes imágenes se puede observar parte de la experiencia brindada a los fans a través de la plataforma de Weverse.

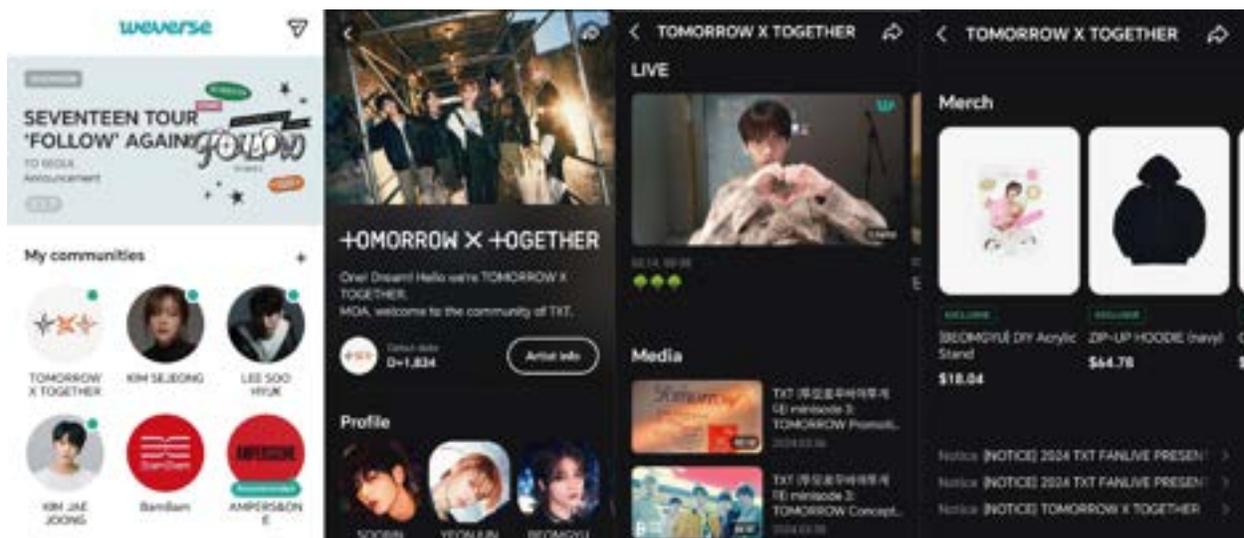


Imagen 77: Ruta de navegación en la comunidad del grupo Tomorrow X Together a través de la plataforma de Weverse | Fuente: Weverse



Imagen 78: Sección de cartas enviadas por los fans | Fuente: Weverse



Imagen 79: Traducción de publicación realizada por Yeonjun en Weverse | Fuente: Twitter (@translatingTXT)



Imagen 80: Comentarios realizados por Yeonjun en publicación de un fan | Fuente: Weverse

2.3.2. FAN MEETINGS, CONCIERTOS VIRTUALES Y OTRAS INICIATIVAS

Otra forma de interactuar con los fans se brinda mediante los fan meetings, los cuales son reuniones similares al meet & greet occidental, en donde los idols firman álbumes y tienen breves interacciones cara a cara con los fans (Rodriguez, 2021). El formato anteriormente mencionado es uno de los más comunes y generalmente las entradas se sortean a través de la compra de álbumes en pre-orden significando, de esta forma, que cada álbum comprado es una oportunidad de ganar una entrada al evento. No obstante, los idols también realizan fan meetings más pequeños después de las pre grabaciones y antes de que comience la transmisión en vivo de algún programa musical; generalmente las entradas a estos programas se realizan mediante sorteos a través de la comunidad oficial o el fan café del grupo y, los fan meetings se suelen organizar a las afueras del recinto en donde se esté llevando a cabo la grabación, estos, debido a su corta duración, no permiten una interacción uno a uno, sin embargo, los idols interactúan y juegan un rato con los asistentes y, en ocasiones, suelen darles regalos que salen del bolsillo de los idols o de ellos en conjunto con su equipo de producción.



Imagen 81: Regalos de idols hacia fans en fan meeting | Fuente: Twitter (@snwfilm | @youandjun | @SBS_star)

Tal como se ha tratado a lo largo de este texto, la pandemia por COVID-19 supuso un freno a todas nuestras actividades cotidianas realizadas de manera presencial, para lo cual los *fan meetings* y conciertos no fueron la excepción; ante ello, al igual que se trasladaron las actividades escolares, laborales y sociales a medios digitales, las agencias encontraron en plataformas digitales una oportunidad de llegar a su público local y global mediante conciertos virtuales y *fan calls*.

La música en escenarios busca ofrecer una experiencia única al espectador en la cual éste logra una conexión tanto con el intérprete como con los demás asistentes y, en este contexto, suponiendo un escape de la realidad (Ochoa, 2023). En el caso de la cultura generada alrededor del *K-pop*, las presentaciones en vivo y conciertos satisfacen cuatro factores: el temporal, espacial, el realismo y la experiencia de aceptación compartida significando, finalmente, un lugar en donde los idols interactúan con sus fans a nivel global y local (Lee, 2021). La industria del *K-pop* se decantó por brindar conciertos vía *streaming*, los cuales son interpretaciones musicales realizadas con equipos profesionales en estudios de grabación o montaje, las cuales se transmiten en vivo a través de redes sociales u otras plataformas digitales (Ochoa, 2023). Lee (2021) nombra al performance que se lleva a cabo en conciertos virtuales ofrecidos por idols de *K-pop* como *cyberformance* (un performance llevado a cabo en el ciberespacio), término que hace referencia al espectáculo transmitido en tiempo real que permite la participación a distancia de las personas a través de un espacio virtual. Para la industria los conciertos virtuales supusieron una manera más accesible de llegar a los fans internacionales, ya que en el ciberespacio no existen limitaciones espaciales (Lee, 2021), mientras los espectadores tengan acceso a internet y, un boleto que es significativamente más económico que

el de un concierto presencial, pueden experimentar un concierto desde la comodidad de sus hogares sin importar la zona geográfica y horaria.

Para mejorar la experiencia de los fans en los conciertos virtuales surgieron plataformas de *streaming* específicamente para conciertos como los son *Beyond LIVE*, desarrollada por *SM Entertainment* de la mano con *NAVER*, y *Weverse concerts*, desarrollado por *HYBE Labels*. Estas plataformas permiten la visualización de conciertos en tiempo real, así como retransmisiones; además, los espectadores tienen acceso a un chat en vivo el cual los idols leen entre actos para no perder esa interacción con los fans pese a la distancia, de igual manera, si los fans acceden a la transmisión minutos antes de que el concierto inicie, pueden encontrarse con mensajes escritos por los artistas a través del chat y, en el caso específico de *Weverse concerts* y mi experiencia personal en un concierto de *Tomorrow X Together* existen animaciones del *lightstick*, con el cual puedes animar a los artistas, emulando la manera en que se hace en los conciertos presenciales.

Otra iniciativa por parte de las agencias de entretenimiento surcoreanas para mitigar los efectos de la pandemia en la experiencia brindada a los fans fueron las *fancalls*, los cuales son eventos en los que los fans que adquirieron un álbum en específico en determinado periodo de tiempo entran a una rifa o tienen la posibilidad de registrarse en un rifa para ganar una videollamada de máximo tres minutos de duración con un grupo de *K-pop* o con alguno de los integrantes (Machado, 2022).

Actualmente, pese a que, las actividades presenciales como conciertos y *fan meetings* ya son llevados a cabo con normalidad, los conciertos virtuales y *fancalls* se mantienen presentes debido al gran alcance que supuso el traslado de estos eventos

a medios digitales, de tal forma que hoy día se realizan conciertos presenciales que son transmitidos simultáneamente vía *streaming*, aumentando significativamente el número de espectadores sin que el espacio físico suponga una limitante, de la misma forma que las *fancalls* permiten que un mayor número de fans tengan la oportunidad de interactuar con sus idols favoritos sin que necesariamente se encuentren en Seúl o siquiera en Corea del Sur.

2.3.3. RECEPCIÓN Y EFECTO EN LOS FANS A TRAVÉS DE REDES SOCIALES Y OFFLINE

Tal como lo menciona Olmedo (2017), pese a la transmisión de series televisivas surcoreanas en televisión abierta de habla hispana, el *K-pop* no repercutió de la misma manera que en países asiáticos, por lo que su difusión y consumo quedó focalizado en el internet hasta haberse convertido en el fenómeno cultural que supone en la actualidad; es por ello que las redes sociales tienen un papel de suma importancia en la cultura de los fandoms de *K-pop*, los cuales representan demográficos muy diversos, ya que su localización geográfica, edad y género varían según el grupo o solista del que se trate; si bien es cierto que la gran mayoría se conforma por adolescentes y jóvenes adultos, existen fandoms, principalmente de grupos de la segunda generación, que están conformados en su mayoría por personas en sus treintas.

Como se demostró en el apartado anterior, en redes sociales se albergan la mayor parte de las comunidades en línea, a través de las cuales se puede observar la recepción de los fans ante los contenidos multimedia proporcionados por las agencias de entretenimiento. Asimismo, mediante estas y las interacciones que se generan en ellas, los fans adquieren un papel de creadores de contenido, el cual se

ve reflejado en forma de *covers*, *dance covers*, *fanarts*, *fanfics*, entre otros (Olmedo, 2017). La RAE define *cover* como el extranjerismo que hace referencia a la reinterpretación de un tema musical, por lo que el *dance cover* podemos definirlo como la reinterpretación de una coreografía, en este caso, de *K-pop*; estos contenidos generalmente se encuentran albergados en *Youtube* y *Tiktok*, este último como consecuencia de los *challenges* mencionados en apartados anteriores, sumado a la facilidad que el algoritmo de esta plataforma proporciona para la viralización de los vídeos, así como la posibilidad que los fans tienen para recibir un dúo, me gusta o comentario de su idol favorito.

Ahora bien, *Urban Dictionary* define el *fanart* como el dibujo o ilustración, ya sea digital o a mano, sobre un idol, aplicado en este caso específico, y mediante el cual se le rinde tributo; estos generalmente pueden ser publicados a través de *DeviantArt*, *instagram* y *twitter*, sin embargo, también podemos encontrar contenido sobre estos en *tiktok*, ya sea a manera de *speed paintings*, entendido como una técnica de dibujo rápido, o bien como como la grabación en cámara rápida del proceso de los *fanarts*. Finalmente, definamos el *fanfic* (abreviación de *fanfiction*) como un escrito ficticio en donde los personajes que participan en la narrativa son conformados por actores, idols o personajes de algún programa de televisión, comic, videojuego o película, realizado por fans; este tipo de contenidos residen principalmente en plataformas especializadas como *AO3*, *Wattpad*, etc. En las siguientes imágenes podemos observar fanarts de la agrupación *Tomorrow X Together* recolectados de *twitter*.



Imagen 82: Fanarts de miembros de de la agrupación Tomorrow X Together | Fuente: Twitter (@aoyedong @thaengdu @leesamsong) (de izquierda a derecha)

Por otro lado, la devoción de los fans hacia sus idols se ve reflejada a manera de cartas, regalos, comida, ropa e incluso artículos de lujo, estos últimos principalmente por parte de fans asiáticos; sin embargo también es muy común que los fans se organicen para poner banners por los cumpleaños de los idols, por el aniversario de su debut, así como muchos otros eventos relevantes; principalmente en Corea, pero poco a poco se ha vuelto algo cada vez más recurrente en otros países. A continuación se puede observar el banner colocado en el barrio coreano de la Ciudad de México para recibir a la agrupación femenina *Twice* en sus conciertos del 2 y 3 de febrero de 2024 como parte de su gira mundial *Ready to be*.



Imagen 83: Banner colocado en Ciudad de México para recibir a Twice por su gira de conciertos Ready to be | Fuente: Instagram (@dongsongshop)

Hasta ahora se ha revisado la recepción de los fans como consecuencia de la cultura que se ha generado alrededor del *K-pop*, sin embargo, también podemos encontrar otra clase de respuestas generadas a través de redes sociales, las cuales nos muestran el análisis que los fans realizan sobre el contenido audiovisual que están consumiendo. Retomando los universos narrativos que se han tratado a lo largo de este texto podemos ejemplificar esto mediante el *Ateez Lore masterdoc*³⁷, el cual es un documento realizado por diversas fans de la agrupación *Ateez*, este recopila, organiza cronológicamente y explica el universo narrativo de esta agrupación tomando en cuenta las entradas de diario que se han incluido en los álbumes, presentaciones en vivo, videos musicales y demás contenido proporcionado por su agencia *KQ Entertainment*. Así mismo, podemos ver algo muy similar con *MOA*, el *fandom* de *Tomorrow X Together*, mediante diversos canales de comunicación como lo son *twitter*, *tiktok* y *youtube*; en donde abundan videos e hilos sobre teorías reali-

³⁷ Ver en: https://docs.google.com/document/d/1jRIS8zmOxWwFAaHp_5zUM-POAw0icjgr56bKE_kKegM/edit#heading=h.4ausfvwdmwet | Fuente: Twitter (@hala_loretiny)

zadas alrededor del universo narrativo de esta agrupación, estos buscan poder ordenar cronológicamente el material que se ha ido publicando desde su debut, así como resolver misterios dentro de la trama y dudas que se han generado en el *fandom* respecto a este, de la misma forma se puntualizan referencias que se realizan en vídeos musicales, *teasers* y presentaciones en vivo para que todos los fans accedan por su cuenta a ellos y así puedan continuar desarrollando y compartiendo teorías. Por otro lado, también existen canales de *youtube* como *Laina Sunflower*, quien realiza videos explicando videoclips de la agrupación, así como de teorías que se ha ido creando respecto a este universo. A continuación podemos observar algunos de los vídeos realizados por esta creadora de contenido así como algunos ejemplos de hilos en *twitter* hablando sobre teorías realizadas por MOA.



Imagen 84: Hilos en twitter de las cuentas @soo_txt, @yawnzzlove y @taevngl compartiendo teorías sobre el universo narrativo de Tomorrow x Together

Esta recepción por parte de los fans demuestra que los contenidos generados por la industria del *K-pop* pueden ayudar a diversificar y enriquecer el consumo y la cultura audiovisual de los estudiantes y docentes del área de medios audiovisuales e hipermedia, así como significar una apertura cultural y una influencia considerable para que los estudiantes puedan generar proyectos audiovisuales complejos que puedan tener un impacto significativo en los espectadores.

EL K-POP EN LA ASIGNATURA DE MEDIOS AUDIOVISUALES E HIPERMEDIA



3.1 UNIDAD 1. SELECCIÓN DEL PROYECTO

El ascenso del *K-Pop* como un fenómeno global ha creado un terreno fértil para la experimentación y la innovación en la combinación de medios audiovisuales e hipermedia. Proyectos como "*The Dream Chapter*" de *Tomorrow X Together (TXT)* destacan por su sofisticada aplicación de la narrativa transmedia. La elección de este proyecto para su análisis en el ámbito académico del curso *Laboratorio de Investigación-Producción en Medios Audiovisuales e Hipermedia II* no es aleatoria; refleja un creciente interés por comprender cómo artistas y agencias de entretenimiento utilizan múltiples plataformas para la construcción de universos narrativos que amplían la experiencia del espectador más allá de la música, sumergiéndolos en historias que van más allá de los límites tradicionales del entretenimiento.

En esta era de convergencia cultural, Jenkins (2006) argumenta que la narrativa transmedia representa una metodología crucial para la producción y consumo de medios, en la que la historia se disemina a través de varios formatos mediáticos, creando una experiencia narrativa rica y polifacética. Este enfoque aumenta el compromiso del espectador, y desafía a los creadores a innovar constantemente en sus métodos de narración para mantener a sus audiencias cautivas en el universo narrativo propuesto (Scolari, 2009).

Además, la elección de "*The Dream Chapter*" como caso de estudio subraya la importancia de analizar las estrategias transmedia dentro del marco de los estudios culturales y mediáticos. La obra de *TXT* no se limita a ser una serie de productos de entretenimiento; es una invitación a explorar temas de crecimiento personal, amistad, y desafíos juveniles, resonando profundamente con una audiencia global.

Este enfoque temático, combinado con la innovadora integración de medios, capta la esencia de la narrativa transmedia, y refleja las dinámicas de consumo de medios contemporáneos, donde los usuarios buscan experiencias más interactivas y envolventes (Dena, 2009).

La investigación y análisis de "*The Dream Chapter*" en un contexto académico proporciona una oportunidad invaluable para desentrañar cómo la intersección de la música, el video, el texto, y los medios digitales puede crear un tejido narrativo complejo que trasciende las fronteras culturales y mediáticas. Al hacerlo, este estudio enriquece nuestro entendimiento de las prácticas transmedia actuales y ofrece perspectivas sobre el futuro de la narración en la era digital.

ACTIVIDAD 1.1: CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROYECTO Y SU RELEVANCIA CULTURAL

Objetivo: Entender el contexto de surgimiento de "*The Dream Chapter*" y su importancia dentro de la cultura pop contemporánea.

Descripción: En grupos, los estudiantes investigarán sobre la obra de *TXT*, focalizándose en los lanzamientos correspondientes a la trilogía de "*The Dream Chapter*". Deberán identificar y presentar los factores que contribuyen a su relevancia cultural, incluyendo el impacto en la industria musical y su recepción por parte del público.

Entrega: Una presentación en grupo que incluya un análisis de la influencia cultural de *TXT* a través de sus videos musicales y fotografías concepto, con ejemplos específicos de cómo la serie "*The Dream Chapter*" se conecta con su audiencia a nivel global."

* Ver en: Anexo 02: Análisis realizado sobre la obra de la agrupación Tomorrow X Together pp.

ACTIVIDAD 1.2: ANÁLISIS COMPARATIVO DE PROYECTOS MUSICALES

Objetivo: Comparar *"The Dream Chapter"* con otro proyecto musical que utilice estrategias narrativas y transmedia.

Descripción: Cada grupo seleccionará otro proyecto musical (fuera de *TXT*) que emplee narrativas transmedia y realizará un análisis comparativo con *"The Dream Chapter"*. Deberán enfocarse en las estrategias narrativas, uso de diversos formatos, y la manera en que ambos proyectos buscan conectar con su público.

Entrega: Un informe escrito que incluya un análisis comparativo, destacando similitudes y diferencias en la implementación de narrativas transmedia y su efectividad en el enganche del público.

ACTIVIDAD 1.3: DIVERSIDAD DE FORMATOS EN NARRATIVAS TRANSMEDIA

Objetivo: Explorar y entender la diversidad de formatos utilizados en *"The Dream Chapter"* para desarrollar su narrativa transmedia.

Descripción: Los estudiantes, individualmente, elegirán un formato específico (video musical, *tweet*, *merchandising*, evento en vivo) utilizado en *"The Dream Chapter"* o proyectos relacionados con *TXT*. Analizarán cómo este formato contribuye a la narrativa general y su papel en la construcción del universo de *TXT*.³⁹

Entrega: Una presentación oral o un ensayo donde se detalle el análisis del formato seleccionado, su integración en la narrativa transmedia y su impacto en la experiencia del fan (usuario).

³⁹ Ver en: Anexo 02: Análisis realizado sobre la obra de la agrupación Tomorrow X Together pp.

ACTIVIDAD 1.4: ALINEACIÓN CON TENDENCIAS DEL MERCADO E INTERESES DEL PÚBLICO

Objetivo: Analizar cómo *"The Dream Chapter"* se alinea con las tendencias del mercado durante su tiempo de promoción (2019 y 2020) y responde a los intereses de su público objetivo.

Descripción: Divididos en pequeños grupos, los estudiantes investigarán tendencias de 2019 a la fecha en el mercado musical y de entretenimiento que puedan relacionarse con el éxito de *"The Dream Chapter"*. Analizarán cómo el proyecto apela a los intereses de su público objetivo y cómo se ha adaptado o influenciado por las tendencias del momento en que se publicaron y realizarán un análisis de cómo se podrían adaptar a las tendencias actuales.

Entrega: Un debate en clase donde cada grupo presentará sus hallazgos, seguido de una discusión grupal sobre cómo proyectos como *"The Dream Chapter"* pueden influir en futuras tendencias del mercado y en la producción de contenido cultural.

ACTIVIDAD DE CIERRE: ANÁLISIS CRÍTICO DE "THE DREAM CHAPTER"

Objetivo: Realizar un análisis crítico profundo de *"The Dream Chapter"*, identificando la idea central y cómo se relaciona con los temas de crecimiento personal, amistad y desafíos de la juventud.

Descripción: Los estudiantes, en grupos, seleccionarán una pieza específica de *"The Dream Chapter"*, ya sea un videoclip con su respectivo *teaser*, *concept trailer* o presentación en vivo. Analizarán la idea central y los temas, utilizando el concepto del *viaje del héroe* de Joseph Campbell como marco teórico. Deberán identificar cómo estos

elementos se entrelazan para construir una narrativa cohesiva que resuena con su audiencia.

Entrega: Una presentación grupal que muestre el análisis de la pieza seleccionada, destacando cómo la idea central y los temas se desarrollan a través de la narrativa y los elementos visuales/audiovisuales.⁴⁰

CONCLUSIONES DE LA UNIDAD

La selección de "*The Dream Chapter*" como estudio de caso dentro de la asignatura *Laboratorio de Investigación-Producción en Medios Audiovisuales e Hipermedia II* permite una apreciación de la complejidad de la producción audiovisual en la era digital, así como también un entendimiento de cómo las narrativas transmedia pueden ser empleadas para crear una experiencia significativa culturalmente y estéticamente muy atractiva. Este análisis resalta la relevancia de una selección de proyecto cuidadosa y estratégica, subrayando cómo la convergencia de medios y el enfoque transmedia pueden potenciar el impacto narrativo y emocional de una obra.

Desde una perspectiva pedagógica, el estudio de "*The Dream Chapter*" ilustra la importancia de integrar conceptos de narrativa transmedia y convergencia de medios en el currículo académico. Esta integración enriquece el conocimiento teórico de los estudiantes sobre medios audiovisuales e hipermedia, y fomenta habilidades críticas y creativas esenciales para su desarrollo profesional⁴¹. Al analizar cómo *TXT* y su equipo creativo han utilizado diversas plataformas para contar una historia cohesiva, los estudiantes

aprenden a apreciar la multidimensionalidad de la producción audiovisual moderna, así como productos culturales a los que pueden (o no) considerarse ajenos y a considerar nuevas posibilidades para la creación de contenido.

Culturalmente, "*The Dream Chapter*" sirve como un espejo de las dinámicas contemporáneas de consumo de medios, donde la audiencia ya no es un receptor pasivo, sino un participante activo en la expansión de universos narrativos. Este caso de estudio demuestra cómo las narrativas pueden trascender fronteras culturales y lingüísticas, resonando con audiencias globales a través de temáticas universales como la amistad, el crecimiento personal y la aventura. Al hacerlo, *TXT* se establece como un actor clave en la cultura pop global, y ofrece un modelo para comprender la interacción entre globalización, identidad cultural y medios de comunicación.

En el ámbito profesional, el análisis de "*The Dream Chapter*" destaca la importancia de adaptarse a las nuevas tendencias de producción y consumo de medios. Los creadores de contenido pueden extraer lecciones valiosas sobre cómo utilizar la narrativa transmedia para construir comunidades sólidas alrededor de sus proyectos, generar compromiso y fidelizar a su audiencia, así como proporcionarles productos que enriquezcan su cultura visual y de consumo. Además, este enfoque invita a profesionales y académicos a reflexionar sobre el papel de la innovación tecnológica en la evolución de la narrativa, especialmente en un contexto donde las plataformas digitales ofrecen oportunidades sin precedentes para la creatividad y la experimentación.

A través de su éxito y su enfoque innovador, "*The Dream Chapter*" ejemplifica el poder de las narrativas transmedia en la era digital, sirviendo como un estudio de caso ilustrativo para los estudiantes y

⁴⁰ Ver en: Anexo 02: Análisis realizado sobre la obra de la agrupación Tomorrow X Together pp.

⁴¹ Resultados de este tipo de dinámicas realizadas en un salón de clases pueden verse en el trabajo "*Korean Popular Music (K-Pop), Youth Fan Culture, And Art Education Curriculum*" de Aelim Kim - Kim, A.(2017). *Korean Popular Music (K-Pop), Youth Fan Culture, And Art Education Curriculum*. (Tesis de maestría). Recuperada de: <https://scholarcommons.sc.edu/etd/4368>

profesionales interesados en la intersección de la cultura pop, la producción audiovisual y la tecnología. Este análisis refuerza la idea de que la selección cuidadosa de un proyecto y la integración efectiva de diferentes formatos y plataformas mediáticas son cruciales para el éxito en el dinámico paisaje de los medios contemporáneos. Así, "*The Dream Chapter*" marca un hito en la discografía de *TXT*, y establece un precedente para futuras exploraciones académicas y profesionales en el campo de los medios audiovisuales e hipermedia.

3.2 UNIDAD 2. DESARROLLO DEL GUIÓN

En el ámbito de la creación audiovisual e hipermedia, el guión desempeña un papel fundamental como el armazón narrativo que sostiene todas las demás dimensiones de la producción. Actúa como el nexo entre la concepción inicial de una idea y su materialización palpable, así como su recepción por parte del público. Esta unidad de estudio se enfoca en el proceso completo de desarrollo del guión, una etapa crucial que demanda una comprensión exhaustiva de los elementos narrativos, técnicos y visuales que constituyen la base de cualquier proyecto audiovisual.

Al sumergirnos en el análisis y la práctica del desarrollo del guión, nuestro objetivo es explorar tanto las estructuras narrativas convencionales como las alternativas. Buscamos comprender cómo estas estructuras pueden ser modificadas o adaptadas según las necesidades específicas de cada proyecto. Por ejemplo, la narrativa de "*The Dream Chapter*" y otros proyectos vinculados a *TXT* nos proporciona un caso de estudio relevante y contemporáneo. Su exploración de temas universales a través de formatos innovadores ofrece un amplio campo de análisis y aprendizaje que enri-

quece nuestra comprensión del proceso de escritura de guiones en el contexto actual de la creación audiovisual e hipermedia.

El propósito de esta unidad es triple. Primero, aspiramos a dotar a los estudiantes de las herramientas analíticas necesarias para deconstruir y comprender las decisiones narrativas y estructurales detrás de proyectos audiovisuales exitosos. Segundo, buscamos fomentar la habilidad de aplicar estos conocimientos en el desarrollo de proyectos personales, con un énfasis particular en la adaptabilidad y la innovación en la narración de historias. Finalmente, pretendemos cultivar una apreciación profunda por la diversidad de formatos y medios a través de los cuales se pueden contar historias, reconociendo el potencial de la hipermedia para expandir los límites de la narrativa tradicional.

A lo largo de esta unidad, abordaremos el desarrollo del guión a través de una secuencia lógica y creativa que incluye la definición de la idea central, la elaboración de una sinopsis, la creación de una escaleta, el desarrollo detallado del guión, la visualización a través de mapas conceptuales y la previsualización mediante storyboards. Cada uno de estos pasos refleja una fase crítica en la creación de contenido audiovisual, y representa una oportunidad para que los estudiantes apliquen prácticas teóricas a proyectos concretos, fomentando así una comprensión holística del proceso de producción audiovisual.

En última instancia, esta unidad se encuentra dentro de un contexto académico que otorga igual importancia tanto a la teoría como a la práctica, reconociendo que la excelencia en el ámbito de los medios audiovisuales e hipermedia se alcanza mediante la integración de ambas vertientes. Al completar esta fase del curso, los estudiantes habrán adquirido un conocimiento profundo acerca del

desarrollo del guión y estarán capacitados para aplicar estos principios en la creación de obras que sean innovadoras, relevantes y que resuenen con su audiencia de manera significativa. Esta unidad no solo se enfoca en la comprensión teórica del proceso de escritura de guiones, sino también en su aplicación práctica en la realización de proyectos audiovisuales e hipermedia. A través de una combinación de estudios de caso, ejercicios prácticos y discusiones en grupo, los estudiantes tendrán la oportunidad de explorar y experimentar con diversas técnicas y enfoques para el desarrollo de guiones; esto les permitirá no solo comprender los principios fundamentales detrás de la elaboración de un guión sólido, sino también desarrollar su propio estilo y voz como narradores en el medio audiovisual e hipermedia.

Además, esta unidad fomenta el pensamiento crítico y la reflexión sobre el papel del guionista en la industria de los medios de comunicación contemporánea. Los estudiantes analizarán cómo las tendencias actuales en la narración de historias y la producción de medios audiovisuales e hipermedia están moldeando el panorama creativo, y reflexionarán sobre cómo pueden contribuir de manera significativa a este ámbito en constante evolución. Al finalizar esta etapa del curso, los estudiantes no solo estarán equipados con las habilidades técnicas necesarias para desarrollar guiones efectivos, sino que también habrán desarrollado una comprensión más profunda de la intersección entre la teoría y la práctica en el campo de los medios audiovisuales e hipermedia. Estarán preparados para enfrentar los desafíos creativos y conceptuales que surjan en su carrera profesional, y serán capaces de generar obras que no sólo entretengan, sino que también inspiren y provoquen reflexión en su audiencia.

ACTIVIDAD 2.1: ANÁLISIS DE LA IDEA CENTRAL Y TEMÁTICA DE "THE DREAM CHAPTER"

Objetivo: Comprender cómo se desarrolla una idea central temática en una producción audiovisual compleja.

Descripción: Los estudiantes, divididos en grupos, analizarán la idea central de "*The Dream Chapter*", identificando cómo se relaciona con los temas de la juventud, los sueños y los desafíos personales. Se les pedirá que presenten ejemplos específicos de la narrativa y cómo estos se conectan con el concepto del *viaje del héroe* de Joseph Campbell.

Entrega: Presentación en PowerPoint o documento de texto (PDF) que incluya un resumen del análisis realizado, acompañado de ejemplos específicos extraídos de "*The Dream Chapter*". Cada grupo enviará su archivo a través de la plataforma de la asignatura antes de la fecha límite establecida.⁴²

ACTIVIDAD 2.2: DESGLOSE Y RECONSTRUCCIÓN DE LA SINOPSIS

Objetivo: Practicar la síntesis de la narrativa de una producción compleja en una sinopsis concisa.

Descripción: Individualmente, los estudiantes escribirán una sinopsis de "*The Dream Chapter*", basándose en su análisis anterior de la idea central y temática. Posteriormente, compartirán sus sinopsis en pequeños grupos para discutir las diferentes interpretaciones, así como el impacto que tuvo en ellos y el que puede suponer en su público meta (adolescentes y adultos jóvenes).

Ver en: Anexo 02: Análisis realizado sobre la obra de la agrupación Tomorrow X Together pp.

Entrega: Documento de texto (PDF) enviado individualmente por cada estudiante a través de la plataforma de la asignatura. El documento debe contener la sinopsis desarrollada y una reflexión breve sobre el proceso de escritura y síntesis.

ACTIVIDAD 2.3: CREACIÓN DE ESCALETAS A PARTIR DE SEGMENTOS SELECCIONADOS

Objetivo: Entender la estructura narrativa a través de la creación de escaletas.

Descripción: En parejas, los estudiantes elegirán un segmento o video musical de "*The Dream Chapter*" para desarrollar una escaleta detallada. Esta actividad ayudará a visualizar la organización del contenido y la progresión narrativa.

Entrega: Documento de texto (PDF) con la escaleta detallada, incluyendo anotaciones sobre la narrativa y la progresión del contenido. Este documento será enviado por cada pareja a través de la plataforma de la asignatura.

ACTIVIDAD 2.4: TALLER DE STORYBOARDING

Objetivo: Visualizar las decisiones de puesta en escena y ángulos de cámara.

Descripción: Los estudiantes, en grupos, seleccionarán una escena o secuencia de "*The Dream Chapter*" y crearán un *storyboard* detallado. Se les animará a prestar atención a la composición de las tomas, movimientos de cámara y la transición entre escenas.

Entrega: Archivo digital (PDF) que contenga el *storyboard* creado, acompañado de una breve explicación de las decisiones tomadas en términos de puesta en escena y ángulos de cámara. Los grupos enviarán su trabajo a través de la plataforma de la asignatura.

ACTIVIDAD DE CIERRE: ANÁLISIS CRÍTICO DE "THE DREAM CHAPTER"

Objetivo: Aplicar un enfoque crítico y analítico a una producción audiovisual, evaluando su desarrollo de guión, narrativa y técnicas de producción.

Descripción: En un ensayo individual, los estudiantes realizarán un análisis crítico de "*The Dream Chapter*", incorporando los conceptos aprendidos sobre el desarrollo del guión, mapas de historia y *storyboarding*. Deberán evaluar cómo estos elementos contribuyen a la efectividad del desarrollo y elaboración de un proyecto audiovisual de principio a fin.

Entrega: Ensayo en formato PDF enviado individualmente por cada estudiante a través de la plataforma de la asignatura. El ensayo debe seguir las normas académicas de citas y referencias APA 7.

CONCLUSIONES DE LA UNIDAD

A lo largo de esta unidad, hemos profundizado en cada fase del proceso de escritura de guiones, analizando tanto los aspectos teóricos como prácticos. Hemos examinado cómo la construcción de personajes, la elaboración de tramas y la creación de diálogos influyen en la narrativa general de una obra audiovisual. Además, hemos explorado la importancia de la coherencia estructural y la progresión dramática en la elaboración de guiones sólidos que cautiven al espectador y transmitan eficazmente la visión del guionista. Asimismo, hemos reflexionado sobre la relación entre el guionista y otros profesionales del campo audiovisual, como directores, productores y editores, y cómo esta colaboración influye en el resultado final de un proyecto. A través de ejercicios prácticos y análisis de casos de estudio, hemos podido comprender cómo las decisiones creativas tomadas

en la fase de escritura del guión impactan en la producción y dirección de una obra, y cómo estas interacciones contribuyen al proceso de creación de una obra coherente y significativa.

A través del análisis de "*The Dream Chapter*" de *TXT*, esta unidad ha permitido a los estudiantes aplicar de manera práctica los conceptos teóricos discutidos en clase, facilitando así una comprensión más profunda de cómo las ideas centrales se transforman en narrativas cohesivas y atractivas para el público, así como el entendimiento de la importancia de estos procesos metodológicos al momento de realizar cualquier proyecto audiovisual, desde la creación de la idea principal o el concepto a seguir, hasta la planificación detallada en que se llevará a cabo.

Uno de los hallazgos más significativos de esta unidad ha sido la confirmación de que el desarrollo del guión no es simplemente una tarea de escritura, sino un ejercicio multidisciplinario que exige una comprensión integral de la narrativa, la estética visual, la psicología de los personajes y las dinámicas del público. La habilidad para entrelazar estos elementos de manera efectiva es lo que distingue a los proyectos audiovisuales de mayor impacto y relevancia cultural.

Además, el enfoque constructivista adoptado en la enseñanza de esta unidad ha fomentado una atmósfera de colaboración y discusión crítica entre los estudiantes, permitiendo la construcción colectiva del conocimiento. Esta metodología ha incentivado a los estudiantes a asumir un rol activo en su aprendizaje, promoviendo la absorción de conocimientos, y su aplicación práctica en proyectos personales y colectivos.

En términos de desafíos, la unidad ha puesto de manifiesto la necesidad de equilibrar la enseñanza de principios teóricos

con la práctica creativa. La adecuada integración de ambos aspectos es crucial para el desarrollo de competencias que los estudiantes puedan aplicar más allá del aula, en entornos profesionales reales.

En conclusión, esta unidad dota a los estudiantes de las herramientas y conocimientos necesarios para abordar con confianza el desarrollo de guiones en proyectos audiovisuales, enfatizando la importancia de una narrativa bien estructurada y visualmente impactante. A medida que avanzamos en el curso, los fundamentos establecidos en esta unidad servirán como base para exploraciones más profundas en la producción audiovisual y de hipermedia, preparando a los estudiantes para enfrentar los desafíos y oportunidades del campo con una sólida comprensión teórica y una práctica reflexiva y consciente.

3.3 UNIDAD 3. PREPRODUCCIÓN

La tercera unidad se enfoca en la etapa de Preproducción, la cual resulta fundamental en la formación de futuros expertos en comunicación y producción de medios. El objetivo de esta sección es explorar de manera minuciosa las distintas fases y procedimientos que conforman la preproducción, tales como la planificación, el *casting*, el *scouting*, el uso de recursos gráficos y la elaboración de un detallado plan de producción. A través de un enfoque teórico-práctico, se busca brindar a los estudiantes una comprensión profunda y práctica de cómo estos elementos se combinan para establecer los fundamentos de proyectos audiovisuales exitosos. Durante el desarrollo de esta unidad, se profundizará en cada uno de los aspectos mencionados, analizando sus implicaciones y su relevancia dentro del proceso de preproducción. Se examinará detalladamente cómo la planificación meticulosa y la

selección adecuada de elementos como el elenco y las locaciones pueden influir de manera significativa en el resultado final de una producción. Además, se abordará cómo el uso creativo de herramientas gráficas y la elaboración de un plan de producción detallado contribuyen a maximizar los recursos disponibles y a asegurar la eficiencia en la realización de un proyecto audiovisual. A través de prácticas, casos de estudio y discusiones en grupo, los estudiantes tendrán la oportunidad de aplicar los conocimientos teóricos adquiridos a situaciones reales de preproducción, lo cual les permitirá no solo comprender los principios esenciales de la preproducción, sino también desarrollar habilidades prácticas cruciales para su futura carrera en el ámbito de los medios audiovisuales. Al finalizar esta unidad, los estudiantes estarán mejor equipados para enfrentar los desafíos y tomar decisiones fundamentadas durante la crucial fase de la preproducción, contribuyendo así al éxito de proyectos audiovisuales de alta calidad.

Para enriquecer este proceso de aprendizaje, se tomará como referencia el análisis de las producciones audiovisuales de "*The Dream Chapter*" y otros proyectos relacionados con *Tomorrow X Together (TXT)*. Esta aproximación permitirá a los estudiantes adentrarse en el estudio de casos reales contemporáneos y entender cómo la teoría se materializa en prácticas innovadoras y creativas en el ámbito de la producción audiovisual.

El análisis de "*The Dream Chapter*" y proyectos similares facilitará la comprensión de cómo una idea inicial se transforma en un concepto visualmente atractivo y narrativamente coherente, destacando la importancia de la preproducción en la creación de contenidos que resuenan con los públicos actuales. Además, este estudio de caso permitirá examinar la alineación de estos proyectos con las tendencias

actuales del mercado y los intereses de su público objetivo, proporcionando insights valiosos sobre la planificación estratégica detrás de producciones audiovisuales de alto impacto.

En consecuencia, esta unidad pretende dotar a los estudiantes de las herramientas teóricas y prácticas necesarias para el diseño y ejecución de proyectos audiovisuales complejos y fomentar un espíritu crítico y creativo que les permita innovar en sus futuras propuestas profesionales. Con ello, se espera que los participantes del curso puedan desarrollar habilidades clave en la preproducción, fundamentales para el éxito en la industria de los medios y el entretenimiento.

ACTIVIDAD 3.1: CREACIÓN DEL PLAN DE TRABAJO

Objetivo: Desarrollar habilidades para la planificación y organización de proyectos audiovisuales, inspirándose en la metodología de preproducción de "*The Dream Chapter*".

Descripción: Los estudiantes, en grupos, crearán un plan de trabajo para un proyecto audiovisual ficticio que incluya objetivos, plazos, y asignación de tareas, inspirándose en la estructura y complejidad de proyectos como "*The Dream Chapter*".

Entrega: Un documento detallado del plan de trabajo que refleje la comprensión de los procesos de preproducción y su importancia en el éxito de proyectos audiovisuales complejos.

ACTIVIDAD 3.2: PROCESO DE CASTING

Objetivo: Comprender la importancia del casting en la creación de narrativas convincentes, utilizando como referencia el

proceso de selección de talentos para "*The Dream Chapter*".

Descripción: En pequeños grupos, los estudiantes simularán el proceso de casting para un proyecto audiovisual basado en los personajes y temáticas de "*The Dream Chapter*". Deberán definir los perfiles de los personajes y llevar a cabo un proceso de selección, argumentando sus elecciones.

Entrega: Una presentación que incluya la descripción de los personajes, el perfil de talentos buscado y la justificación de las elecciones de *casting*.

ACTIVIDAD 3.3: SCOUTING DE LOCACIONES

Objetivo: Analizar cómo la selección de locaciones contribuye a la narrativa y estética de un proyecto, inspirándose en las locaciones y sets de "*The Dream Chapter*".

Descripción: Los estudiantes, trabajando en grupos, realizarán una actividad de scouting de locaciones para un proyecto audiovisual ficticio que se inspire en las temáticas y estéticas de "*The Dream Chapter*". Deberán investigar y seleccionar locaciones que complementen la narrativa.

Entrega: Un portafolio de locaciones seleccionadas con fotografías (reales o de internet), descripciones y una explicación de cómo cada locación contribuye a la narrativa y estética del proyecto.

ACTIVIDAD 3.4: HERRAMIENTAS Y RECURSOS GRÁFICOS

Objetivo: Familiarizarse con las herramientas y recursos gráficos utilizados en la preproducción de proyectos como "*The Dream Chapter*".

Descripción: Cada estudiante investigará sobre las herramientas gráficas (*software*

de diseño, *storyboards*, *concept art*) utilizadas en la preproducción de "*The Dream Chapter*". Luego, aplicarán estos conocimientos para crear recursos gráficos para su propio proyecto audiovisual ficticio.

Entrega: Un conjunto de recursos gráficos creados por los estudiantes, incluyendo *storyboards*, *concept art* y referencias visuales externas, que demuestren cómo planean visualizar y presentar su proyecto.

ACTIVIDAD 3.5: PLAN DE PRODUCCIÓN

Objetivo: Desarrollar un plan de producción detallado, tomando en cuenta los aprendizajes de las actividades anteriores y la estructura de proyectos como "*The Dream Chapter*".

Descripción: Utilizando la información y materiales desarrollados en las actividades anteriores, los grupos consolidarán un plan de producción para su proyecto audiovisual ficticio. Este plan debe incluir cronogramas, presupuesto estimado, necesidades técnicas y logísticas.

Entrega: Un documento completo del plan de producción que muestre una planificación exhaustiva y realista del proyecto.

ACTIVIDAD DE CIERRE: ANÁLISIS A LA PREPRODUCCIÓN EN "THE DREAM CHAPTER"

Objetivo: Analizar en profundidad el proceso de preproducción detrás de "*The Dream Chapter*", identificando cómo se planificó y ejecutó para alcanzar el resultado final.

Descripción: En grupos, los estudiantes seleccionarán una producción específica dentro de "*The Dream Chapter*" o proyectos relacionados con *TXT*. Realizarán un

análisis detallado de los aspectos de preproducción implicados, basándose en los conocimientos adquiridos durante la unidad. Luego, propondrán mejoras o alternativas para un aspecto específico de la preproducción de su elección.

Entrega: Una presentación grupal que incluya el análisis del proceso de preproducción de la producción seleccionada, junto con las propuestas de mejora o alternativas sugeridas por los estudiantes.

CONCLUSIONES DE LA UNIDAD

La tercera unidad, enfocada en la preproducción de proyectos audiovisuales, representa un hito importante en la formación de los estudiantes en el campo del Diseño y la Comunicación en Medios Audiovisuales e Hipermedia. Mediante un análisis exhaustivo de las fases y elementos fundamentales de la preproducción, los estudiantes han obtenido un entendimiento profundo y práctico sobre la planificación inicial, el proceso de selección de actores, la búsqueda de locaciones, la utilización de herramientas y recursos gráficos, así como la elaboración de planes de producción integrales. Este aprendizaje se ha enriquecido notablemente al analizar proyectos reales y contemporáneos, particularmente las producciones audiovisuales de *"The Dream Chapter"* y otros trabajos relacionados con *Tomorrow X Together (TXT)*.

Este análisis ha proporcionado a los estudiantes una visión más profunda de la complejidad y la creatividad requeridas para convertir ideas iniciales en productos audiovisuales cohesivos y significativos. Se ha subrayado la importancia crítica de una preproducción meticulosa en el éxito de estas producciones, evidenciando cómo la definición clara de objetivos, la cuidadosa selección de talentos, y la identificación precisa de locaciones y recursos adecuados pueden contribuir de manera funda-

mental a la realización de proyectos que cautiven la atención y el interés del público, así como a enriquecer la narrativa propuesta en cada proyecto que se desarrolle a futuro.

Además, el estudio de casos como *"The Dream Chapter"* ha revelado insights valiosos sobre la alineación estratégica de proyectos audiovisuales con las tendencias del mercado y los intereses de los públicos objetivos. Este enfoque ha subrayado la relevancia de la preproducción como un proceso técnico y estratégico, que demanda una comprensión integral del entorno cultural y mediático actual.

En síntesis, la Unidad 3 ha equipado a los estudiantes con un marco teórico y práctico robusto que les permitirá enfrentar los desafíos inherentes a la preproducción de proyectos audiovisuales. Las competencias adquiridas a lo largo de esta unidad son fundamentales para el desarrollo de propuestas innovadoras y efectivas, preparando a los futuros profesionales para contribuir significativamente al dinámico campo de la producción de medios. Se espera que, armados con estas herramientas y conocimientos, los estudiantes puedan aplicar lo aprendido en contextos profesionales variados e impulsar la evolución de la industria audiovisual hacia nuevas fronteras creativas y expresivas.

3.4 UNIDAD 4. PRODUCCIÓN

La Unidad 4, dedicada a la Producción, desempeña un papel crucial en la formación académica de estudiantes en campos vinculados a la comunicación, los medios audiovisuales y la producción de contenido. Este segmento del curso se centra en los procesos y técnicas fundamentales para llevar a cabo proyectos audiovisuales, poniendo énfasis en aspectos clave como la realización, la fotografía, el sonido

y la dirección e interpretación actoral. A través de un análisis detallado y la aplicación práctica de estos elementos, se persigue proporcionar a los estudiantes una comprensión exhaustiva de cómo cada uno de ellos contribuye al éxito global de una producción audiovisual.

Dentro de esta unidad, se pone especial énfasis en el estudio de producciones relevantes y contemporáneas, como las realizadas en el marco de "*The Dream Chapter*" y otros proyectos asociados al grupo *Tomorrow X Together (TXT)*. El análisis de estos casos reales permite a los estudiantes adquirir conocimientos teóricos y técnicos, y comprender la aplicación práctica de estos en el contexto de la industria actual. Esto incluye una apreciación de la importancia de la narrativa visual, la creación de atmósferas mediante la fotografía, el impacto emocional del sonido y la música, así como la dirección y la interpretación actoral en la transmisión de mensajes y emociones.

La selección de "*The Dream Chapter*" como estudio de caso brinda la oportunidad de explorar cómo proyectos audiovisuales complejos y creativos pueden ser desarrollados y producidos para captar la atención de audiencias globales, destacando la intersección entre arte, tecnología y comunicación. Este enfoque permite a los estudiantes analizar cómo se entrelazan las diferentes facetas de la producción para crear experiencias que son tan estéticamente atractivas como emocionantes.

El propósito principal de esta sección es dotar a los estudiantes con los recursos esenciales para comprender y poner en práctica los principios y técnicas relacionados con la producción audiovisual en sus proyectos futuros, ya sean de naturaleza profesional o académica. Al concluir esta unidad, se espera que los participantes hayan adquirido una base teórica sólida y desarrollado una habilidad crítica

y creativa para enfrentar los desafíos prácticos inherentes al campo de la producción de contenido audiovisual.

ACTIVIDAD 4.1: PROCESO DE REALIZACIÓN

Objetivo: Comprender la etapa de realización en producciones audiovisuales, destacando la importancia de la planificación y la coordinación del trabajo.

Descripción: Los estudiantes se dividirán en grupos y seleccionarán un segmento de "*The Dream Chapter*" para analizar su proceso de realización. Deberán investigar y presentar las diferentes tareas implicadas incluyendo desafíos y soluciones adoptadas.

Entrega: Una presentación grupal que detalle el proceso de realización, destacando aspectos clave como la planificación, el diseño visual y la coordinación de equipos.

ACTIVIDAD 4.2: FOTOGRAFÍA

Objetivo: Analizar la importancia de la fotografía en la construcción de la narrativa visual y la atmósfera en proyectos audiovisuales.

Descripción: Se conformarán 5 equipos. Cada grupo explorará el uso de la fotografía en "*The Dream Chapter*"⁴⁴, "*Minisode 1: Blue Hour*"⁴⁵, "*The Chaos Chapter*"⁴⁶, "*Minisode 2: Thursday's Child*"⁴⁷ y "*The Name Chapter*"⁴⁸, examinando cómo las técnicas de iluminación, composición y color contribuyen a la narrativa y el tono del proyecto.

⁴⁴ Ver en: Anexo 02: Análisis realizado sobre la obra de la agrupación Tomorrow X Together pp.

⁴⁵ Ver en: Anexo 02: Análisis realizado sobre la obra de la agrupación Tomorrow X Together pp.

⁴⁶ Ver en: Anexo 02: Análisis realizado sobre la obra de la agrupación Tomorrow X Together pp.

⁴⁷ Ver en: Anexo 02: Análisis realizado sobre la obra de la agrupación Tomorrow X Together pp.

⁴⁸ Ver en: Anexo 02: Análisis realizado sobre la obra de la agrupación Tomorrow X Together pp.

Se incentiva comparar con otras producciones audiovisuales para enriquecer el análisis.⁴⁹

Entrega: Un informe escrito o presentación multimedia que analice el impacto de la fotografía en la narrativa visual, respaldado por ejemplos concretos y comparaciones.

ACTIVIDAD 4.3: DIRECCIÓN E INTERPRETACIÓN ACTORAL

Objetivo: Evaluar la dirección y las técnicas de interpretación actoral en la transmisión de temas y emociones.

Descripción: En grupos, los estudiantes analizarán la dirección y las actuaciones en *"The Dream Chapter"*, centrando la atención en cómo la dirección de actores y las técnicas interpretativas contribuyen a la expresión de los temas y emociones del proyecto.

Entrega: Una presentación o video ensayo que discuta la efectividad de la dirección y las interpretaciones actorales, con ejemplos específicos extraídos de las producciones analizadas.

ACTIVIDAD DE CIERRE: CINEMINUTO INSPIRADO EN "THE DREAM CHAPTER"

Objetivo: Aplicar los conocimientos adquiridos en la unidad para crear un segmento audiovisual de un minuto que refleje una comprensión profunda del proceso de realización.

Descripción: Inspirándose en *"The Dream Chapter"*, los grupos de estudiantes desa-

rollarán un breve proyecto audiovisual que incorpore elementos analizados en las actividades anteriores (realización, fotografía, sonido, dirección e interpretación). Este proyecto deberá reflejar una temática central que resuene con los temas de juventud, sueños y desafíos personales, similar a *"The Dream Chapter"*.

Entrega: El segmento audiovisual finalizado junto con un documento que describa el proceso de creación, los desafíos enfrentados y cómo se incorporaron los elementos de producción analizados en la unidad.

CONCLUSIONES DE LA UNIDAD

Al concluir la Unidad 4, enfocada en la producción dentro del ámbito de proyectos audiovisuales, es vital reflexionar sobre los conocimientos adquiridos y su relevancia tanto en el contexto académico como profesional. A lo largo de esta sección, los estudiantes han explorado minuciosamente los elementos esenciales que componen el proceso de producción, abarcando aspectos como la realización, la fotografía, el sonido y la dirección e interpretación actoral. La integración efectiva de estos elementos dentro de un marco de trabajo coherente ha resultado ser esencial para la creación de contenidos técnicamente sólidos y visualmente atractivos.

El estudio de *"The Dream Chapter"* y otros proyectos relacionados con *Tomorrow X Together (TXT)* ha ofrecido a los estudiantes una ventana única a las prácticas contemporáneas en la producción audiovisual, resaltando la importancia de una narrativa bien desarrollada, una ejecución visual meticulosa, y una banda sonora que complementa y enriquece la experiencia del espectador. Este análisis ha permitido identificar cómo la innovación en la dirección y la interpretación actoral pueden trascender las barreras tradicionales de la comunicación, facilitando una conexión más profunda con la audiencia.

⁴⁹ The Dream Chapter se centra en la pertenencia en un grupo de iguales (amistad), Minisode 1: Blue Hour, la forma en que se vivió la pandemia; The Chaos Chapter, el formar parte de una pareja, Minisode 2: Thursday's Child, es un recorrido por las fases del duelo tras una ruptura amorosa y, The Name Chapter trata sobre la búsqueda de identidad para reconocerse como individuo.

La unidad ha subrayado la necesidad de una comprensión integral y multidisciplinaria del proceso de producción, destacando que el éxito de un proyecto audiovisual depende de la habilidad técnica, de la capacidad creativa y de innovación. La habilidad para sintetizar conocimientos teóricos con aplicaciones prácticas emergió como un factor crucial en la formación de futuros profesionales capaces de responder a los desafíos de una industria en constante evolución.

Las conclusiones obtenidas de esta unidad subrayan la creciente importancia de la adaptabilidad y la visión creativa en el ámbito de la producción audiovisual. La capacidad para afrontar proyectos complejos, entendiendo las dinámicas de trabajo en equipo y reconociendo la importancia de cada etapa de producción, prepara a los estudiantes para desempeñar un papel significativo en el desarrollo de proyectos innovadores y culturalmente relevantes.

En última instancia, la Unidad 4 ha proporcionado a los estudiantes un conjunto sólido de competencias críticas para la concepción, planificación y ejecución de proyectos audiovisuales. Se espera que, al aplicar los conocimientos y habilidades adquiridos, los estudiantes avancen tanto en sus trayectorias académicas como profesionales, contribuyendo así al enriquecimiento del panorama audiovisual contemporáneo. Esto implica explorar nuevas formas de narrativa, expresión artística y comunicación para adaptarse a los desafíos y oportunidades emergentes en el campo de la producción audiovisual.

3.5 UNIDAD 5. POSTPRODUCCIÓN

La Unidad 5 del curso se adentra en el complejo y sofisticado mundo de la postproducción, una fase crítica que abarca desde la edición hasta la masterización, pasando por el diseño gráfico, los efectos visuales y sonoros, y la musicalización. Este segmento del proceso de producción es donde el proyecto cobra vida, donde la narrativa se afina, y donde se amalgaman los elementos visuales y auditivos para crear una obra cohesiva y cautivadora. A través de un análisis detallado y la aplicación práctica de estas disciplinas, la unidad tiene como objetivo brindar a los estudiantes una comprensión profunda de las técnicas y herramientas utilizadas en la postproducción, y cómo estas contribuyen al impacto emocional y estético de las producciones audiovisuales.

La selección de "*The Dream Chapter*" y otros proyectos relacionados con *Tomorrow X Together (TXT)* como estudios de caso, proporciona una oportunidad única para explorar la aplicación de estas técnicas en producciones contemporáneas que han capturado la imaginación de audiencias globales. Estos ejemplos permiten a los estudiantes apreciar la complejidad técnica y la creatividad y la innovación que subyacen en el proceso de postproducción de proyectos audiovisuales de alto calibre. Al examinar cómo se han utilizado la edición, los gráficos, los efectos, la música y el diseño sonoro para reforzar la narrativa, crear atmósferas envolventes y evocar emociones, los estudiantes podrán adquirir una comprensión integral de las posibilidades expresivas de la postproducción.

Además, esta unidad busca destacar la importancia de la cohesión entre las diversas fases de la postproducción y su papel en la realización de la visión creativa del proyecto. La edición implica el corte y

ensamblaje de tomas y la construcción rítmica y narrativa de la pieza final. Los gráficos y los efectos visuales amplían las fronteras de la realidad, permitiendo la materialización de visiones artísticas únicas. La música y el diseño sonoro, por su parte, enriquecen el tejido emocional y atmosférico de la obra, mientras que la masterización asegura que el proyecto mantenga una calidad óptima en diversas plataformas de reproducción.

Por lo tanto, esta unidad está diseñada para enseñar habilidades técnicas y para fomentar un entendimiento más profundo de la postproducción como un arte en sí mismo. Se espera que, al finalizar esta unidad, los estudiantes estén equipados con el conocimiento técnico necesario para llevar a cabo tareas de postproducción y con una sensibilidad artística que les permita tomar decisiones creativas que enriquezcan sus proyectos audiovisuales.

ACTIVIDAD 5.1: EDICIÓN

Objetivo: Explorar las técnicas de edición utilizadas en producciones audiovisuales para contar historias de manera efectiva y emocional.

Descripción: Los estudiantes, en grupos, seleccionarán un segmento de "*The Dream Chapter*" o proyectos relacionados con *TXT* y analizarán las técnicas de edición empleadas. Deberán identificar cómo estas técnicas contribuyen a la narrativa y el flujo de la historia.

Entrega: Una presentación grupal que incluya el análisis de las técnicas de edición observadas, ejemplos concretos del proyecto seleccionado, y una discusión sobre su impacto en la narrativa.

ACTIVIDAD 5.2: GRÁFICOS

Objetivo: Analizar el uso de gráficos y elementos visuales en la complementación y enriquecimiento de la narrativa audiovisual.

Descripción: Individualmente o en grupos pequeños, los estudiantes investigarán y presentarán casos donde los gráficos (como animaciones, títulos, y efectos visuales generados por computadora) juegan un papel crucial en las producciones de "*The Dream Chapter*" o similares.

Entrega: Un análisis en formato de ensayo o presentación multimedia que muestre cómo los gráficos contribuyen a la estética general y a la narrativa del proyecto.

ACTIVIDAD 5.3: EFECTOS

Objetivo: Comprender la aplicación y el impacto de los efectos visuales y especiales en la postproducción audiovisual.

Descripción: Los estudiantes explorarán los efectos visuales y especiales utilizados en "*The Dream Chapter*" evaluando cómo estos efectos mejoran la narrativa y la inmersión del espectador.

Entrega: Un informe o video que presente un análisis de los efectos identificados, incluyendo una discusión sobre las técnicas utilizadas y su efectividad en el contexto del proyecto.

ACTIVIDAD 5.4: MÚSICA Y DISEÑO SONORO

Objetivo: Evaluar la música y su integración en la producción audiovisual para reforzar la narrativa y evocar emociones, así como el diseño sonoro para la creación de ambientes y en la narrativa.

Descripción: En esta actividad, los estudiantes analizarán cómo la música ha sido

seleccionada y utilizada en los videoclips “*Nap of a star*”, “*Magic Island*” y “*Eternally*”, pertenecientes a “*The Dream Chapter*” para complementar la narrativa y la experiencia emocional del espectador. También deberán seleccionar ejemplos dentro de la pieza seleccionada en la cual el diseño sonoro sea primordial en la creación de la atmósfera y la narrativa.

Entrega: Una presentación o análisis escrito que explore la relación entre la música, el diseño sonoro y la narrativa, incluyendo ejemplos específicos y discusión sobre su impacto emocional y su contribución a la experiencia audiovisual.

ACTIVIDAD DE CIERRE: POSTPRODUCCIÓN AL ESTILO "THE DREAM CHAPTER"

Objetivo: Aplicar los conocimientos adquiridos en la unidad para realizar un proyecto de postproducción que refleje una comprensión profunda de las técnicas y procesos estudiados.

Descripción: Inspirándose en “*The Dream Chapter*”, los grupos de estudiantes desarrollarán un breve proyecto audiovisual que incorpore técnicas avanzadas de postproducción analizadas en las actividades anteriores. Este proyecto deberá demostrar habilidades en edición, uso de gráficos y efectos, selección e integración musical, diseño sonoro y masterización.

Entrega: El proyecto audiovisual finalizado, junto con un documento reflexivo que describa el proceso de postproducción, los desafíos enfrentados y cómo se incorporaron los elementos estudiados en la unidad.

CONCLUSIONES DE LA UNIDAD

La conclusión de la Unidad 5, dedicada a la postproducción en el ámbito de las producciones audiovisuales, representa un momento significativo en el proceso

educativo de los estudiantes, marcando la transición de la comprensión teórica a la aplicación práctica de conocimientos avanzados en edición, gráficos, efectos, música, diseño sonoro y masterización. A través del estudio detallado de estas disciplinas, y con el apoyo de análisis de casos concretos como “*The Dream Chapter*” y otros proyectos asociados a *Tomorrow X Together (TXT)*, los estudiantes han podido explorar la profundidad y la complejidad del proceso de postproducción, comprendiendo su impacto crítico en el éxito de cualquier producción audiovisual.

Este recorrido académico ha resaltado la postproducción como una fase técnica de ajustes y refinamientos, en primer lugar, así como un espacio creativo donde la visión artística se concreta y se potencia. La edición, más allá de ser un mero proceso de selección y ensamble, puede verse como el arte de narrar visualmente, permitiendo la construcción de ritmos y la guía de la experiencia emocional del espectador. Los gráficos y efectos visuales se han revelado como herramientas fundamentales para ampliar las posibilidades narrativas y estéticas, trascendiendo los límites de la realidad física y enriqueciendo la dimensión visual de las obras.

Por otro lado, la música y el diseño sonoro han demostrado ser elementos cruciales en la creación de atmósferas y en la evocación de emociones, subrayando cómo el sonido complementa y profundiza la narrativa visual. La masterización, como último eslabón de este proceso, asegura la cohesión y la calidad óptima del producto final, preparándolo para su consumo en una variedad de plataformas y formatos.

Las actividades propuestas a lo largo de la unidad, culminando en la creación de un proyecto de postproducción inspirado en las producciones analizadas, han brindado a los estudiantes la oportunidad de apli-

car de manera práctica los conocimientos adquiridos. Este ejercicio ha reforzado su aprendizaje y ha fomentado una apreciación más profunda por el trabajo colaborativo y la innovación en el campo de la postproducción audiovisual.

En resumen, la Unidad 5 ha proporcionado a los estudiantes una amplia gama de habilidades técnicas y una perspectiva creativa fundamental para abordar los desafíos de la postproducción en el cambiante entorno de los medios audiovisuales modernos. Se espera que, con estos conocimientos y experiencias adquiridas, los estudiantes estén completamente preparados para contribuir de manera significativa al campo de la producción audiovisual. Su capacitación les permitirá llevar a cabo proyectos que destaquen tanto por su competencia técnica como por su riqueza narrativa y expresión artística.

3.6 UNIDAD 6. EXHIBICIÓN

La presentación de obras audiovisuales es un aspecto crucial en el análisis de la producción audiovisual, enfocándose en las etapas finales del proceso creativo y estratégico que permiten que una obra llegue a su audiencia deseada. En esta unidad, se exploran de manera exhaustiva las herramientas de presentación, los espacios donde estas producciones son exhibidas y las estrategias de promoción que garantizan su visibilidad y éxito en un mercado saturado y altamente competitivo. A través de un análisis minucioso de estos elementos, se busca proporcionar a los estudiantes una comprensión profunda de los desafíos y oportunidades presentes en la distribución y promoción de contenidos audiovisuales.

En el contexto de un panorama mediático que evoluciona constantemente, impulsado por avances tecnológicos y cambios en los hábitos de consumo, la selección ade-

cuada de herramientas y espacios de exhibición se vuelve crucial. Esta unidad se propone examinar cómo proyectos innovadores y de alto impacto, como *"The Dream Chapter"* y otros proyectos relacionados con *Tomorrow X Together (TXT)*, han navegado este complejo ecosistema para conectar con sus audiencias. El análisis de estos casos brindará a los estudiantes una comprensión más profunda sobre la importancia de una estrategia de exhibición bien planificada, así como la forma en que una promoción efectiva desempeña un papel fundamental en la difusión y recepción de proyectos audiovisuales.

Asimismo, se resalta la necesidad de adaptar las estrategias de exhibición y promoción a las características específicas de cada proyecto, teniendo en cuenta aspectos como el público objetivo, el mensaje central y los objetivos particulares de la obra. Con este propósito, la unidad tiene como objetivo proporcionar a los estudiantes las herramientas tanto teóricas como prácticas necesarias para concebir y llevar a cabo planes de exhibición y promoción que maximicen el impacto y la resonancia de sus futuros proyectos audiovisuales.

La Unidad 6 representa una oportunidad invaluable para que los estudiantes reflexionen sobre la intersección entre la creatividad, la estrategia y la tecnología en el contexto de la exhibición audiovisual. Al finalizar esta unidad, se espera que los alumnos estén preparados para afrontar los desafíos inherentes a la presentación y promoción de contenidos en un entorno mediático globalizado, contribuyendo así a la evolución y diversificación del panorama audiovisual contemporáneo.

ACTIVIDAD 6.1: HERRAMIENTAS DE EXHIBICIÓN

Objetivo: Explorar las diversas herramientas digitales y físicas disponibles para

la exhibición de proyectos audiovisuales.

Descripción: Los estudiantes investigarán y presentarán las diferentes herramientas de exhibición utilizadas en la industria, desde YouTube a plataformas de streaming hasta cines y eventos en vivo. Analizarán cómo *"The Dream Chapter"* y proyectos similares han sido presentados a través de estas herramientas.

Entrega: Una presentación grupal o informe que explore las herramientas de exhibición, destacando ventajas, desventajas, áreas de oportunidad y casos de éxito.

ACTIVIDAD 6.2: ESPACIOS DE EXHIBICIÓN

Objetivo: Identificar y evaluar los espacios de exhibición más efectivos para distintos tipos de contenido audiovisual.

Descripción: En pequeños grupos, los estudiantes seleccionarán diferentes tipos de contenido audiovisual (incluyendo música, cortometrajes, documentales) y discutirán los espacios de exhibición más adecuados para cada uno, considerando el caso de *"The Dream Chapter"* como ejemplo.

Entrega: Un análisis comparativo escrito o una presentación que incluya recomendaciones justificadas de espacios de exhibición para cada tipo de contenido.

ACTIVIDAD 6.3: ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

Objetivo: Desarrollar una comprensión de las estrategias de promoción efectivas para atraer audiencias a proyectos audiovisuales.

Descripción: Basándose en el estudio de *"The Dream Chapter"* y proyectos simila-

res, los estudiantes desarrollarán una propuesta de estrategia de promoción para un proyecto audiovisual ficticio. Deberán considerar aspectos como el target, canales de comunicación y mensajes clave.

Entrega: Una propuesta de campaña de promoción que incluya análisis de audiencia, selección de canales de comunicación y desarrollo de mensajes, respaldada por ejemplos de casos reales.

ACTIVIDAD DE CIERRE: PROYECTO DE EXHIBICIÓN Y PROMOCIÓN

Objetivo: Aplicar los conocimientos adquiridos sobre exhibición y promoción en un proyecto concreto, basándose en el análisis de *"The Dream Chapter"*.

Descripción: Inspirándose en la estrategia de promoción y los métodos de exhibición usados en *"The Dream Chapter"* y proyectos relacionados con *TXT*, los estudiantes, en grupos, diseñarán y presentarán un plan de exhibición y promoción para un proyecto audiovisual ficticio. Deberán considerar cómo adaptar las estrategias observadas a su propio proyecto, teniendo en cuenta la audiencia objetivo y el contenido específico.

Entrega: Un plan detallado de exhibición y promoción que incluya justificación de las herramientas y espacios de exhibición elegidos, así como una estrategia de promoción integrada. Este plan deberá presentarse en forma de informe escrito o presentación multimedia.

CONCLUSIONES DE LA UNIDAD

Al finalizar la Unidad 6, dedicada a la exhibición, hemos explorado las complejidades que caracterizan la fase final y crucial en la cadena de producción audiovisual.

Nos hemos centrado en las herramientas de exhibición, los espacios idóneos para la presentación de proyectos y las estrategias de promoción necesarias para garantizar una recepción exitosa y amplia de las obras. Esta inmersión ha proporcionado a los estudiantes una comprensión integral de los desafíos y oportunidades que surgen al intentar conectarse con las audiencias en el contexto de un ecosistema mediático cada vez más saturado y competitivo.

A través del análisis detallado de casos relevantes, con especial énfasis en *"The Dream Chapter"* y proyectos relacionados con *Tomorrow X Together (TXT)*, se ha logrado ilustrar cómo la selección estratégica de herramientas y espacios de exhibición, complementada con campañas de promoción innovadoras, puede potenciar el alcance y el impacto de las producciones audiovisuales. Estos ejemplos han servido como modelos de éxito a emular; puntos de partida para reflexiones críticas sobre la adaptabilidad y creatividad necesarias en el proceso de exhibición.

Los estudiantes, al final de esta unidad, han adquirido conocimientos esenciales sobre la importancia de una planificación estratégica cuidadosa en la exhibición y promoción de contenidos audiovisuales. Han aprendido que la efectividad de estas estrategias depende de un profundo entendimiento del público objetivo, así como de la capacidad para utilizar de manera innovadora las plataformas digitales y físicas disponibles, adaptándose a las dinámicas cambiantes del mercado y los avances tecnológicos.

Además, la realización de un proyecto práctico de exhibición y promoción ha permitido a los estudiantes aplicar de manera concreta los conceptos y técnicas discutidos, fomentando así un aprendizaje experiencial que prepara a los futuros profesionales para enfrentar con confian-

za los retos de la distribución de proyectos audiovisuales en el siglo XXI.

En síntesis, la Unidad 6 ha equipado a los estudiantes con un marco teórico y práctico robusto para la exhibición y promoción de contenidos audiovisuales, enfatizando la necesidad de estrategias integradas que consideren tanto las características específicas del proyecto como las tendencias globales de consumo. Se espera que este conocimiento constituya una base sólida para que los estudiantes contribuyan de manera significativa a la industria audiovisual, diseñando y ejecutando planes de exhibición que alcancen y expandan sus audiencias, asegurando así el éxito y la relevancia de sus futuros proyectos.

3.7 UNIDAD 7. VALORACIÓN

La Unidad 7 "Valoración" enfatiza la importancia de las herramientas de evaluación en la comprensión de la recepción y el impacto de dichas producciones entre las audiencias. Esta unidad se propone explorar y profundizar en el uso de encuestas y entrevistas como métodos fundamentales para recolectar y analizar datos cualitativos y cuantitativos, permitiendo así una valoración integral de proyectos específicos, con un enfoque particular en *"The Dream Chapter"* y otros proyectos relacionados con la agrupación *Tomorrow X Together (TXT)*.

En un contexto mediático donde la producción de contenidos se ha diversificado y expandido, la capacidad de evaluar de manera efectiva cómo estas obras son recibidas por el público se ha vuelto esencial para creadores, productores y analistas. La retroalimentación obtenida a través de herramientas meticulosamente diseñadas y aplicadas puede revelar percepciones profundas sobre las preferencias, interpretaciones y experiencias emocionales de la audiencia, facilitando la identificación de factores de éxito y áreas de oportunidad.

La integración de encuestas y entrevistas en el proceso de evaluación brinda una estructura para comprender las dinámicas complejas entre la obra y su recepción, permitiendo a los investigadores y profesionales acceder a una riqueza de información que va más allá de las métricas tradicionales de audiencia y popularidad. Al analizar proyectos como *"The Dream Chapter"*, esta unidad buscará ilustrar cómo estas herramientas de evaluación pueden ser empleadas para dilucidar las capas de significado y valor que los espectadores adjudican a las producciones audiovisuales, y cómo estos insights pueden informar prácticas futuras en el campo profesional.

Por lo tanto, la Unidad 7 está diseñada para equipar a los estudiantes con el conocimiento teórico y las habilidades prácticas necesarias para llevar a cabo evaluaciones efectivas de proyectos audiovisuales. A través del estudio de metodologías de investigación aplicadas y el análisis de estudios de caso, se espera que los estudiantes desarrollen una comprensión profunda de la importancia de la valoración en el ciclo de vida de las producciones audiovisuales, preparándolos para aplicar estas herramientas y técnicas en sus futuras carreras profesionales o investigaciones académicas.

ACTIVIDAD 7.1: HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN

Objetivo: Familiarizarse con diversas herramientas de evaluación y aprender a aplicarlas en el contexto de la producción y recepción audiovisual.

Descripción: Los estudiantes recibirán una introducción a diferentes herramientas de evaluación, como análisis de contenido, encuestas y entrevistas. Se discutirán sus aplicaciones, ventajas y limitaciones. Los grupos elegirán una herramienta para analizar un aspecto específico de *"The Dream Chapter"*.

Entrega: Un informe que describa la herramienta seleccionada, el proceso de aplicación y los hallazgos obtenidos de su análisis.

ACTIVIDAD 7.2: ENCUESTA

Objetivo: Diseñar y aplicar una encuesta para evaluar la recepción de *"The Dream Chapter"* por parte del público objetivo.

Descripción: En grupos, los estudiantes diseñarán una encuesta centrada en recoger la opinión del público sobre *"The Dream Chapter"*. La encuesta deberá incluir preguntas que midan la apreciación del contenido, la narrativa, los aspectos visuales y sonoros, entre otros.

Entrega: La encuesta diseñada, una metodología para su distribución y análisis, y un informe preliminar de los resultados esperados o hipotéticos, basados en el conocimiento adquirido de las preferencias del público objetivo.

ACTIVIDAD 7.3: ENTREVISTA

Objetivo: Realizar entrevistas para profundizar en la comprensión de la recepción e interpretación de *"The Dream Chapter"* por parte de la audiencia.

Descripción: Los estudiantes llevarán a cabo entrevistas semi-estructuradas con individuos que conozcan **"The Dream Chapter"**. Las entrevistas buscarán explorar en profundidad las percepciones, interpretaciones y emociones de los entrevistados respecto al contenido audiovisual.

Entrega: Un compendio de las entrevistas realizadas, junto con un análisis cualitativo de las respuestas que destaque tendencias, insights significativos y cualquier aspecto inesperado revelado durante las entrevistas.

ACTIVIDAD DE CIERRE: VALORACIÓN DE "THE DREAM CHAPTER"

Objetivo: Aplicar herramientas de evaluación para analizar la recepción y el impacto de *"The Dream Chapter"* o un proyecto similar, integrando encuestas y entrevistas en el proceso.

Descripción: Utilizando las herramientas y métodos discutidos en las actividades previas, los grupos de estudiantes diseñarán y ejecutarán un proyecto de valoración completo para *"The Dream Chapter"* o un proyecto similar. Este proyecto deberá incluir la creación y aplicación de una encuesta, la realización de entrevistas, y el análisis integrado de los datos recogidos para ofrecer una evaluación profunda de la recepción del proyecto por parte de su audiencia.

Entrega: Un informe final que presente el diseño del proyecto de valoración, los métodos utilizados, los resultados obtenidos y las conclusiones sobre la recepción e impacto del proyecto analizado. Este informe deberá reflejar una comprensión crítica de cómo diferentes audiencias perciben y valoran los aspectos centrales de la producción de *"The Dream Chapter"*.

CONCLUSIONES DE LA UNIDAD

La conclusión de la Unidad 7, enfocada en la "Valoración", marca un hito significativo en el proceso de aprendizaje de los estudiantes, proporcionándoles una perspectiva amplia y detallada sobre la importancia crítica de las herramientas de evaluación en el análisis de producciones audiovisuales. A lo largo de esta unidad, se ha enfatizado la aplicación de encuestas y entrevistas como medios fundamentales para recabar información esencial acerca de la recepción y el impacto de dichas producciones entre las audiencias. Esta aproxi-

mación metodológica ha permitido un análisis riguroso de proyectos específicos, incluyendo *"The Dream Chapter"* y otros relacionados con *Tomorrow X Together (TXT)*, y ha revelado la profundidad de las percepciones, interpretaciones y experiencias emocionales del público.

La implementación de estas herramientas de evaluación ha demostrado ser indispensable para comprender las complejas interacciones entre el contenido audiovisual y su audiencia. A través de la realización de encuestas y entrevistas, los estudiantes han aprendido a diseñar instrumentos de recolección de datos que pueden adaptarse a distintos contextos y objetivos de investigación, permitiéndoles obtener insights valiosos sobre las preferencias y comportamientos de los espectadores. Este proceso de valoración ha revelado las dimensiones de éxito de las producciones analizadas y oportunidades para la innovación y mejora en futuros proyectos.

La capacidad de evaluar críticamente la recepción de las producciones audiovisuales es una habilidad esencial en el ámbito de la comunicación y los medios, permitiendo a creadores y productores afinar sus estrategias de contenido y promoción para alcanzar y resonar con sus audiencias de manera más efectiva. La Unidad 7 ha preparado a los estudiantes para enfrentar estos desafíos con el conocimiento teórico y las competencias prácticas necesarias para aplicar herramientas de evaluación de manera efectiva en sus futuras carreras.

En conclusión, la valoración es un componente crucial en el ciclo de vida de las producciones audiovisuales, y la habilidad para implementar herramientas de evaluación de manera efectiva constituye un pilar fundamental en la formación de profesionales competentes en el campo de la comunicación y los medios. Se espera

que, al concluir esta unidad, los estudiantes hayan adquirido una comprensión sólida de las metodologías de evaluación y estén preparados para aplicar estos conocimientos en la práctica, contribuyendo así al desarrollo de proyectos audiovisuales que sean tanto innovadores como resonantes con sus audiencias.

3. 8 CUESTIONARIO DE CONOCIMIENTOS GENERALES APLICADOS AL K-POP

1. Nombra los siguientes ángulos de cámara:



- a) nadir, contrapicado, picado, cenital
- b) cenital, nadir, contrapicado, picado
- c) nadir, picado, cenital, contrapicado**
- d) cenital, picado, nadir, contrapicado

2. ¿Cuál es el propósito del plano holandés en la siguiente escena del *WINGS short film #5 REFLECTION* de BTS? (Ver en: <https://www.youtube.com/watch?v=wzx-jM-82RW8>)



- a) Dar dinamismo a la escena
- b) Reflejar inestabilidad**
- c) Reflejar el miedo del personaje
- d) No tiene propósito, fue una licencia creativa

3. ¿Con qué técnica se logra el efecto de cuarto infinito en el videoclip “Focus on me” de Jus2? (Ver en: <https://www.youtube.com/watch?v=uf27Hxrglrk>)



- a) Es un dolly in a través de un set largo
- b) Es una extensión de set mediante chroma key**
- c) Es un zoom in
- d) Es un dolly out a través de un set largo

4. ¿Qué tipo de efecto se está empleando en el siguiente frame del videoclip “Stealer” de D-CRUNCH? (Ver en: <https://www.youtube.com/watch?v=It8JCnyFW38>)



- a) doble exposición**
- b) atenuación a blanco
- c) slow motion
- d) motion blur

5. ¿Cuál es el tema principal del videoclip “Girls” de la agrupación NATURE? (ver en: <https://www.youtube.com/watch?v=E8-jY6a6ktKA>)

- a) asesinatos
- b) la pérdida de la inocencia a través de una relación no definida formalmente**
- c) la maldad dentro del inconsciente colectivo femenino
- d) el resentimiento entre un grupo de mujeres

6. ¿Cuál es la función del vestuario y maquillaje en el videoclip Apple de GFRIEND? (ver en: https://www.youtube.com/watch?v=XQSse3b2ge4&list=PLI-JG-WE6OYlukze8UJKGqIrlUN_F6Ewmf&index=56)

- a) generar un contraste con la puesta en escena
- b) muestra una evolución y dualidad relacionada con la pérdida de inocencia a través de la psicología del color**
- c) integrarse con la puesta en escena generando imágenes monocromáticas y separando al sujeto del fondo con el esquema de iluminación
- d) Integra a las miembros con la puesta en escena y el concepto mágico del videoclip

7. Menciona cuáles son los siguientes planos:



- a) Plano general, primer plano, plano americano
- b) Plano americano, plano general, plano detalle
- c) primer plano, plano americano, plano general
- d) primerísimo primer plano, plano general, plano americano**

8. ¿Cómo está efectuada la composición de los siguientes planos?



- a) Mediante regla de tercios y ley de unidad**
- b) Mediante proporción áurea y regla de tercios
- c) Mediante regla de tercios y ley de la mirada
- d) Mediante el equilibrio y proporción áurea

9. ¿Cuál es la emoción que evocan las fotografías concepto End del álbum Thursday's Child de TXT, así como los elementos y recursos utilizados en ellas?



- a) Tristeza y soledad por los colores
- b) Vulnerabilidad, ya que su vestuario consta de camisetas de interior y uno de ellos está en una baño, el cual puede interpretarse como un lugar de mucha intimidad; tristeza y vacío, por el maquillaje rojizo en los ojos, así como los colores desaturados y el blanco y negro.**

- c) Tristeza, es evidente que todos están llorando, además de la iluminación fría, inocencia por el vestuario blanco, así como vacío por la sobriedad de los fondos.
- d) Tristeza y soledad por los colores, todos se encuentran llorando, lo cual se acentúa con el maquillaje de ojos, vacío por la sobriedad de los fondos y la escasez de color, así como inocencia y pureza por el vestuario blanco.

10. ¿Cuál es la referencia principal que da sentido al concept trailer de Minisode 3: Tomorrow y a través de qué elementos se ve referenciado? (Ver en: <https://www.youtube.com/watch?v=7ogramgxWmI>)

- a) La referencia principal es la película Burning de Lee Chang Dong y se referencia mediante la mímica del personaje de Haemi y la danza, la cual busca “el sentido de la vida”, así como el estilo de fotografía y los paisajes.
- b) La referencia principal es el libro El Principito, esto se ve referenciado a través del vestuario blanco, las coronas de papel, el desierto y el zorro, además de que el detective les cuestiona sobre su procedencia del planeta b612.**
- c) La referencia principal es la película Rápidos y furiosos, esto se ve referenciado a través del robo en el museo, la escena de persecución y la importancia que dan al sentido de la familia que uno mismo crea aunque no compartan la misma sangre.

CON CLU SIO NES

A lo largo de esta tesis, se ha trazado un exhaustivo recorrido por la historia de la industria musical popular surcoreana, revelando una compleja red de influencias que abarcan desde factores sociopolíticos y económicos como la ocupación japonesa, la guerra de Corea, hasta la crisis asiática que llevó al país a buscar ayuda financiera del FMI. Además, se ha explorado el papel crucial de las estrategias gubernamentales en la promoción de la cultura coreana a través del entretenimiento, moldeando así el camino hacia la prominencia global del *K-pop*.

Partiendo de una comprensión más amplia del *K-pop* que simplemente la música idol, se han revisado sus raíces y referentes, destacando especialmente el impacto revolucionario del grupo *Seo Taiji and Boys* en la década de 1990. Su propuesta musical innovadora, fusionando géneros como el hip-hop, y una estética fresca, sentaron las bases para la evolución del género. Desde entonces, la industria ha experimentado un vertiginoso desarrollo a lo largo de varias generaciones, impulsada por avances tecnológicos, estéticos y sonoros que la han convertido en un fenómeno cultural global sin precedentes.

Un aspecto crucial abordado ha sido la implementación de estrategias de promoción por parte de las agencias de entretenimiento, las cuales han sabido aprovechar al máximo los medios digitales para trascender las barreras geográficas y lingüísticas, alcanzando audiencias internacionales de manera efectiva. Estas estrategias, moldeadas por las demandas cambiantes del público y la evolución de la cultura juvenil en la era digital, han sido clave en la expansión del *K-pop* a nivel global.

Además, se ha llevado a cabo un análisis detallado de producciones destacadas en la industria del *K-pop*, centrándose en aspectos como la complejidad narrativa,

las estrategias de promoción, la adaptación a las tendencias actuales, la construcción de marca y la recepción por parte del público. Grupos como *Tomorrow X Together*, *Ateez* y *BTS* han sido objeto de estudio, destacando su impacto tanto a nivel nacional como internacional.

Como resultado de esta investigación, se ha desarrollado un manual digital de actividades para la asignatura *Laboratorio de Investigación-Producción en Medios Audiovisuales e Hipermedia II* correspondiente al octavo semestre de la carrera de *Diseño y Comunicación Visual* impartida en la *Facultad de Artes y Diseño* de la UNAM. Este manual no solo sirve como una herramienta para el análisis y la comprensión de los medios audiovisuales contemporáneos, sino que también ofrece un profundo estudio de los elementos narrativos, promocionales y técnicos que han contribuido al éxito del *K-pop* en el escenario mundial. En última instancia, este trabajo busca enriquecer la experiencia educativa de estudiantes, docentes y profesionales al proporcionarles un conjunto de recursos valiosos para explorar y entender la cultura mediática del siglo XXI, así como herramientas que les permitan desarrollar proyectos escolares, personales y profesionales que puedan generar un impacto significativo en su audiencia, así como realizar aportes que permitan que la industria audiovisual e hipermedia se enriquezca de trabajos más experimentales y profundos,

FUENTES CONSULTADAS

Abidin, C., & Lee, J. (2023). *K-pop TikTok: TikTok's expansion into South Korea, TikTok Stage, and platformed glocalization*. *Media International Australia*, 188(1), 86-111. <https://doi.org/10.1177/1329878X231186445>

Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (2007). *Dialéctica de la Ilustración*. Ediciones AKAL.

Ballesteros, R. H. (2016). *Branding*. ECOE ediciones.

Barrio, J. A., García, M. R., Ruiz, I., & Arce, A. (2006). *El estrés como respuesta*. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 1(1), 37-48.

Bracha, H. S. (2004). *Freeze, Flight, Fight, Fright, Faint: Adaptationist Perspectives on the Acute Stress Response Spectrum*. *CNS Spectrums*, 9(09), 679-685. doi:10.1017/s109285290001954

Choi, J., & Maliangkay, R. (2015). *K-pop: The International Rise of the Korean Music Industry*.

Cosmopolitan. (2022, 22 noviembre). 방탄의 숨겨진 조력자! 빅히트 크리에이티브 디렉터, 김성민. COSMOPOLITAN. <https://www.cosmopolitan.co.kr/article/72050>

Cremayer Mejía, L. (2018). *El K-pop de BTS, exponente del Hallyu, del Poder Blando y de la Comunicación Transmedia*. Anuario de Investigación CONEICC, Vol. I, No. XXV. Recuperado de: <https://anuario.coneicc.org.mx/index.php/anuarioconeicc/article/view/46/35>

Cueva Asin, C.L. (2019). *Valoración del lenguaje audiovisual de los videoclips de k-pop y la construcción de la identidad cultural en los adolescentes en Campo de Marte, Jesús María, 2019* [Tesis para optar por el título profesional de licenciada en ciencias de la comunicación. Universidad César Vallejo]. Recuperado de: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/48592/Cueva_ACL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Dena, C. (2009). *Transmedia Practice: Theorising the Practice of Expressing a Fictional World across Distinct Media and Environments*. Tesis doctoral, University of Sydney.

Dussel, E. (8 de octubre de 2018) *La transformación de la educación hacia la descolonización de la pedagogía* [Foro ianugural]. La educación para la cuarta transformación, Cámara de diputados. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=sWg94cBYDrM&list=P-Ll_JG-WE6OYkz_AoYx99FvwV7c_fAsulX&index=7

Esquerre Rojas, A.C. (2021). *The star seekers: Representación de adolescentes en los videoclips de la narrativa transmedia de TXT* [Tesis para optar el grado de bachiller en Comunicación Audiovisual y Medios Interactivos. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Recuperado de: <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/658948>

Fendler, U. (2019). *SM Entertainment: From stage art to new culture technology*. Culture and empathy (Online), 2(3), 206-219. <https://doi.org/10.32860/26356619/2019/2.3.0005>

Fernandez Maldonado Tincopa, S. (2021). *Bangtan Universe: Análisis de la estrategia transmedia del grupo Kpop BTS* [Tesis para optar el grado de bachiller en Comunicación Audiovisual y Medios Interactivos, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Recuperado de: https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/657417/Fernandez_MT.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Freire, P. (1970). *Pedagogía del oprimido*. Siglo XXI Editores.

Gendler, Martín A. (2017). *Cuando el KPOP conoció Internet (e Internet conoció al KPOP): retroalimentaciones dentro de un fenómeno global en crecimiento*. 1ra Jornada sobre la Oleada Coreana. Asociación Mundial para Estudios Hallyu - WAHS Argentina; Centro Cultural Coreano, Buenos Aires.

González, I. S. (2005). *Internet, virtualidad y comunidad*. Revista de Ciencias Sociales (Cr), 2(108), 55-69.

Grippio, J. (2012). *Banda de Moebius*. PsicoNotas.com. <https://www.psiconotas.com/banda-de-moebius-314.html>

Habermas, J. (1981). *Teoría de la acción comunicativa*. Taurus.

Hernández, V. (2022). *¿Cómo nacieron las photocards? este fue el grupo de K Pop que las inventó*. Sonica. <https://www.sonica.mx/curiosidades/2022/10/19/como-nacieron-las-photocards-este-fue-el-grupo-de-pop-que-las-invento-18631.html>

Herrera, L. (2022). *Samulnori: Redescubriendo el pasado a través de la percusión coreana - Haneul Ssem*. Haneul Ssem - Corea y Latinoamérica. <https://haneulssem.com/2022/04/25/samulnori-es/>

Horton, D., & Richard Wohl, R. (1956). *Mass Communication and Para-Social Interaction*. Psychiatry, 19(3), 215-229. doi:10.1080/00332747.1956.11023049
10.1080/00332747.1956.11023049

Illescas Martínez, Jon E., (2015), *La dictadura del videoclip: industria musical y sueños prefabricados*, Vilassar de Dalt, España: Ediciones de Intervención Cultural.

Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Grupo Planeta (GBS)

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press

Jenkins, H. (2007). *Transmedia Storytelling 101 — Pop Junctions*. Henry Jenkins. https://henryjenkins.org/blog/2007/03/transmedia_storytelling_101.html

Kemmis, S., & McTaggart, R. (1988). *The Action Research Planner*. Deakin University.

Kim, A.(2017). *Korean Popular Music (K-Pop), Youth Fan Culture, And Art Education Curriculum*. (Master's thesis). Retrieved from <https://scholarcommons.sc.edu/etd/4368>

Kim, H. S. (2017). *An analysis of a strategy for the activation of Korean wave K-fashion*. Journal of the Korea Fashion and Costume Design Association, 19(3), 175-192.

Kim, J. H. (2020). *The study on the BTS's fashion style*. Journal of the Korea Academia Industrial Cooperation Society, 21(9), 310-320. <https://doi.org/10.5762/kais.2020.21.9.310>

Kong, H.Y. (2016). *The globalization of k-pop: the interplay of external and internal forces* [Tesis de maestría]. Furtwangen University.

Korean Culture and Information Service & Ministry of Culture, Sports and Tourism. (2011). *K-POP: A New Force in Pop Music* (1.a ed., Vol. 1).

Liankai, W., Kim, Y. K., & Lee, K. H. (2021). *A study on the fashion design and style of K-Pop boy groups: focusing on the music programs and YouTube videos of BTS and Seventeen*. Fashion & Textile Research Journal, 23(6), 726-743. <https://doi.org/10.5805/sfti.2021.23.6.726>

Lee, S. (2021). *Alternative or "New Normal": Shifting Trend of K-pop Concerts in COVID-19 Time*. In Proceedings of the Next Generation Global Workshop (Vol. 14, pp. 1-26). 京都大学アジア研究教育ユニット.

Leung, S. (2012). *Catching the K-Pop Wave: Globality in the Production, Distribution, and Consumption of South Korean Popular Music*. Vassar College Libraries. Recuperado de: <https://digitallibrary.vassar.edu/collections/institutional-repository/bbf2f72f-69aa-4473-812f-29192bcc6335>

Machado Pereira, S. (2022). *Fan engagement strategies in the K-pop industry* (Doctoral dissertation, Scuola universitaria professionale della Svizzera italiana).

Martínez, M. (2020, 21 diciembre). *Lysn, Weverse, bubble. . . ¿Qué app es mejor para seguir a tus idols?* - K-magazine. K-magazine. <https://kmagazine.mx/k-pop/lysn-weverse-bubble-que-app-es-mejor-para-seguir-a-tus-idols/>

Memorias Congreso ALAIC 2022. (2023, 23 marzo). *TikTok: challenges, tendencias y algoritmos*. Alaic2022.Ar/. Recuperado 11 de abril de 2023, de <https://alaic2022.ar/memorias/index.php/2022/article/view/614/611>

Mestre Gutiérrez, M. C. (2020) *'Enfermos de amor': Fandoms, prácticas comunicativas y comunidades afectivas en el K-Pop*.

Muñoz, A. (2016). *China prohíbe contenido coreano* - K-Magazine. K-magazine. <https://kmagazine.mx/asia/china/china-prohibe-contenido-coreano/>

Ochoa Lozano, Y. (2023). *Estudio de los conciertos en el metaverso y análisis de la experiencia e impacto en la industria musical durante la pandemia covid-19*. Universidad de los Andes.

Oferta. (s. f.). *Diseño y Comunicación Visual*. <http://oferta.unam.mx/planestudios/disycmunvis-plan-de-estudios14.pdf>

Oh, C. (2015). *Queering spectatorship in k-pop: the androgynous male dancing body and western female fandom*. *Journal of fandom studies*, 3(1), 59-78. https://doi.org/10.1386/jfs.3.1.59_1

Oh, M. (2023) *TXT's logo chronicles how they've grown up*. Weverse Magazine. <https://magazine.weverse.io/article/view;jsessionid=E90F979177DA633BB78ED37F0E327411?lang=en&num=667>

Priambodo, S., & Surya, V. D. A. (2022). *TRANSCULTURAL STAGE DESIGN AS A MOMENTARY SPATIAL EXPERIENCE*. In *Prosiding Seminar Internasional-ICDAD (International Conference Dialogue on Art and Design) (Vol. 1, pp. 189-203)*

Prieto Lozano, M. P. (2023). *Influencia de las relaciones parasociales y sociales en el bienestar subjetivo en un grupo de fanáticos del K-Pop* (Bachelor's thesis, Universidad EAFIT).

Pužar, A., & Hong, Y. (2018). *Korean Cuties: Understanding Performed Winsomeness (AEGYO) in South Korea*. *The Asia Pacific Journal of Anthropology*, 19(4), 333-349. <https://doi.org/10.1080/14442213.2018.1477826>

Ruiz, A. S. S. (2022, 11 enero). *Grupos femeninos de K-Pop con la encantadora vibra del girl crush*. *Nación Rex*. <https://www.nacionrex.com/kpop/Grupos-femeninos-de-K-Pop-con-la-encantadora-vibra-del-girl-crush-20220111-0010.html>

Rodríguez Asencio, A. (2021). *La personalización de contenidos en redes sociales. Algoritmos y segmentación en Facebook*. [Trabajo de fin de máster en Investigación de la Comunicación como Agente Histórico-social, Universidad de Valladolid]

Rodríguez Cuenca, M. (2021). *Análisis y sentido de la identidad de K-Pop Stan Twitter*. (Trabajo Fin de Grado Inédito). Universidad de Sevilla, Sevilla.

Rodríguez-López, J. (2016). *Audiovisual y semiótica: el videoclip como texto*. *Signa: Revista de la Asociación Española de Semiótica*, 25, 943-958.

Said, E. W. (2003). *Orientalismo*. DEBOLSILLO.

San Diego, A. (2021). *K-Pop Orientalism: US Cultural Imperialism in Korean Popular Music from 1954 to 2018* [Tesis para obtener la Maestría en Artes]. University of Alberta Libraries.

Scolari, C. A. (2009). *Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production*. *International Journal of Communication*, 3, 586-606.

Sedeño Valdellós, A. M. (2007). *El videoclip como mercanarrativa*.

Sharma, N. (2020). *EMERGENCE OF SNS AS MARKETING COMMUNICATION TOOL*. 10.13140/RG.2.2.32958.51526.

Stein, M. B. (2004). *El mapa del alma según CG Jung*. Luciérnaga.

Sued, G. (2021). *Entrenar al algoritmo: gobernanza, agencia y literacidad en el uso de YouTube*. Contratexto, 037, 159-182. <https://doi.org/10.26439/contratexto2022.n037.5331>

Triana, D. D., Soewardjo, B. K., & Hidayati, P. P. (2020). *ANALYTIC AND HOLISTIC SCORING: A METHOD IN KINESTHETIC SCORING IN K-POP DANCE*. PalArch's Journal of Archaeology of Egypt / Egyptology, 17(4), 58-70. <https://doi.org/10.48080/jae.v17i4.247>

UNESCO. (s. f.). *Talchum, danza teatral con máscaras en la República de Corea*. <https://ich.unesco.org/es/RL/talchum-danza-teatral-con-mascaras-en-la-republica-de-corea-01742#:~:text=El%20talchum%20es%20un%20arte,engloba%20danza%2C%20m%3%BAsica%20y%20teatro>

Umar, A., Liesl, R., Himawan, N., & Mustikasari, F. (2023). *The Influence Of Korean Brand Ambassador On Hedonic Shopping Motivation Moderated By Fanaticism Toward Impulsive Buying Behavior In E-Commerce*. no. Figure, 1, 2152-2164.

Universidad de Palermo. (s. f.). *¿Qué es el storytelling? todo sobre el arte de contar historias* | UP. Universidad de Palermo. <https://www.palermo.edu/negocios/que-es-el-storytelling.html>

Universidad Pai Chai *Historia y Símbolos*. (s. f.). Universidad Pai Chai. Recuperado 1 de septiembre de 2022, de https://hmong.es/wiki/Pai_Chai_University

UNAM. (2003). *Marco Institucional de Docencia*. Gaceta UNAM, 2 de octubre de 2003, p. 22. Recuperado de <http://www.legislacion.unam.mx>.

Vitagliano, F. (2019). *K-POP: BETWEEN “KOREANNESS” AND GLOBALISATION*. 10.13140/RG.2.2.17465.90725.

Weiss, C. H. (1995). *Nothing as Practical as Good Theory: Exploring Theory-Based Evaluation for Comprehensive Community Initiatives for Children and Families*. In J. Connell, A. Kubisch, L. Schorr, & C. Weiss (Eds.), *New Approaches to Evaluating Community Initiatives: Concepts, Methods, and Contexts*. Aspen Institute.

Whitney Rosas, E.I. (2015). *El pop coreano en los jóvenes paceños y tottorrienses* [Tesis para obtener el título de maestra en ciencias sociales con orientación en globalización]. Universidad Autónoma de Baja California Sur. Recuperado de: <https://biblio.uabcs.mx/tesis/te3275.pdf>

Wiki Targeted (Entertainment). (s. f.). Wiki Drama. Recuperado 2 de septiembre de 2022, de <https://drama.fandom.com/es/wiki/EXO>

Williams, J. (2017). *The South Korean Music Industry: The Rise and Success of 'Kpop'* [Tesis de Licenciatura. Department of Asian, Middle Eastern and Turkish Studies]. Stockholm University.

Wong, K.W. (Director). (1990) *Days of being wild* [Film] In-Gear Film Production

Yang, H., & Arft-Guatelli, J. (Directores). (2021). *Hallyu: Korean Ministry of Culture, Sports, and Tourism 2016*. Hallyu: Korean Ministry of Culture, Sports, and Tourism 2016, UCBMUN. Recuperado 12 de marzo de 2023, de <https://bearmun.berkeley.edu/static/BGs/hallyu.pdf>

**PROGRAMA DE LA ASIGNATURA
LABORATORIO DE INVESTIGACIÓN-PRODUCCIÓN
EN MEDIOS AUDIOVISUALES E HIPERMEDIA II
DE LA FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO DE LA UNAM**

ANEXO 01



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS
PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN
DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL
Programa de la asignatura

Laboratorio de Investigación-Producción en Medios Audiovisuales e Hipermedia II

Clave:	Semestre: 8°	Campo de conocimiento: Tecnológico-Digital, Investigación-Producción	No. Créditos: 10
Carácter: Obligatoria de elección		Horas	Horas por semana
Tipo: Teórico-Práctica		Teoría: 2	Práctica: 6
		8	
Modalidad: Laboratorio		Duración del programa: 16 semanas	
		128	

Seriación: No () Sí (x) **Obligatoria** () **Indicativa** (x)

Asignatura antecedente: Laboratorio de Investigación-Producción en Medios Audiovisuales e Hipermedia I

Asignatura subsecuente: Ninguna

Objetivo general:

Aplicar los fundamentos teórico-prácticos que integran el diseño audiovisual y de hipermedia en el desarrollo de un proyecto personal de producción audiovisual con aplicaciones y mensajes específicos.

Objetivos específicos:

1. Diseñar una producción audiovisual transmediática, híbrida o network.
2. Revisar y aplicar procesos de producción audiovisual acordes con las necesidades del proyecto.
3. Someter el proyecto a un proceso de post producción.
4. Analizar y aplicar los procesos de gestión para la exhibición del proyecto.
5. Evaluar los resultados conforme al proceso de exhibición.
6. Promover la práctica y la experimentación de procesos de investigación-producción en medios audiovisuales.

Índice Temático

Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	Selección del proyecto	4	12
2	Desarrollo del guión	4	12
3	Preproducción	4	12
4	Producción	5	15
5	Postproducción	5	15
6	Exhibición	5	15
7	Valoración	5	15
Total de horas:		32	96
Suma total de horas:		128	

Contenido Temático	
Unidad	Temas y subtemas
1	Selección del proyecto 1.1 Desglosar las fases del proceso. 1.2 Elaborar propuestas. 1.3 Evaluación y selección.
2	Desarrollo del guión 2.1 Planteamiento de la idea central. 2.2 Redacción de la sinopsis. 2.3 Escaleta. 2.4 Desarrollo del guión. 2.5 Mapa. 2.6 Storyboard.
3	Preproducción 3.1 Plan de trabajo. 3.2 Casting. 3.3 Scouting. 3.4 Selección de herramientas y recursos gráficos. 3.5 Plan de producción.
4	Producción 4.1 Proceso de realización. 4.2 Fotografía. 4.3 Control y aplicación de sonido. 4.4 Selección de talento.
5	Postproducción 5.1 Edición. 5.2 Manipulación de gráficos. 5.3 Aplicación de efectos 5.4 Selección e integración de piezas musicales. 5.5 Diseño sonoro. 5.7 Masterización.
6	Exhibición 6.1 Selección de herramientas de exhibición. 6.2 Gestión de espacios. 6.3 Estrategias de promoción.
7	Valoración 7.1 Herramientas de evaluación. 7.2 Encuesta. 7.3 Entrevista.

Bibliografía básica:

Acuña, A. y Romo, M. (2008). Diseño instruccional multimedia. España: ITESM, MIXEL Consulting.
Ayala Blanco, Jorge. La justeza del cine mexicano. México, CUEC – UNAM, 2011
Baños, R. (2003). Cómo enseñar a investigar en Internet. México: Trillas.
Beacque, Antoine de. Nuevos Cines, Nueva Crítica: El Cine en la Era de la Globalización, Barcelona, Paidós, 2006
Bernal, Francisco. Técnicas de Iluminación en Fotografía y Cinematografía, Barcelona, Omega, 2003
Beuchot y González, Alberto Eduardo. Espejos de Luz: Aproximaciones a la Hermenéutica Cinematográfica en Tres Casos, México, Limusa, 2006

Brea, J.L. (2000). Transformaciones contemporáneas de la imagen-movimiento: postfotografía, postcinema, postmedia. Acción paralela, 5. España: Edipo.

Cairns, Graham. El Arquitecto Detrás de la Cámara: La Visión Espacial del Cine. Madrid, Abada Editores, 2007

Castro, G. (2003). Diseño y desarrollo multimedia: sistemas, imagen, sonido y video. México: Alfaomega/Rama.

Català, Joseph María. La puesta en imágenes, conceptos de dirección cinematográfica. Barcelona, Paidós, 2001

Gregory, M. (2005). Gestión de proyectos. España: ANAYA Multimedia.

Gubern, Román. Del Bisonte a la Realidad Virtual. Barcelona, Anagrama, 1996

Gutiérrez San Miguel, Begoña. Teoría de la Narración Audiovisual. Madrid, Cátedra, 2006

Landucci, Sandro. Villalobos, Roxana. Coordinación Editorial, Las Rutas del Cine Mexicano Contemporáneo, México, Conaculta – Imcine, 2006.

Ortega, J. y Chacón, A. (2007). Nuevas Tecnologías para la educación en la era digital. España: Ediciones Pirámides.

Bibliografía básica:

Barnwell, J. (2009). Fundamentos de la creación cinematográfica. España: Parramón.

Castro, G. et al. (2003). Diseño y desarrollo multimedia: sistemas, imagen, sonido y video. México: Alfaomega/Rama.

Cubitt, S. (1993). Videography: Video Media as Art and Culture. Londres: MacMillan.

Gálvez, A. (2004). Posicionamientos y puestas en pantalla. Un análisis de la producción de sociabilidad en los entornos virtuales. Barcelona: UAB.

Goodwin, A. Dancing in the Distraction Factory: Music Television and Popular Culture. Minneapolis, University of Minnesota Press, 1992.

Núñez, C. (2002). Objetos de aprendizaje; Una herramienta para la innovación educativa. México: Centro de recursos de innovación educativa.

Rodríguez, A. La dimensión sonora del lenguaje audiovisual. Barcelona, Paidós, 1998.

Vernallis, C. Experiencing music video: aestheTIC and cultural context, New York, Columbia University Press. 2004.

Sugerencias didácticas:

Exposición oral	(x)
Exposición audiovisual	(x)
Ejercicios dentro de clase	(x)
Ejercicios fuera del aula	(x)
Seminarios	()
Lecturas obligatorias	(x)
Trabajo de investigación	()
Prácticas de Laboratorio-Taller o laboratorio	(x)
Prácticas de campo	()
Otras: Aprendizaje basado en proyectos	()

Mecanismos de evaluación del aprendizaje:

Exámenes parciales	(x)
Examen final escrito	(x)
Trabajos y tareas fuera del aula	(x)
Exposición de seminarios por los alumnos	()
Participación en clase	(x)
Asistencia	(x)
Seminario	()
Otras: Evaluación de proyecto	()

Perfil profesiográfico:

Licenciado en Diseño Gráfico, Comunicación Visual o en Diseño y Comunicación Visual con experiencia docente.

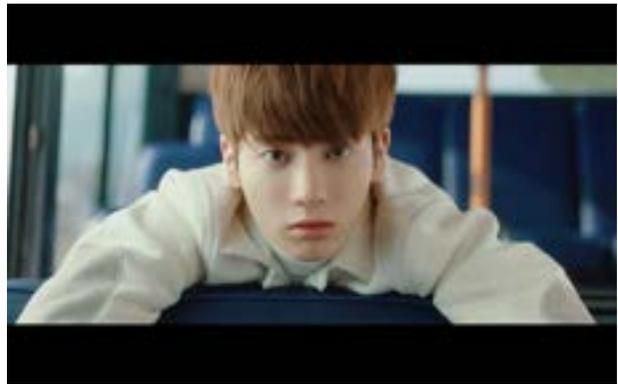
ANEXO 02

ANÁLISIS REALIZADO SOBRE LA OBRA DE LA AGRUPACIÓN TOMORROW X TOGETHER

INTRODUCTION FILM: WHAT DO YOU DO?

Como lo indica su nombre, son clips que ayudan al público a conocer los miembros del grupo próximo a debutar de uno en uno y en conjunto. La vestimenta es informal y juvenil, todo esto tanto por la edades de los miembros como la del público al que apelan

Al final de cada clip se escucha un código morse 'Dreaming'.



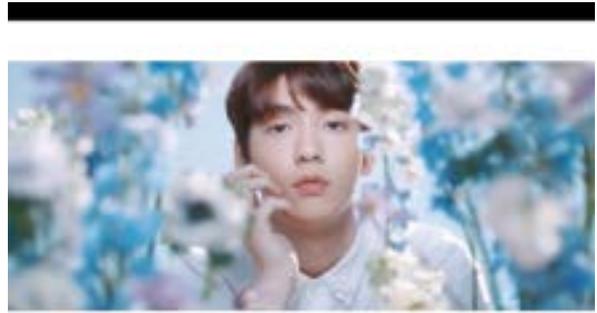
DREAMING

QUESTIONING FILM: WHAT DO YOU SEE?

A partir de estos clips se dan pistas sobre lo que será el universo ficticio (+u), se le asigna a cada miembro una flor y animal representativo. El maquillaje es muy natural (*makeup no makeup*) y el *styling* es muy pulcro. Al final de cada video tienen un código morse distintivo.

SOOBIN

- ***Mantis religiosa***- en diversas culturas se le relaciona con la conexión con el mundo de los espíritus. Asimismo pueden estar relacionados con el ciclo de la vida, muerte y resurrección. Se le asocia con el coraje. Vida, muerte, amor, odio, éxtasis y dolor.
- ***Anémoma***: Expectativa, consideración y honestidad. Defensa contra el mal, Anticipación y emoción por un acontecimiento futuro. Amor y afecto abandonados. Representación de la muerte de un ser querido. En lo esotérico se dice que un sahumero de esta flor ayuda a conectar con la intuición y el mundo de los espíritus
- ***Mañana***



BEOMGYU

- ***Mariposa***: transformación, renacimiento, pureza, muerte, también representa el alma debido a su relación con la letra *psi* y la etimología de *psique*. esperanza, mensajeras de los espíritus. todo sucede como y en el momento en que deben suceder. libertad en *feng shui*.
- ***Amapola***: reposo y tranquilidad, sueño, recuerdo flor del consuelo, sacrificio, regeneración
- ***Esperanza***

YEONJUN

- **Oruga:** eternidad, longevidad, paciencia, sabiduría, transformación, resiliencia, renacimiento, crecimiento, transformación espiritual,
- **Tulipán:** amor sincero, incondicional y puro. Renacimiento, esperanza, acompañan a los difuntos en su camino al más allá. Perfección, belleza eterna, inmortalidad, pasión, prosperidad.
- **Promesa**



HUENINGKAI

- **Gecko:** Suerte, divinidad, regeneración, comunión entre el mundo de los vivos y los muertos, protección,
- **Amapola islandesa:** Fertilidad, amor, sueño, belleza, fragilidad
- **Secreto**

TAEHYUN

- **Loro:** el significado del loro insiste en que hay que prestar atención a los signos y presagios que le rodean. Mediadores de fuerzas opuestas, fuerza, protección. como totem habla de alguien que puede ver las cosas desde un punto de vista diferente. petrificación
- **Narciso:** renacimiento, los nuevos comienzos y la vida eterna. Buena fortuna, alegría, esperanza, estima, consideración, también puede ser un presagio de muerte.
- **Pista**

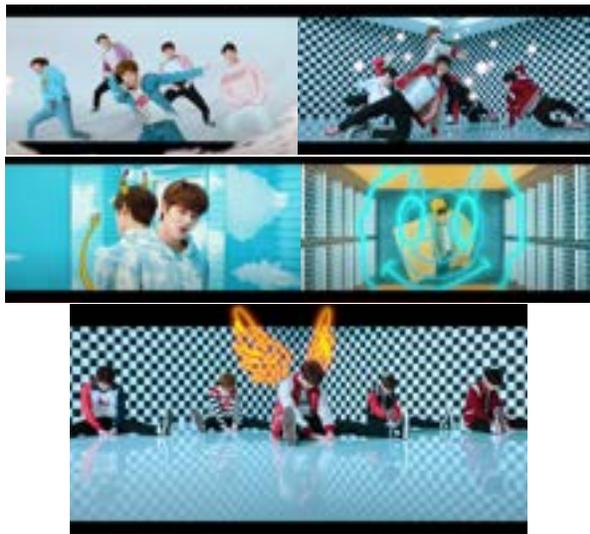


THE DREAM CHAPTER: STAR

LOGO



CROWN



- *Makeup no makeup*
- *Styling* juvenil, ropa informal, tonos alegres y pastel
- Se destacan animaciones tipo doodle sobre el vídeo interactuando con los artistas
- El enfoque principal, al tratarse del debut del artista, está en la coreografía y en los miembros de manera individual interactuando en alguno de los diferentes *spots*
- Tiene una esencia energética, brillante y juvenil, precisamente porque apela al público adolescente. La letra también es un factor importante ya que el concepto en general de grupo es el crecimiento
- En primera instancia destaca mucho el título coreano 어느날 머리에서 뿔이 자랐다, traducido como 'Un día crecieron cuernos en mi cabeza'

BLUE ORANGEADE

- Colores sobre saturados y brillantes
- Estética maximalista
- Recuerda mucho a la cultura pop y del internet (algunas partes del video transiciona de tal forma que simular cuando se hacer *scroll* en el teléfono o como cuando leemos un *webtoon*)
- *Makeup no makeup*
- *styling* colorido con muchos estampados y colores llamativos
- La canción habla sobre el estar enamorado, el sentir que encuentras a quien te complementa. La estética puede hacer referencia al *rush* de emociones que uno, cuando es adolescente, tiene en esta etapa, todo es más emocionante, energético y brillante.



CAT & DOG

- colores saturados
- bajo contraste
- enfoque inicial en los miembros y la coreografía
- se busca acentuar la juventud de los idols, su pureza (esto debido a la cultura del *aegyo*: entendido como una muestra de afecto coqueta en la cual se busca manejar una voz, rasgos faciales y actitudes tiernas y encantadoras)
- Los spots incluyen elementos relacionados a perros y gatos para reforzar el mensaje de la canción (yo con personalidad de gato(solitario, independiente,

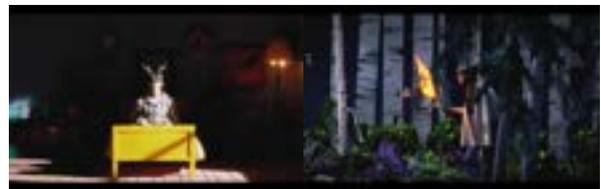
poco expresivo) me enamoré y me convertí en un perro (alguien muy efusivo, con una necesidad constante de afecto y atención))



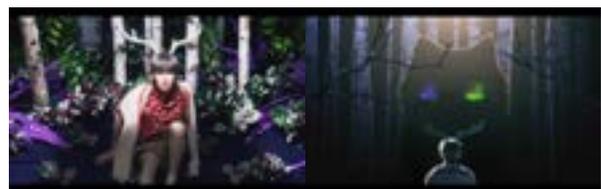
- Aquí hace su primera aparición la figura de un gato negro con un ojo azul y otro verde, el cual será relevante a lo largo del +u. Este con su gran tamaño intimida a Yeonjun quien, en un acto desesperado, intenta deshacerse de sus cuernos, logrando únicamente lastimarse a sí mismo

NAP OF A STAR

- Primer videoclip relacionado con el +u
- Se divide en capítulos como película antigua
- *Makeup no makeup*
- Indumentaria juvenil con un toque infantil.
- Escenografía teatral, da la ilusión de tratarse de un cuento de hadas
- Narra la historia previa a *Crown* (*un día me salieron cuernos de la cabeza*), en donde los cuernos representan las heridas que acumulamos al crecer así como aquello que nos hace diferentes al resto.
 - El protagonista (Yeonjun), quien un día despierta con cuernos en su cabeza. Asustado decide huir de casa y adentrarse en las profundidades del bosque, el cual puede ser un símbolo del inconsciente, según Jung, los terrores del bosque presente en leyendas y cuentos infantiles simbolizan el aspecto peligroso del inconsciente.



- **Gato:** posiblemente se trate del *bakeneko*, un gato demonio del folclore japonés. No son ni buenos ni malos, tampoco representan algo en específico más que lo caóticos que son los gatos; generalmente hacen travesuras para pasar el rato. Se les adjudican poderes mágicos con los cuales pueden poseer personas, lanzar maldiciones, cambiar de forma e incluso manipular cadáveres. De igual forma, en muchas culturas, como la egipcia, los gatos son considerados seres que pueden rondar tanto en el mundo físico como en el espiritual.





- En este momento se encuentra redondeado de árboles sin hojas de color azul y rojo, esto me recordó al corazón (los árboles funcionando como venas). Puede ser una metáfora a su mundo interno en cuestión emocional (tomado en cuenta que comúnmente la imagen del corazón se la adjudica el sentimiento y al cerebro, la razón)
- Finalmente Yeonjun encuentra apoyo en los 4 miembros restantes, quienes también poseen diferencias. Ellos suponen un apoyo para el protagonista y le proporcionan seguridad y compañía. Esto puede ser un mensaje para los jóvenes (principalmente coreanos) y una crítica a su sociedad, debido a que en Corea uno debe buscar mezclarse con el resto, son una sociedad sumamente homogénea, por lo que entre más parecidos sean entre sí, mejor.

- Yeonjun: Cuernos
- Soobin: Orejas grandes y puntiagudas - escuchó algo
- Beomgyu: Espinas en el hombro - herida a su ego
- Taehyun: Ojo - vió algo
- Hueningkai: Alas mecánicas - deseo de libertad



THE DREAM CHAPTER: MAGIC

LOGO



CONCEPT TEASER

- Performático
- Proyecciones con las que interactúan los idols
- Ofrece un acto jovial y carismático dando un sneak peak sobre el concepto que tendrá el álbum



RUN AWAY

- Makeup no makeup, se buscan pieles de porcelana y labios con una tintura muy ligera
- El vestuario se conforma por ropa informal muy juvenil, uniformes escolares y conjuntos deportivos.



- El videoclip combina tomas de la coreografía, los miembros interactuando en la locación y un poco sobre el universo ficticio del grupo.
 - Se puede destacar la existencia de un mundo alterno
 - El símbolo del fuego, así como el nulo control que los miembros tienen sobre éste.
 - Símbolo mágico (podría ser un círculo de transmutación)
 - Oso de peluche



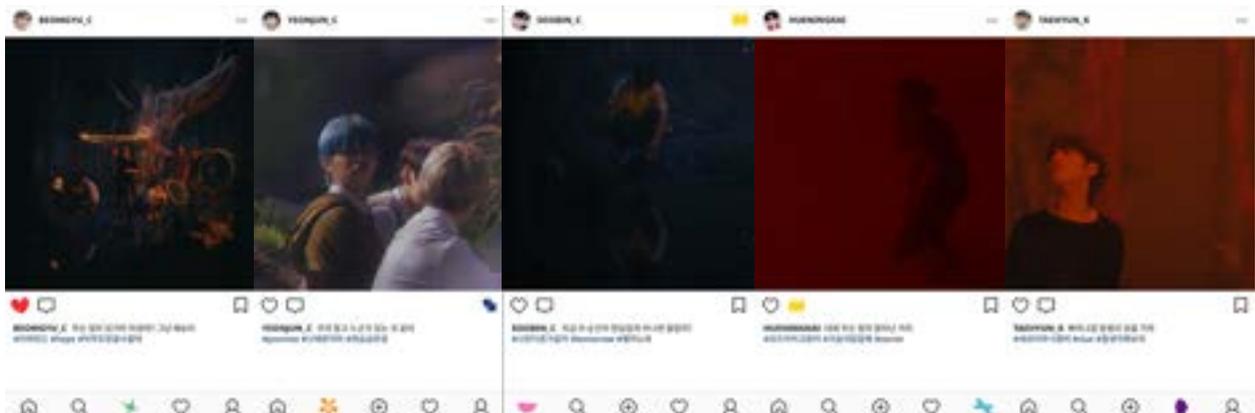
- Ambientación escolar (fue rodado en un escuela)
- Búsqueda constante del magic island (el “forever” repetido en la pizarra de Soobin nos hace alusión al querer permanecer en su mundo de fantasía (o pensar que nunca se va a acabar)

ANGEL OR DEVIL

- *Makeup no makeup*
- *Street style. Beanies y bucket hats*
- Enfoque en la coreografía
- Incluye animaciones que interactúan con los artistas
- Puede representar un conflicto moral

MAGIC ISLAND TEASER

- Se lanzaron 5 teasers (1 por miembro).
- Formato 9:16
- Simula un post de instagram
- Entre los hashtags se encuentran las palabras referentes a cada miembro en los questioning film.
 - **Beomgyu:** ¿Qué debería pasar? Simplemente hagámoslo #rewind #hope #can'tBelieveAnyone
 - **Yeonjun:** creo que hay alguien más además de nosotros #promise #EsPorMiCulpa #CuartoDePracticaFantasma
 - **Soobin:** Este momento es real o un sueño? #CreoQueSoyElUnicoQueEsDiferente #tomorrow #CancionDeUnaEstrella
 - **Hueningkai:** Qué diablos pasó? #GatoDeOjosExtraños #MiCorazonSeSienteIncomodo #Secret
 - **Taehyun:** Debe haber una salida #ElMundoHaCaido #Clue #Pensando

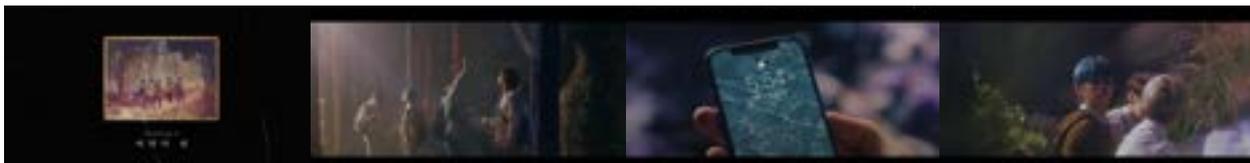


MAGIC ISLAND MV

- Presentado por secciones
 - **Sección 1: 연습실 유령 (el fantasma de la sala de prácticas)**
 - "Esta es la historia de 5 chicos buscando la canción de las estrellas"
 - "Cuando me reencontré con los chicos aún no lo sabía"
 - "Se preguntaron de repente ¿Qué debo buscar en el futuro?, ¿Qué debo lograr"
 - "Las estrellas aún no han derramado lágrimas "
 - "Todavía está oscuro para los chicos"
 - "Pero los chicos no pudieron describir nada"
 - **MSG 01 YJ:** ¿Has oído el rumor sobre el fantasma del espejo de la sala de prácticas?
 - **MSG 02 BG:** tit tir ¿fantasma? Asombroso
 - **MSG 03 TH:** Lo escuché pero ¿dónde está el fantasma? Estaba cansado, así que me fui a dormir
 - **MSG 04 SB:** Últimamente he tenido sueños extraños , tal vez sea porque estoy cansado.
 - **MSG 05 HK:** ¿tuviste otro sueño aterrador?
 - **MSG 06 YJ:** Ah, lo dije sin motivo, no es nada
 - **MSG 07 BG:** ¿De qué tienes tanto miedo? Vayamos por la noche a ver si hay un fantasma jajaja
 - **MSG 08 HK:** hyungs, por favor dejen de contar historias de terror
 - **MSG 09 TH:** beomgyu Hyung, ¿qué clase de broma estás jugando?
 - **MSG 10 YJ:** ¿deberíamos ir ttukseom?



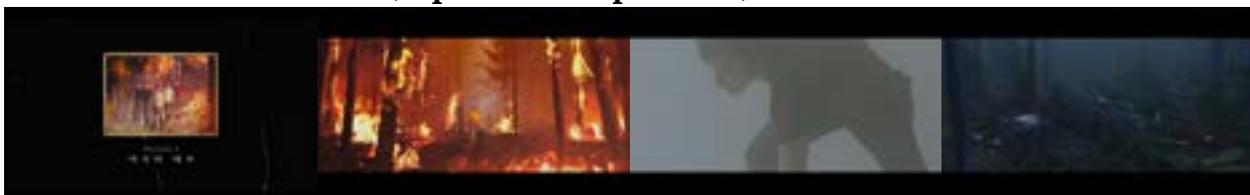
- **Sección 2: 비밀의 섬 (la Isla secreta)**



- **Sección 3: 표류 (a la deriva)**



- **Sección 4: 약속의 대가 (el precio de la promesa)**



- **Sección 5: 영원의 이름 (el nombre de la eternidad)**

Los recuerdos comenzaron a regresar y los chicos no pudieron evitar preguntarse "¿De quién fue la culpa?"



- Comienzan a hacerse presentes los sueños de Soobin. Tanto él como el resto de miembros están en un tren vistiendo uniformes escolares.
- Los miembros van a una isla ubicada en la estación del metro ttukseom park
- **Libélula:** Según el *feng shui*, es símbolo de buena fortuna, al morir en el final del videoclip, significa que su fortuna se ha terminado. También puede simbolizar, cambio de perspectiva, madurez mental, emocional, así como un entendimiento profundo de la vida.
- **Fuego incontrolable:** El fuego destruye pero a su vez consume todo lo impuro. Carece de sentimiento y reflexión. Voluntad, se relaciona con la magia.
- Yeonjun se siente vigilado
- **Tren como símbolo(?) (Gato):** el tren simboliza el progreso, en este caso, puede hablarse de un progreso en el sentido de que ellos recobran la memoria, ya sea de esa o de otra línea temporal.

RUN AWAY (JAPANESE VER.)

- *Styling* casual-formal (un poco *preppy*) y *street style*
- Convivencia con la tecnología (posible desconecte con la realidad)
- **Blue magic:** se utiliza para conectar a nivel espiritual y para enfocar la energía a diversos propósitos. Es azul debido a que se relaciona directamente con los cuerpos celestes y las profundidades del océano, el color se asocia a los estados superiores (de consciencia) y se relaciona con el cielo. Con ella se pueden obtener resultados contrarios a las leyes de la naturaleza. Se relaciona con lo sobrenatural. se basa en el contacto con seres del más allá (muertos, espíritus o entes)
- Posiblemente su entrada en la magia azul, tal vez con muy poco conocimiento de lo que ésta conlleva (pueden verla como un juego)



THE DREAM CHAPTER: ETERNITY

LOGO



CONCEPT TEASER

- Dados: 4 d20, 1 d4, 8 d6: los dados pueden estar relacionados al juego de rol (*d&d*, el cual posteriormente se referencia en fotos conceptuales del álbum *blue hour*)
- Se puede apreciar como poco a poco Soobin es alejado del resto de miembros. Cómo si fuese invisible.
- Código Morse: sálvame ☐
- Se insinúan los ojos del gato en las luces que se encuentran frente a soobin-
- Por más que intenta, no puede llegar a ellos
- ¿Queda atrapado? (En una caja de cristal) - sentimiento de reclusión e impotencia.



CAN'T YOU SEE ME?

- Maquillaje más cargado, sombra de ojos con tonalidades café, se busca dar dimensión y acentuar el rasgado de los ojos. Tinturas más rojizas y rosadas en los labios. Aún así continúa siendo natural.
- *Undercut*.
- *Styling* juvenil. Se comienza a vislumbrar la tendencia del *y2k* en la joyería. Tenis *chunky* con plataforma. *Tie-dye*. Suéteres de punto, cuellos de marinero. Bermudas.
- Vestuario en escenas de coreografía es más casual-formal. *Layering*. Cinturillas. Medias faldas. Blazers de manga corta. Texturas de cuero. Calcetas altas. Estampados a cuadros y *animal print*. Outfits monocromáticos. Tonos neutros: crema, beige y khaki. Negro.



- Mv comienza recapitulando la escena del cuaderno en llamas en *run away*.
- Una aparente reunión con amigos pero lentamente algo parece extraño
- Yeonjun - sangre (tomate): Sensación de culpa (anticipada desde los *teasers* de *magic island*)
- Casa en llamas: posible representación de que su lugar seguro comienza a transformarse o desvanecerse, ya que también cambia su sistema de creencias
- Distanciamiento entre los miembros como representación de la evolución que están teniendo sus mentes y cómo puede haber disonancias cognitivas entre los valores y sistemas de creencias de los 5.



PUMA

- *Styling*, prendas de cuero y *animal print*
- Maquillaje en tonalidades café oscuro. Maquillaje sfx cortadas. Uñas pintadas. Piercings.
- La manera en que se pintaron las uñas también tiene un significado. teniendo 3 y 2 uñas pintadas en cada mano respectivamente, en numerología se lee como un 5, el cual visto como impulso del alma, está marcado por la libertad.



- Enfoque en coreografía y los miembros estando cautivos.
- Habla sobre el deseo y necesidad de libertad. Está inspirado por un incidente ocurrido en 2018 en la ciudad de Daejeon, Corea del Sur, donde, debido a un error humano, un puma escapó del zoológico y fue asesinado a tiros "para mantener la seguridad de los residentes locales", este caso causó mucha controversia, debido a que el animal no causó daño alguno y se pudo haber capturado vivo y sin dañarle.



- En el rap hacen una analogía entre este caso y su vida como artistas, ya que en su caso muy específico, han sido foco de críticas y odio injustificados. También es una analogía a la sociedad tan competitiva en la que viven



CAN'T YOU SEE ME? PRE-SEQUEL

- Clip de 48 segundos en donde una luz rosada invade los escenarios del videoclip de can't you see me? (Su principal función es ayudar al público a ordenar la cronología de los videos)
- Puede suponer un rayo de esperanza para los miembros como personajes, ya que el distanciamiento puede ayudarles a mirar las situaciones desde otra perspectiva y poderse entender mejor. También podría interpretarse como un tiempo de reflexión, ya que en ocasiones la distancia puede fortalecer las relaciones humanas.



ETERNALLY

- Dividido en secciones como película muda
 - **Sección 1: 끝날의 밤 (la noche del fin)**

"En la noche del fin, el mundo fue hecho pedazos"
"La noche de los chicos también estuvo teñida en oscuridad"
"Los recuerdos del futuro predestinado lentamente devoraban a los niños, y hacían preguntas mientras deambulaban por el laberinto de pesadillas."
'¿No hay otras opciones para nosotros?'
"Los chicos cayeron en la confusión"
- Se intercalan animaciones de los personajes con sus respectivas particularidades - puede representar su sombra.



- Libro con el mismo símbolo de *magic* (grimorio)
- Sueños de Soobin
- Sala de prácticas (similar a la historia de *Wattpad the star seekers*)
- Fantasma de la sala de prácticas (puede ser un yo cuántico: el cual es una versión de ellos mismos que reside en otra dimensión y línea temporal que es imperceptible para los ellos de ese momento)



- **Sección 2: la canción de la estrella**
- Viaje en el tiempo o desbloqueo de un recuerdo de Soobin- festival de la estrella. Encuentra un d20 (puede ser un símbolo de su inocencia casi infantil, la cual se ha ido desvaneciendo) y aparece en el suelo el círculo de transmutación. Se encuentra con Hueningkai de niño y comienza a llorar. Es consolado por un fantasma(?) Emite una luz color menta

"Siempre lloro tras despertar de un sueño familiar"



- **Sección 3: promesa**
- Yeonjun es transportado al estadio en ruinas que se ve al inicio del vídeo. Se encuentra a sí mismo muerto y al gato
- "Pensé entonces que era la salvación" -(Puede referirse a sacrificarse a sí mismo para "salvar" al resto de los miembros, lo cual puede interpretarse como negarles alguna realidad o evitar que afronten alguna situación que les genere heridas o en la que se pierdan a sí mismos)

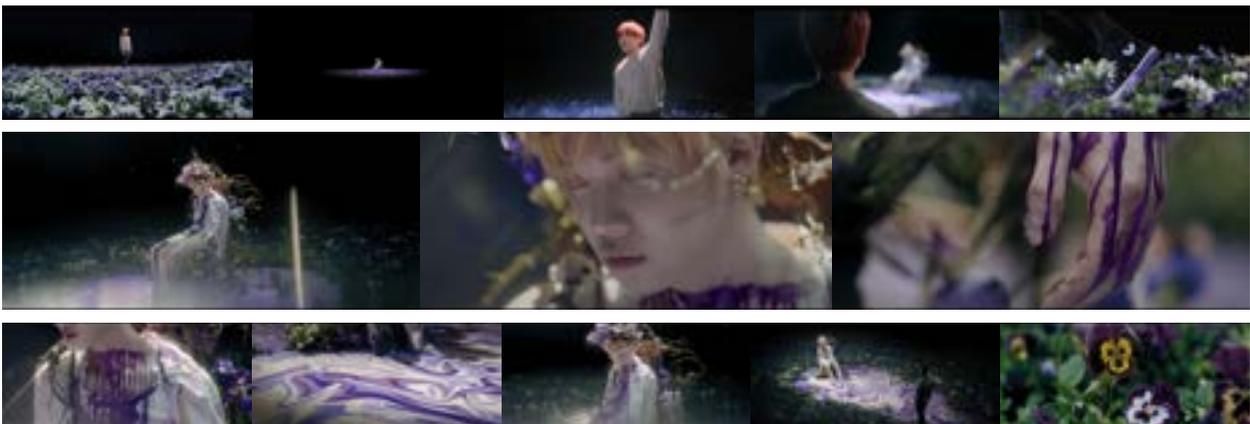


- **Sección 4: cuarto no. 17**
- **Espejos, laberinto de espejos:** (posible referencia al tema *"maze in the mirror"*, la cual habla sobre una depresión en la cual se ha perdido toda esperanza, así como no saber quién es uno realmente)
- **17 en numerología:** Según los egipcios este número está cargado de una energía negativa, aquellos que nacen en este día o se identifican con este número, tienen la tendencia de caer con mayor facilidad en lo malo que en lo bueno. Trayéndolo a la narrativa del video, a Beomgyu se le está mostrando un futuro posible en caso de no tomar las decisiones correctas, está mirando la parte más oscura de sí mismo. Debido a esto, la confusión de su personaje resaltada al final de la sección
- Beomgyu se ve a sí mismo discutiendo con alguien por el libro visto al inicio del vídeo. Beomgyu explota y termina por asesinar(?) a la persona con la que estaba discutiendo
- *"¿En qué lado necesito confiar?"* (posible dilema moral)



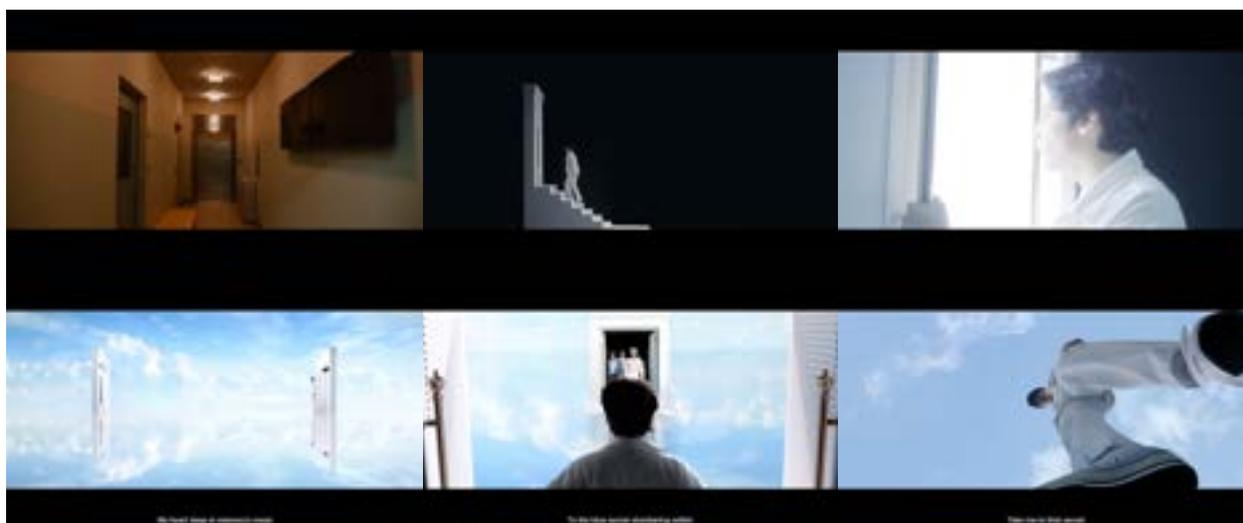
- **Sección 5: moratoria de descanso**

- Taehyun Es transportado a un campo(?) Lleno de flores de pensamiento. A lo lejos puede ver a Yeonjun. Al acercarse le mira atado a una silla con una corona de flores, un corte en la garganta del cual brota sangre morada.
- **Pensamiento como símbolo:** significan inocencia (en este caso más relacionada a Yeonjun que a Taehyun) En color morado representan nostalgia y generalmente se regalan con la intención de que quien las recibe te recuerde. Esta flor representa la nostalgia por alguien que ya no está (probablemente la sentencia a la que se somete yeonjun al hacer el trato con el gato), transmite soledad y lejanía. En un sueño, puede ser sinónimo de preocupación por alguna incertidumbre en nuestro futuro. A esta flor también se le atribuyen propiedades mágicas, como la de poder trabajar con el cuerpo, mente y el espíritu.
- Constantemente Taehyun ve morir o le encuentra heridas a Yeonjun, esto puede interpretarse de tal forma que él es consciente de los sacrificios que Yeonjun está realizando por protegerlos, así con el deseo de Taehyun por suponer un soporte para él.
- Pensamiento y la muerte (podemos hablar de una muerte simbólica, en la cual Yeonjun deja morir partes de sí mismo)
- **Color morado:**Según Jung es un color que representa el estado entre lo humano y lo divino. En el cristianismo, el morado es símbolo de arrepentimiento y expiación, mientras tanto, en oriente se liga al vicio y la maldad y en Turquía es un color asociado al luto, la fatalidad y la tristeza.
- La pose en que Yeonjun se encuentra recuerda a la figura de cristo siendo crucificado con una corona de espinas, lo cual también podría posicionar a este personaje como un mártir.
- *"Encontraremos una manera"*



- **Sección 6: la chica de la eternidad**

- Hueningkai ve al mismo fantasma que Soobin y lo sigue.
- **Escaleras como símbolo:** Las escaleras de 7 peldaños en esta sección pueden hacer referencia a la escalera de Jacob. Una de las interpretaciones sobre ésta acentúa el ascenso y descenso de los ángeles; esta interpretación podría cuadrar, si nos remontamos al mv de *nap of a star*, podemos apreciar que hueningkai poseé unas alas de ángel y en el mv de *eternally* podemos notar que sus alas han cambiado, son más similares a las alas de un murciélago o un demonio (puede significar la pérdida de inocencia, así como un cambio en sus sistema moral interno). Si bien es cierto que el ascenso y descenso al que se refiere esta interpretación es entre el cielo y la tierra para conocer a Jacob, podemos distorsionar esta interpretación o acomodarla al descenso de otros ángeles como lo fue Lucifer, el cual desciende del reino de los cielos al ser expulsado por cuestionar a Dios, en este caso, este personaje podría estar cuestionando el sistema de creencias que se le inculcó desde su nacimiento.
- Asimismo, esta podría tratarse de la escalera de *Kadosh*, la cual se trata de una herramienta simbólica para los masones que les ayuda en su ascenso hacia la verdad y la justicia. Los siete peldaños de esta escalera significan la gramática, la retórica, la lógica, la aritmética, la geometría, la música y la astronomía. Esta escalera enseña a los masones la importancia del esfuerzo continuo y la perseverancia en su búsqueda de la verdad y la justicia.
- Ahora bien, los 7 peldaños de esta escalera pueden tener diversos significados: el primero sería relacionado con la escalera de jacob, la cual se especula pudo haber tenido 7 escalones (uno por cada día en que se creó la tierra, además de considerar un número de perfección espiritual); también pueden representar los siete chakras, los 7 planetas de la astrología tradicional o bien, los 7 colores del arcoiris, que según los nórdicos, era el puente entre los dioses y los humanos.
- *"Extiendo las manos pero estas no tocan nada"*



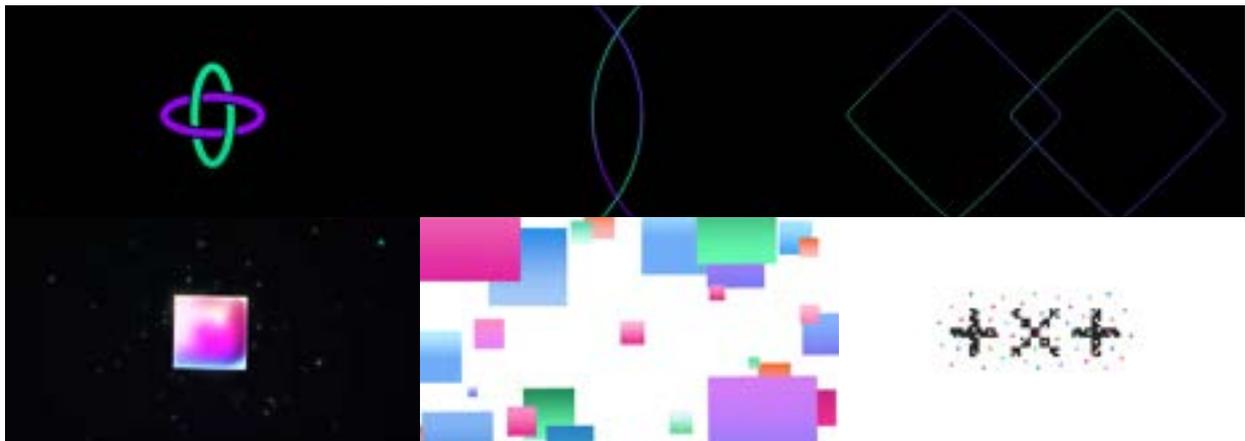
- **Sección 7: el inicio del fin**

- Una vez que las alarmas de emergencia cesan, todo vuelve a la normalidad, nadie, excepto Soobin parecen recordar lo que vieron. Soobin regresa con un d20 en la mano y Beomgyu nota que hay algo extraño
- *"En un abrir y cerrar de ojos, los chicos sintieron que regresaban de un largo viaje, El espacio cada vez más amplio entre nosotros, los garabatos que se despliegan ante nuestros ojos, atraviesan nuevamente este sueño".*
- *Con miedo, los chicos se preguntaron ¿Todo aquello no fue más que un sueño?*
- **Recuerda mi nombre** escrito en los espejos de la sala
- *Los chicos no sabían que esto era sólo el inicio del caótico desorden/confusión*
- Vestuario tipo banda de guerra(?) *Styling* juvenil, *preppy*, casual informal.
- Este videoclip puede estar situado cronológicamente antes de *Can't you see me?*, ya que a partir de aquí comienza el distanciamiento entre los miembros.



MINISODE 1: BLUE HOUR

LOGO



BLUE HOUR

- *Makeup no makeup*
- *Undercut mullet*
- Sombrero vaquero
- Cárdigans y suéteres de punto. Camisas a cuadros. *Layering*. Crop tops denim claro. Trench coat en colores pastel. Estética cowboy
- Enfoque en el libro que Beomgyu deja atrás (puede representar que está dejando atrás alguna situación o la verdad sobre algo)
- El título coreano 5시 53분의 하늘에서 발견한 너와 나 (*Tú y yo nos encontramos en el cielo a las 5:53*) puntualiza la hora en que se opone el sol (*golden hour*) en corea durante el mes de octubre. hace la analogía entre el emocionante momento de la *golden hour*, siendo algo mágico y bello, precediendo la *blue hour*, momento antes del anochecer en que la luz del ambiente es azul, haciendo a su vez, un juego de palabras ya que *blue* en inglés posee un doble significado: azul y triste. La hora también adquiere cierta importancia en el universo ficticio del grupo, ya que como se puede ver en el mv de *magic island*, la desgracia/caos llegan alrededor de las 5:54.

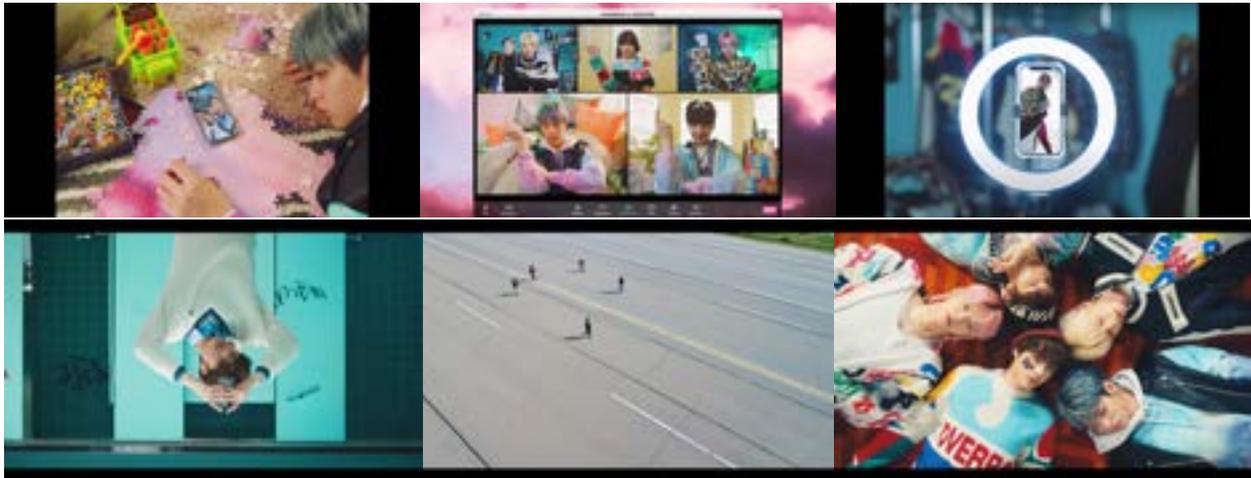


WE LOST THE SUMMER

- *Undercut mullet*
- Maquillaje natural, enmarca el ojo. Tinturas rojizas en labios
- Suéteres de punto y conjuntos que simulan pijamas, abrigos de peluche
- Uniformes con estética *old money*.
- Denim estampado, se mezclan tendencias de finales de los 90 e inicios de los 2000



- Enfatiza la situación que se vivía en el momento (octubre de 2020) distanciamiento social, uso de mascarillas y de medios tecnológicos para poder comunicarnos.
- Incluye trends de Tik Tok de aquel momento, hablando de la relevancia que adquirió en la pandemia. Asimismo refleja la incertidumbre de la juventud.
- Mariposa como símbolo de transformación (de nuestra realidad)



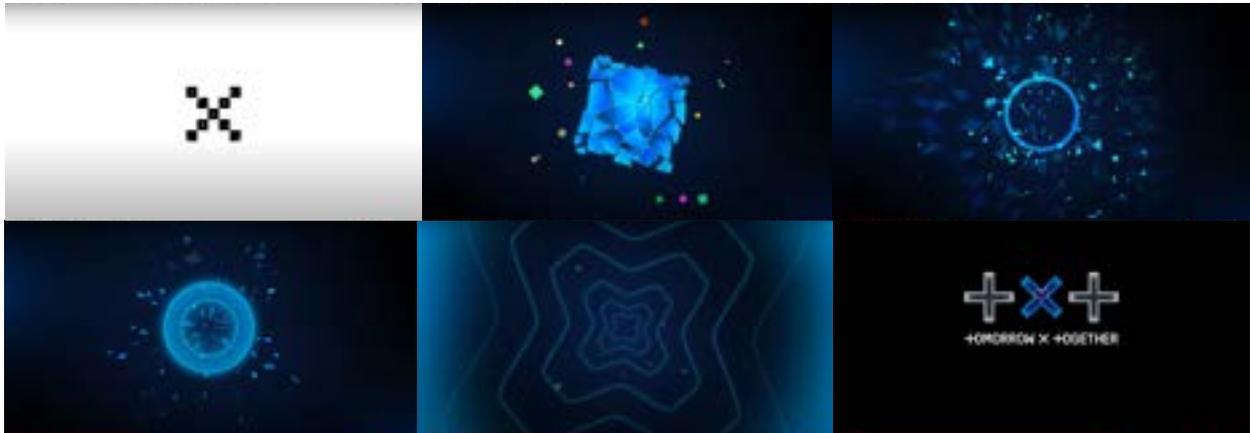
BLUE HOUR (JAPANESE VER.)

- Traje con bermudas de vestir, trench coat
- Terreno baldío/ parque de diversiones abandonado
- **Caballo como símbolo:** Como animal de poder, se encarga de transportar a los chamanes en sus viajes por distintos planos espirituales. El caballo nos lleva por las 4 direcciones de la rueda de sanación, simboliza los 4 elementos. Se dice que este animal es capaz de distinguir a las personas con poderes mágicos. El caballo también puede simbolizar resistencia, en este caso sería una resistencia a afrontar la realidad.



THE CHAOS CHAPTER: FREEZE

LOGO

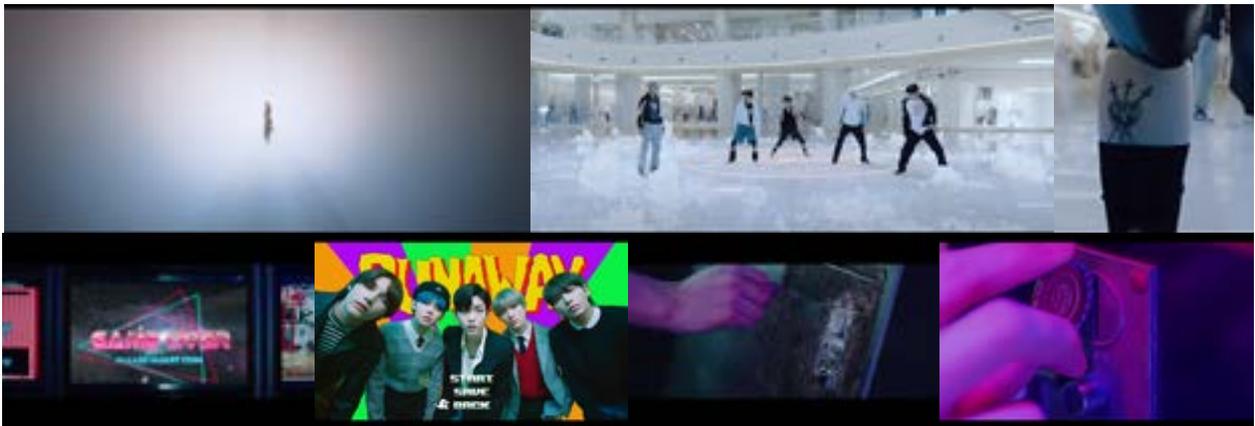


CONCEPT TEASER

- **Fight, flight or freeze**
 - La respuesta de lucha (fight) o huida (flight) fue un término acuñado por Walter B. Cannon para describir la activación de un organismo cuando se expone a un depredador. Los cambios fisiológicos en estas situaciones, incluyendo la liberación de epinefrina en la circulación, mejoran la supervivencia aumentando la entrega de oxígeno y glucosa a los músculos esqueléticos y al cerebro a expensas de las vísceras y la piel. (McCarty, 2016)
 - El estrés es una reacción de lucha (afrentamiento) o de huida del organismo como respuesta a una amenaza para la supervivencia o la autoestima personal. Es decir, se refiere a las consecuencias de las demandas que nos solicita el ambiente. En consecuencia se produce tanto en condiciones positivas como negativas: la vida cotidiana conlleva indefectiblemente estrés. (Barrio, García, Ruiz & Arce, 2006)
 - Los etólogos que trabajan con primates no humanos han establecido bien una secuencia coherente de cuatro respuestas de miedo que aumentan en función de la proximidad al peligro. La secuencia, descrita originalmente por Gray, comienza con lo que los etólogos llaman "la respuesta de congelación" o "congelación", un término que corresponde a lo que los médicos suelen llamar hipervigilancia (estar en guardia, vigilante, alerta). Esta respuesta de congelación inicial es la Tendencia de acción "detente, mira y escucha" asociada con el miedo. Las presas que permanecen "congeladas" durante la amenaza tienen más probabilidades de evitar la captura, porque la corteza visual y la retina de los mamíferos carnívoros (y, en menor grado, del Homo sapiens macho) evolucionaron principalmente para detectar objetos en movimiento y no el color. Esto a la respuesta inicial de congelación le siguen intentos de huir y luego intentos de luchar; en ese orden (por lo tanto, "huir o luchar" habría sido un término más preciso que el término original acuñado por Cannon en 1929). (Bracha, 2004)
- Vestuario informal, destacan camisetas gráficas, bermudas, biker jacket, chándal
- Maquillaje natural, busca acentuar facciones, tinturas ligeras en tonos terracota



- Coreografía en donde los artistas interactúan con elementos agregados en postproducción. Vibra de película de acción . Se destacan las habilidades de baile de los miembros
- Rodado en un centro comercial
- Contraste bajo
- Silueta femenina al final
- **Tatuaje 3 de espadas tarot:** representa un dolor muy profundo e intenso, en el cual la única respuesta es guardarlo en el corazón, aceptarlo y superarlo. El dolor es un gran maestro
- Círculo de transmutación
- Sensación de similitud con *run away jap. ver.*



OX1=LOVESONG (I KNOW I LOVE YOU) TEASER 1

- referencia a la película *days of being wild* de Wong kar wai: Esta película narra la historia de 4 personajes y las problemáticas que tienen que afrontar de alguna manera. Nadie se preocupa por el futuro o el pasado, para los personajes únicamente existe el ahora y éste los puede consumir.
 - “escuché que hay un tipo de pájaro sin patas que sólo puede volar y volar y, cuando está cansado, duerme en el viento; esta ave sólo aterriza una vez en su vida y, cuando lo hace, muere.”
- Esta frase resalta en el filme y podemos tomarla como una metáfora acerca de las diferentes etapas que vivimos a lo largo de nuestra vida: el pájaro representa al individuo, su vuelo, la etapa que vive o la situación a la que se enfrenta; el aterrizaje, la confrontación y, finalmente, la muerte no se trata de una literal, sino de una metafórica, de puede decir que el pájaro al aterrizar muere porque el que emprende su vuelo nuevamente, ya no será el mismo. Este enfoque del filme se relaciona totalmente con el concepto de este álbum: *fight, flight or freeze*; es decir, la manera en que los miembros afrontan su realidad, se adentran en su psique y maduran.



OX1=LOVESONG (I KNOW I LOVE YOU)

- Vestuario de estética emo (rotos y rasgados) layering. Makeup no makeup. wolf cut



- *Puedes decir que la adolescencia es un hoyo universalmente presente en la vida de todos. Grande o pequeño, experimentamos hambre y vacío en nuestra alma durante este periodo. Sin embargo, para algunos chicos este hoyo invade sus vidas con excesiva frecuencia y en formas complejas. Kang Yujeong "Manhole, the exquisite metaphor of the hole in life" (citado al inicio del videoclip)*
- esta cita retoma el mensaje del primer teaser
- referencia a *it* con el yeso de Taehyun: Puede ser una forma de representar nuestros miedos más profundos (ya que, en realidad, eso es lo que que representa it, su forma principal es la del payaso porque es uno de los miedos más comunes, sin embargo, este puede estar en todas partes y presentarse en cualquier forma)
- recuerda a la narrativa y fotografía de la serie *the end of the f***ing world*



- referencia a *days of being wild* mediante el baile de yeonjun y la escena del ave

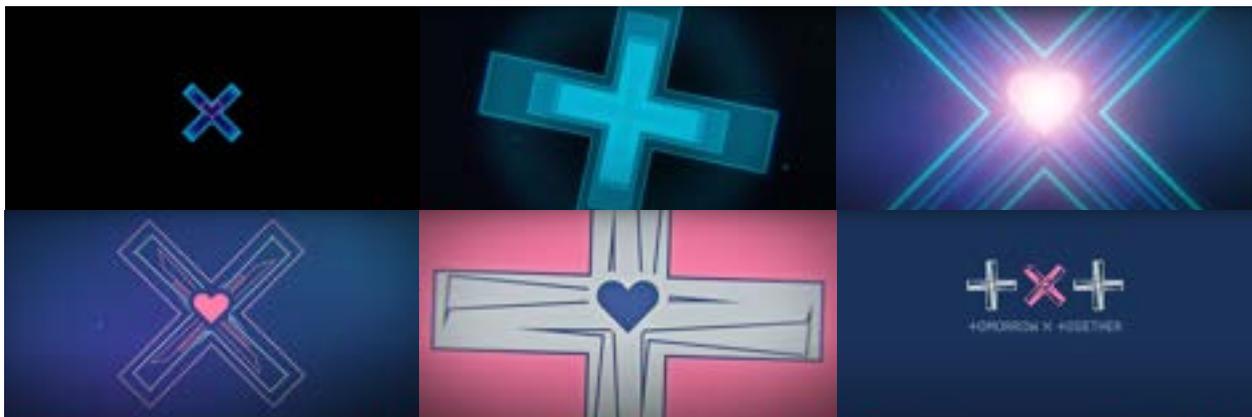


- **pez betta como símbolo:** es un símbolo de resiliencia, debido a su temperamento representa la tenacidad, perseverancia, determinación y fuerza. También se relacionan con el constante fluir del agua, pudiendo ser esta una metáfora que enfatiza el cómo nos enfrentamos a los problemas.
- **presencia del agua y el fuego:** purificación de lo malo y transformación.



THE CHAOS CHAPTER: FIGHT OR ESCAPE

LOGO



LOŞER = LO♡ER

- Maquillaje de ojos en tonos café y cálidos, tintes de labios rojizas, no es excesivamente cargado pero tampoco busca ser natural.
- Styling informal casual y juvenil. baggy jeans, prendas de punto, tanto suéteres como chalecos. Estética emo, uso de creepers, leg warmers, faldas largas y chalecos largos



- cronológicamente iría antes de 0x1=lovesong
- La narrativa del video muestra las frustraciones de los personajes, principalmente alrededor del amor, sin embargo, tomando en cuenta la letra del tema, también puede representar las frustraciones de los jóvenes respecto al sistema en que vivimos (capitalismo) y lo complicado que es cambiar la realidad.



- Es la primera vez que se les ve interactuando con el mundo más allá de ellos 5
- Narrativamente también puede mostrarnos el origen de las heridas de los miembros y el cómo deciden evadir la realidad (la respuesta de huida introducida en el lanzamiento anterior)



FROST

- Directamente relacionado con la historia de *wattpad/webtoon the star seekers*
- **Mariposas azules:** Representan el alma de una persona, su esencia pasada, presente o futura, asimismo se consideran como un cambio de fortuna
- **Ttukseom island** - epicentro (en la historia de *wattpad* se dice que aquello que se observa es algo llamado *black water*)
- Es el acercamiento de los miembros con la magia. Los escenarios en que se encuentra cada uno es lo que describe el encapuchado como "sus verdaderos nombres"
- El libro que se lleva Taehyun puede ser una especie de grimorio
- Hueningkai representa una dualidad así como la búsqueda de la verdad (también insinuado en el videoclip de *Eternally*)



OX1=LOVESONG (I KNOW I LOVE YOU) (JAPANESE VER.)

- Es la contraparte del videoclip coreano
- Se sitúa en un mundo post-apocalíptico
- Los miembros se presentan como ángeles caídos: inevitablemente les llegó el golpe de la realidad y, siendo totalmente incapaces de afrontarla (por falta de voluntad), se ven sumergidos en el caos, la realidad les duele y ese dolor les consume.
- Posible referencia al anime *neon genesis evangelion*: en el cual también se trata sobre el crecimiento y el dolor que causa, así como el conflicto entre la impulsividad, el deber ser y la constitución del yo reflejada en los tres pilotos de los eva.



- **posible referencia a la película animada *Your name***: este filme habla sobre el balance entre dualidades, las conexiones con las personas y las memorias, estableciendo que la verdadera muerte yace en el olvido. (en este caso puede referirse a la inevitable separación con las amistades que establecemos en la adolescencia, ya que la mayoría de ellas no perduran en la adultez; o bien en la muerte de ciertos aspectos de nuestra personalidad para tener cabida en el mundo adulto.)

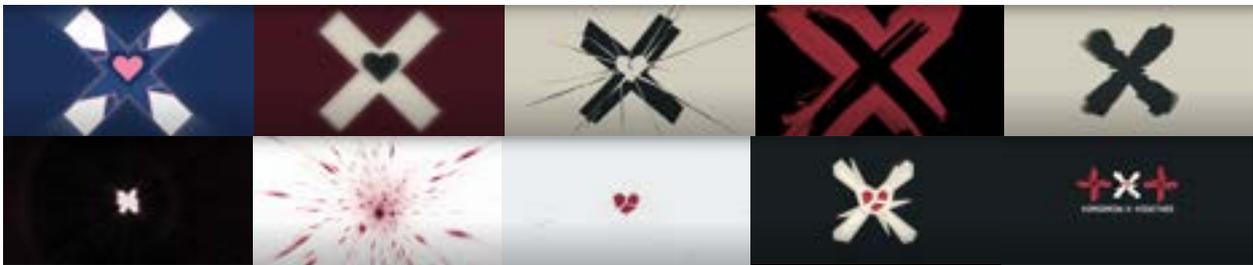


- Taehyun y las alas rotas: representa el cómo alguien se puede aferrar a su parte más inocente pese a que esta se ha desvanecido naturalmente
- **uniformes escolares ensangrentados:** El ámbito escolar forma parte importante de nuestras vidas durante nuestra niñez y adolescencia, le da estructura a nuestra vida, nos establece una rutina y nos permite establecer vínculos, mediante éste comenzamos a generar nuestro círculo social externo a la familia (el cual es nuestro círculo primario). Los uniformes al estar ensangrentados simbolizan que esa versión de los miembros ha muerto.



MINISODE 2: THURSDAY'S CHILD

LOGO



GOOD BOY GONE BAD

- Maquillaje en tonalidades rojizas y café terracota
- Vestuario en tonalidades oscuras, predomina el negro, las texturas tipo polipiel, peluche y velvet
- Crisantemos blancos como símbolo del luto de la relación, amor puro e inocente y del luto hacia el yo que vivió en esa relación.
- Simulación de un entierro y escenario de cementerio: muerte simbólica
- abrazan su oscuridad, su dolor, desilusión y enojo.
- Según la narrativa del álbum y el orden de los temas, este representa la segunda etapa del duelo: la ira (el álbum contiene 5 tracks y cada uno corresponde a una etapa del duelo)



GOOD BOY GONE BAD (JAPANESE VER.)

- Da continuación al mv de Lo\$er = Lo♥er
- Predomina el tema de la traición: por parte de la novia de de yeonjun al llamar a la policía en cuanto él la intenta contactar (posible infidelidad) y también de Yeonjun al escapar y dejar al resto de miembros ser capturados por la policía.



- Adquiere un enfoque mucho más individual
- Hueningkai y el pez betta: El pez en esta ocasión puede presentarse como símbolo de renacimiento (tras una ruptura), o bien, podría ser la aún añoranza de Hueningkai por permanecer en la comodidad del mundo que nos ofrece la juventud (la adolescencia)
- Dinero como medio para volver a la comodidad de carecer de responsabilidades adultas
- Este videoclip puede representar como Teahyun, Hueningkai, Beomgyu y Soobin se ven obligados a afrontar la realidad y tomar responsabilidad por sus actos, así como la negación de Yeonjun ante este hecho, dándose cuenta de que no puede protegerlos de obtener esas heridas o bien, que también les lastima al intentar evitar que afronten la realidad.



THE NAME CHAPTER: TEMPTATION

LOGO



CONCEPT TRAILER

- Maquillaje natural, busca darles un aspecto más infantil (mejillas redondas y rosadas). Styling infantil



- cita extractos de la novela de peter pan, específicamente del capítulo tres y cuatro:
- podemos decir que se divide en 6 secciones
 - La primer sección corresponde al proceso en que los miembros son seducidos para ir a neverland o magic island (la tentación de quedarse en un lugar donde no existen las preocupaciones ni las obligaciones adultas)
 - se insinúa el gato: aquí adquiere un nuevo significado: puede ser una suerte de guía, me atrevo a decir que existen dos gatos: el gato de ojos azul y verde sería quien les arrastra hacia la realidad aunque de una manera severa y dolorosa, mientras que el gato de ojos morado y naranja sería quien busca seducirlos con las comodidades de la juventud (esta sería su primera aparición, ya que los miembros no habían querido salir de su mundo de fantasía hasta este momento)



- La segunda sección mantiene la narrativa de la primera mediante el extracto del tercer capítulo de la novela, en donde peter convence a wendy de ir a neverland a contarle sus historias a los niños perdidos (nota: en esta conversación Wendy muestra cierta duda respecto a dejar su hogar, esto bajo la narrativa de txt podría significar que ya existe un deseo de mantener los pies en la tierra, de aceptar su realidad y las responsabilidades que esto implica). El convencimiento se ve representado al momento en que las alas negras desaparecen (ignorar nuestra sombra)
- La tercera sección corresponde al momento en que Peter “enseña” a Wendy y sus hermanos cómo volar.



- La cuarta sección corresponde al capítulo 4 “el vuelo” de la novela: las luces azules podrían ser símbolo de la magia azul de la que se ha hablado en toda la narrativa del grupo, esto nos podría decir que la magia azul fue su recurso para huir de la realidad y evadir todo lo que acarrea el hacerse adulto.
- La quinta sección, en mi opinión, puede hacer referencia al inicio del tercer capítulo de la novela, en donde Peter está buscando su sombra y, al encontrarla, no puede adherirse a ella (esto debido a su rechazo a crecer). Aquí podemos ver una coreografía realizada en espejo entre los miembros y dobles con máscaras (esto puede significar que no han ahondado en su sombra, por tanto, no tiene rostro), ellos están cubiertos de plumas blancas, mientras sus dobles están cubiertos de plumas negras. Finalmente los dobles desaparecen. Algo destacable es que Beomgyu queda aparentemente atrapado en uno de los “espejos”, posiblemente esto hable sobre la fuerte herida de rechazo que su personaje sufre (infero que esta surgió en la adolescencia y no ha hecho más que acrecentar)
- la última sección nos muestra a los miembros en una habitación, la cual comienza a tambalearse, se puede inferir que la habitación (casa) se despegó de la tierra; esto se puede interpretar como la forma en que su realidad se desmorona y se vuelve caótica tras haber elegido el mundo de fantasía nuevamente. También puede ser una respuesta de huida.



SUGAR RUSH RIDE

- *Sun kissed makeup. Glitter. Styling* con inspiración en la tendencia y2k actual, prendas maquilladas, dando la sensación de naufragio.
- *Undercut y mullet*



- Todos los miembros se encuentran con sus animales representativos (*questioning film*)
- Al igual que el álbum anterior, cuenta una historia mediante los temas, en este caso, sobre lo adictivo y tentador que es alejarse de todos los problemas y responsabilidades y nos da una idea sobre la historia narrada en el álbum.
 - **Devil by the window:** introduce al público en la historia, la narrativa es muy similar a lo que se ve en el concept trailer
 - **Sugar Rush ride:** Es la llegada y goce de los miembros en neverland (o magic island), enfatiza en lo emocionante y adictivo que puede llegar a ser
 - **Happy fools:** La felicidad que se encuentra tras la ignorancia (de los problemas y las consecuencias que puede haber)
 - **Tinnitus:** El tinnitus es la percepción subjetiva de un sonido, generalmente un zumbido. El tema habla sobre estar aturdido debido a que uno se puede dar cuenta que, por más que los evitemos, los problemas siguen ahí y no desaparecerán a menos que uno busque resolverlos. Esto desde una visión un poco más adulta, hablando de alguien que se la vive de fiesta, pero en cuanto éstas terminan, sólo quedan remordimiento, soledad y una inevitable crisis existencial.- esto se ve reflejado en el mv con Beomgyu rodeado de mariposas, indicándole que es momento de cambiar y evolucionar
 - **Farewell, neverland:** Es una carta de despedida a la inocencia, el individuo se ha dado cuenta que el tiempo no espera por nadie y que es momento de afrontar la realidad- Representado justo al final del mv cuando los miembros se dirigen a un bote para poder salir de aquella isla de ensueño.



SUGAR RUSH RIDE (JAPANESE VER.)

- Vestuario: camisas de cuello mao, bermudas y combat boots, plumas blancas en cada bota.
- Da continuación a la narrativa de *good boy gone bad (japanese ver.)*
- Mariposa: en esta caso es quien lleva a todos a *magic island*

- **Pez betta:** HuenINGKAI lo suelta y lo deja nadar en el aire, ellos van a contracorriente o el pez puede formar parte de su mundo de fantasía el cual están dejando atrás.
- Agua como símbolo de transformación
- Tren como símbolo de un cambio de vida, perspectiva o el emprendimiento de un nuevo viaje (metafóricamente)
- Pluma blanca simbolizan la pureza e inocencia que tanto añoran
- *Ttukseom Park - promise*
- **Yeonjun lleno de heridas ocasionadas tras chocar su auto:** durante el choque se pueden ver mariposas, las cuales usualmente simbolizan el alma, en este caso, la suya. Esta puede ser una llamada por parte de las versiones de Yeonjun o los aspectos de su personalidad que han muerto. Puede representar también el conflicto de intereses entre ser fiel a sí mismo y no perder su personalidad al intentar encajar en el mundo adulto y una sociedad tan homogénea como la coreana.
- **Relación entre Yeonjun y Taehyun:** en el +u siempre han tenido una conexión en la cual Taehyun es consciente de las consecuencias que tendrá Yeonjun y siempre busca la forma de poder salvarlo.

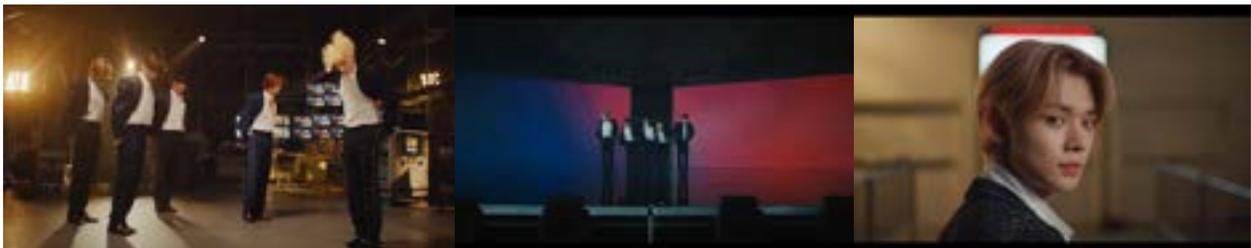
THE NAME CHAPTER: FREEFALL

LOGO



BACK FOR MORE

- Prelanzamiento como estrategia de promoción.
 - Presentado en los vma's el 12 de septiembre
 - Mv lanzado el 15 de septiembre
- Al buscar llegar al público occidental, su *styling* es mucho más conservador que el coreano. Juega con las texturas de las camisas y sacos.
- *Makeup no makeup*



CONCEPT TEASER

- Clip de 25 segundos.
- Consta de una animación de una flor silvestre creciendo en medio del concreto.
- “A veces los momentos mágicos pueden ser encontrados en lugares sin magia ”



CHASING THAT FEELING

- *Styling* inspirado en la estética *punk/grunge*. Pantalones *skinny*, textura de polipiel y suéteres de puntoabierto, animal print, tartán, *igari makeup* con toques de *soft grunge*, tatuajes falsos.



- Implementación de efectos especiales (luces, movimiento en edificios)
- Su narrativa se entrelaza con las fotografías concepto del álbum
 - **Gravity:** Corresponde al momento anterior al inicio del video en donde los miembros caen del cielo, hace alusión al mundo de fantasía en donde la vida es fácil, es decir, ahora han decidido poner los pies en la tierra.
 - **Melancholy:** Corresponde a su aterrizaje en las alcantarillas, genera un contraste al tratarse del mundo real. En las fotografías se puede ver reflejada la frase del concept trailer.

- **Reality:** corresponde al choque que les produce la realidad al haber estado alejados de ella tanto tiempo
- **Clarity:** Corresponde al final del video cuando se integran al mundo real.
- Los miembros finalmente han afrontado su realidad, abrazan la incertidumbre, aceptan el dolor que crecer trae consigo.



FUENTES CONSULTADAS

Arteaga, A. (2018, 2 julio). La escalera: un símbolo espiritual fuerte - Alberto Arteaga - Medium. <https://medium.com/@albertoarteagavanegas/la-escalera-un-s%C3%ADmbolo-espiritual-fuerte-39b0d8df90fb>

B, A. (2023, 11 julio). Bakeneko ¿Qué es? El gato en la mitología japonesa - The School Blog. The School Blog. <https://theschool.blog/es/bakeneko-mitologia-japonesa/>

Barrio, J. A., García, M. R., Ruiz, I., & Arce, A. (2006). El estrés como respuesta. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 1(1), 37-48.

Bracha, H. S. (2004). Freeze, Flight, Fight, Fright, Faint: Adaptationist Perspectives on the Acute Stress Response Spectrum. *CNS Spectrums*, 9(09), 679-685. doi:10.1017/s1092852900001954

Colet, A. Z., & Colet, A. Z. (2023, 18 abril). La escalera en el grado de caballero Kadosh del rito escocés antiguo y aceptado – gran logia de Canarias. Gran Logia de Canarias – Masonería canaria para el siglo XXI. <https://canarianfreemasonry.org/webglc/2023/04/19/la-escalera-en-el-grado-de-caballero-kadosh-del-rito-escoces-antiguo-y-aceptado/>

De Las Flores, S. (2019, 26 noviembre). Significado de la flor de los pensamientos. SIGNIFICADO DE LAS FLORES <https://www.significadodelasflores.net/pensamientos/>

Los amuletos. (2022, 2 octubre). ¿Qué es la magia azul y cómo funciona? Losamuletos.com: La Web sobre Amuletos. https://losamuletos.com/que-es-la-magia-azul-y-como-funciona/#google_vignette

McCarty, R. (2016). The Fight-or-Flight Response. *Stress: Concepts, Cognition, Emotion, and Behavior*, 33–37. doi:10.1016/b978-0-12-800951-2.00004-2

Pollack, R. (1995). Los 78 grados de sabiduría del tarot. Urano

Revista Semana (2018). Animales: Gatos, adorados como dioses y mascotas. <https://www.semana.com/medio-ambiente/articulo/gatos-adorados-como-dioses-ymascotas/41309/>

Mirabal, G.(2019). Simbología del caballo. El mundo equino - Gustavo Mirabal. Recuperado 8 de noviembre de 2023, de <https://www.gustavomirabal.es/mitologia/simbologia-del-caballo/>

Significado del número 17 - Significadopedia. (2019, 28 enero). Significadopedia. <https://www.significadopedia.com/numerologia/numero-17/>

Taber, P. D. (2023, 9 agosto). How many steps are in Jacob's ladder in the Bible? Viral Believer. <https://viralbeliever.com/es/cuantos-escalones-hay-en-la-escalera-de-jacob-en-la-biblia/>

Taulbee, C. (2021). Bakeneko: A look into the origins of Japan's supernatural cats. <https://doi.org/10.15760/honors.989>

Trujillo, L., & Aguilar, L. (2008). Numerología / Numerology. Libsa.

Usacheva, N. (2018, 20 septiembre). Un puma es abatido a tiros al escapar de un zoo. Blog animalista. <https://www.lanubedealgodon.com/puma-abatido-tiros-escapar-zoo/>

colaboradores de Wikipedia. (2023, 16 octubre). Escalera de Jacob. Wikipedia, la enciclopedia libre. https://es.wikipedia.org/wiki/Escalera_de_Jacob

Wemystic. (2018, 22 octubre). Magia azul ¿Cómo practicar este tipo de magia? WeMystic. <https://www.wemystic.com/es/magia-azul/>

ANÁLISIS DE LA OBRA DE LA AGRUPACIÓN BTS

ANEXO 03

En debut se muestra a los idols muy accesibles al público (generalmente con uniformes escolares y realizando actividades cotidianas). Buscan familiaridad con adolescentes ya que los idols suelen rondar los 14-18 años al momento de debutar

NO MORE DREAM

- Destaca por su sonido más cercano al hip hop
- *Makeup no makeup*. El maquillaje es más cargado en el área de los ojos, generalmente son delineados negros que enfatizan la forma de sus ojos.
- Vestuario muy inspirado en el hip hop: ropa negra, pantalones de tiro caído, sudaderas amarradas a la cadera, gorras con visera plana, estampados con tipografía gótica. Chaquetas de cuero, estoperoles, tenis deportivos, skinny jeans, shorts holgados con mallo-nes por debajo y calcetas altas, paliacates, uso de artículos de deporte como lentes para esquiar, cascos y hombreras de americano. Combinación de ropa informal (inspirados en la estética del hiphop) con sacos de vestir. Accesorizado con muchos anillos y cade-nas muy grandes doradas.



O!RUL8,2? COMEBACK TRAILER

- Performance
- Delineado de ojos negro
- vestimenta similar a uniforme



N.O.

- Crítica al sistema educativo coreano.
- Altos contrastes y monocromía en escenarios en conjunto con vestuario.
- Mezcla de historia relacionada a la letra y coreografía.
- Juego de luces.
- Makeup no makeup y ojos delineados de negro.
- Vestuario inspirado en el hiphop, se accesoriza con joyería pesada de color dorado.

BOY IN LUV

- Ambiente escolar (preparatoria)
- Historia: uno de ellos está enamorado de una chica, el resto de miembros le ayuda a generar un plan para confesarse
- Se venden como el oppa ideal (oppa: término honorífico con el cual una mujer se refiere a un hombre mayor (que no nació en el mismo año que ella) con el que tiene cierta cercanía)
- Visten principalmente uniformes escolares de preparatoria. El maquillaje es muy cargado en el área de los ojos, predominan los delineados negros



JUST ONE DAY

- Uniforme escolar/combinaciones de ropa casual y formal.
- Predomina el undercut (cabello), uso de aretes discretos.
- Puesta en escena minimalista.
- Se vende la idea de chico cool y dulce (oppa ideal, apelan por el público femenino)
- Cada miembro tiene un papel distinto y personalidad insignia



DANGER

- Ropa inspirada en el hip hop. Skinny jeans, rotos, chaquetas de cuero, chalecos, chaquetas de denim, camisas de franela a cuadros.
- Undercut y cabellos teñidos.
- Maquillaje concentrado en ojos.
- Los accesorios comienzan a ser un poco más discretos.
- Estética de lugares abandonados para el performance, fuego, callejero.
- Cada miembro se desarrolla en algo distinto, uno en baile, piano, box.
- Coreografía sincronizada.
- Movimientos de cámara muy dinámicos, permiten pulir el impacto de la coreografía y destacan determinados movimientos o miembros



WAR OF HORMONE

- Combinación de prendas formales e informales, trajes con pantalones ajustados, tirantes, boinas parches en ropa, chaquetas de cuero (bad boy concept) cadenas más finas y accesorios más discretos.
- Da la impresión de estar hecho a una toma (la primera mitad del videoclip), desaturado, se destaca el rojo y menta.
- Se centra en el performance
- Locación: Gyeonggi English Village Yangpyeong.
- Sonido y actitud juguetona



THE MOST BEAUTIFUL MOMENT IN LIFE PT. 1

- Se comienzan a distinguir objetos específicos por miembro
 - Suga - fuego/encendedor
 - Jin - Lirio
 - J Hope- pastillas/excesos
 - RM - paleta
 - Jimin - agua/bañera



- **Vestuario:** pantalones skinny, camisetas a cuadros, botas de trabajo, combat boots. Camisetas básicas o con gráficos de bandas de rock. Mucho denim azul, sudaderas y hoodies ligeramente oversized y de telas con mucha caída.
- **Locación:** edificio popular, calles vacías, vías del tren y trenes.
- Aquí comienza su universo narrativo.
- Metáfora de la muerte del padre (no narrativamente, pero sí en cuanto a su concepto como grupo)



DOPE

- Comienzan a tener su propio estilo musical
- vestimenta de oficinistas y otras profesiones.
- Todo está centrado en el performance.
- Maquillaje mucho más natural.
- Sigue predominando el undercut.
- Pantalones rectos y ajustados. Uso de combat boots, tenis deportivos y zapatos de vestir.



THE MOST BEAUTIFUL MOMENT IN LIFE PT. 2

COMEBACK TRAILER: NEVER MIND

- mariposa como símbolo de cambio y transformación.
- Uso de animación



RUN

- **Agua como símbolo:** Introspección, lo emocional, sentirse estancado o ahogado.
- Narrativa de chicos rebeldes y juguetones, ambiente de fiesta (destacan la desesperación, la ira, posiblemente un deseo de huir de la realidad)
- *makeup no makeup*, comienza a haber ligeras tinturas en los labios.
- polaroid como recuerdo, desaparece la silueta de Jin/ retrato de los complejos y el inicio del conflicto moral
- **Plumas de ave como símbolo de vuelo y libertad;** lo divino, sabiduría esotérica, seguridad
- Jin va al volante, es quien lleva las riendas, se presenta como el *self*.
- Vestuario acorde a las tendencias del año de lanzamiento, uso de camisetas gráficas, pantalones de denim azul o negro ajustados con razgados estéticos, uso de combat boots y botas de trabajo, bomber jackets, converse, chaquetas de cuero, camisetas a cuadros y tirantes.





EPILOGUE: FOREVER YOUNG

- efecto VHS, sensación de recuerdo, melancolía y anhelo, añoranza
- plumas, pastillas, rejas, laberinto (sentimiento de pérdida, deseo desesperado de libertad)
- La relación de Jin con la cámara, el recuerdo y la pérdida.

FIRE

- vestuario casual formal, *street style*, pantalones ajustados y rotos, camisetas con estampados llamativos, estampado de camuflaje, cárdigans, camisetas polo, bomber jacket, sacos, bermudas de denim pantalones casuales, zapatos de charol, combat boots y tenis tipo Adidas.
- Representa la juventud más ligada a la adolescencia
- Coreografía fuerte con bailarines
- Destaca al final del vídeo dos cuadros con un estilo similar al de *Basquiat*. (posible referencia al arte como herramienta para el autodescubrimiento)



SAVE ME

- performativo
- camisetas holgadas blancas, pantalones skinny . Uso de doble camiseta, rayas y lisos, botas y tenis tipo vans.
- Expresiones faciales, coreografía sincronizada .
- Movimientos de cámara dinámicos.
- Locación en exterior, terreno baldío



WINGS

Toda la era de wings tiene referencias al libro Demian de Herman Hesse

*EL PÁJARO ROMPE EL CASCARÓN. EL CASCARÓN ES EL MUNDO.
QUIEN QUIERA NACER, TIENE QUE DESTRUIR UN MUNDO.
-HERMANN HESSE*

COMEBACK TRAILER: BOY MEETS EVIL

Hace referencia al concepto principal de esta era: la pérdida de la inocencia y la dicotomía entre el bien y el mal

-TOO BAD, BUT IS TOO SWEET-

- Performativo.
- Vestuario: camisa blanca de alguna tela con mucha caída, skinny jeans negros
- Conexión con su parte oscura, el dolor, la ambición, sus deseos, la ruptura.
- Comienza su concepto más adulto. Pérdida de la inocencia, golpe de la adultez.



WINGS SHORT FILMS

BEGIN (JUNGKOOK)

- Representa la parte más infantil (correspondiente a la psique de Emil Sinclair al inicio del libro)
- Desde la psicología jungiana puede representar al yo innato
- sueños, el inconsciente
- Camisa con ave estampada, bermudas de vestir. (puede fungir como una indumentaria más “pura”, inocente, infantil)
- Alas como deseo de libertad
- Énfasis en el arte (retrato), el cual juega con la narrativa del libro y adelanta la relación



LIE (JIMIN)

- Al igual que el anterior, representa la parte más infantil, más específicamente en el nicho familiar, el cual representa nuestro lugar seguro cuando somos infantes, así como la educación y los valores morales que recibimos y nos forman.
- Puede representar aquellos momentos en que suspendemos al yo:

ES POSIBLE PARA LOS HUMANOS ESTAR CONSCIENTES MIENTRAS SE SUSPENDE UNA BUENA PARTE DEL FUNCIONAMIENTO DEL YO. MEDIANTE UN ACTO DE VOLUNTAD PODEMOS OBLIGARNOS A PERMANECER PASIVOS E INACTIVOS, SIMPLEMENTE OBSERVANDO EL MUNDO DE FUERA O DE DENTRO, COMO LO HARÍA UNA CÁMARA(STEIN, 2004).

Por ello hay una cámara de video en este shortfilm.

- La familia.
- Complejo moral
- Escenas en negativo (representando el primer contacto con aquello que contradice lo que nos enseñan en la niñez)
- camas de hospital, plumas, (juega con la narrativa y adelanta el final del libro)
- manzana como símbolo de tentación.
- Bañera/agua como símbolo de transformación, purificación, liberación, ligado a la vida y unión del mundo, de aquí nacen todas las formas, creación y destrucción como dualidad.



STIGMA (V)

- Referencia a la sombra (v, en toda la narrativa, es la sombra de nuestro personaje principal) En el libro de demian se habla constantemente sobre el stigma de caín, que es aquella marca que le hacía ser poco virtuoso a ojos de los demás.

LA SOMBRA ESTÁ CONFORMADA POR TODAS AQUELLAS PARTES DE LA PERSONALIDAD QUE NORMALMENTE CONFORMARÍAN EL YO, SIN EMBARGO, HAN SIDO REPRIMIDAS DEBIDO A UNA DISONANCIA COGNITIVA O EMOCIONAL, GENERALMENTE ESTAS TIENEN LA CUALIDAD DE INMORAL O DESPRECIABLE, EN LA SOMBRA RESIDEN LOS PECADOS CAPITALES.

- Destrucción.
- Sentimiento de soledad y desesperación
- Posible complejo paterno
- Perro como un símbolo de esperanza, compañía y amor incondicional, es decir, sus deseos. No puedes amar sin ser amado (por tí mismo)
- jaula como símbolo (el querer reprimir a voluntad nuestra sombra que, indiscutiblemente forma parte de nosotros).



FIRST LOVE (SUGA)

- Suga representa, en este caso, a Demian, es decir, es la parte amoral de nuestro personaje principal, ya que se cuestiona todo lo que le ha sido enseñado.
- piano y fuego.
- Fuego como símbolo: el fuego es destructor pero también purificador y abrasador. En muchos mitos, el fuego es mediador entre la naturaleza y la cultura, pero también entre el Cielo y la Tierra
- Accidente de auto en aquella tienda de vinilos, se comienza a incendiar. Representa la inevitable llegada de Demian (la adolescencia)
- Se vincula con begin



REFLECTION (RM)

EL YO ES UNA SUERTE DE ESPEJO EN EL QUE LA PSIQUE PUEDE VERSE A SÍ MISMA Y ASÍ DEVENIR CONSCIENTE. SEGÚN EL GRADO EN QUE EL YO TOMA UN CONTENIDO PSÍQUICO Y LO REFLEJA, PODEMOS DECIR QUE DICHO CONTENIDO PERTENECE MÁS O MENOS AL ÁMBITO DE LA CONSCIENCIA. CUANDO UN CONTENIDO PSÍQUICO SÓLO ES VAGA O MARGINALMENTE CONSCIENTE, ES QUE AÚN NO HA SIDO CAPTURADO Y MANTENIDO EN LA SUPERFICIE REFLEXIVA DEL YO.(STEIN,2004)

- Es el yo adquirido o la consciencia
- desinhibido por alcohol (representa las adicciones de sinclair y el capítulo del libro en donde se separa de demian y se desvía del camino).

MUERTE DEL ALMA. EL OPUESTO A LA CONSCIENCIA ES EL SUEÑO PROFUNDO Y TOTALMENTE CARENTE DE SUEÑOS, LA AUSENCIA TOTAL DE RESPUESTA Y CAPACIDAD DE SENTIR. Y LA AUSENCIA DE UN CUERPO ES PRÁCTICAMENTE UNA DEFINICIÓN DE LA MUERTE [...] LA CONSCIENCIA, AUNQUE SEA EL POTENCIAL PARA UNA CONSCIENCIA FUTURA, ES EL FACTOR DE VIDA; PERTENECE A LOS CUERPOS VIVOS (STEIN, 2004).

- Tatuaje de ave, deseo de libertad
- laberinto de espejos, está perdido y confundido.
- Espejos rotos representan el odiar tu propio reflejo y, por ende, a ti mismo. En referencia al psicoanálisis de Jung, referencia al momento en que uno hace consciente determinados aspectos de sí mismo que no nos gustan o buscamos oprimir a como dé lugar (la sombra)
- Cabina de teléfono cerrada con cadenas y candados.(no puede atender el llamado ya que ha decidido reprimir su sombra) Impotencia.



MAMA (JHOPE)

- psiquiátrico
- Píldoras relacionadas a sentirse dormido y la despersonalización, así como la narcolepsia de su personaje bajo su universo narrativo
- Cambio de píldoras por chocolates. (Representa el cuarto capítulo del libro, en donde sinclair comienza a alejarse del alcoholismo y lo intercambia por algo relativamente más sano)
- Figura materna. (abandono) También hace referencia al personaje de Frau Eva, quien es la encarnación de los deseos más profundos del protagonista.

- **Síndrome de Munchausen:** Trastorno mental que consiste en trastornos o enfermedades ficticias que el paciente se adjudica a sí mismo o a un tercero con la intención de llamar la atención. Por lo general, se manifiesta en padres que dañan a un hijo. (puede representar un llamado del alma, que a través del alcoholismo estaba haciendo un llamado de auxilio al sentirse muerto en vida, así como representar traumas de la infancia que muchas veces son ocasionados por los padres de manera inconsciente)
- De la misma forma puede representar el complejo materno, ya que, *LOS COMPLEJOS INDUCIDOS POR LA FAMILIA NO DESAPARECEN DE LA PSIQUE. EL COMPLEJO MATERNO Y EL COMPLEJO PATERNO NO DEJAN DE DOMINAR LA ESCENA DEL INCONSCIENTE.*(STEIN, 2004)



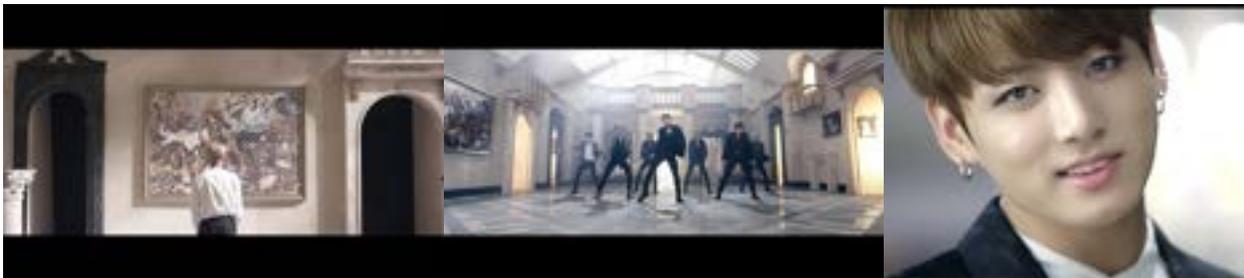
AWAKE (JIN)

- Es el personaje principal de toda la historia contada a través del concepto detrás de la discografía de bts
- **Abraxas:** El psiquiatra suizo Carl Jung escribió un pequeño tratado gnóstico en 1916 llamado Los Siete Sermones de los Muertos, que llamó a Abraxas el poder supremo trascendiendo tanto a Dios como el Diablo y uniendo todos los opuestos en una entidad. Nota: Se relaciona con la *ley hermética de correspondencia*. **Como es arriba, es abajo.**
- Manzana como símbolo de pecado y tentación.
- Convive con elementos de otros miembros ya que todos ellos forman diversas partes de sí mismo.
- Representa al sí mismo (*self*) definido por Stein, 2004 como el centro, la fuente de toda imagen arquetípica y de las tendencias psíquicas innatas hacia el orden, la estructura y la integración.
- La tarea del sí mismo parece ser la de mantener la integridad del sistema psíquico y mantener su equilibrio. La meta es la unidad. (Stein, 2004).
- 6 polaroids referenciado a los 6 miembros restantes. Estructura de los complejos los cuales se constituyen por imágenes asociadas y recuerdos congelados.

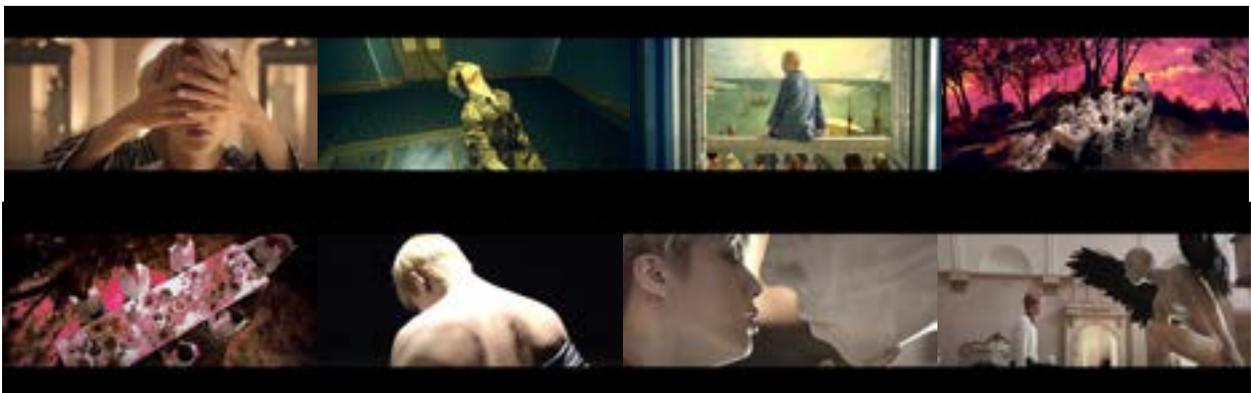


BLOOD SWEAT AND TEARS

- Vestuario más adulto, casual/formal, telas tipo seda o satín, cuellos románticos, aplicaciones de pedrería. Velvet, lentejuela, animal print, zapatos de vestir puntiagudos con tacón.
- Maquillaje más cargado, labios con tinturas rojizas, maquillaje de ojos con sombras cafés oscuras y negro, pieles de porcelana.
- Escena de museo donde se encuentran representaciones de la Venus de Milo y afrodita, siendo iconos de amor y belleza.
- Énfasis en La caída de los ángeles rebeldes de Pieter Bruegel el viejo, que refuerza el vicio, la virtud y la sumisión a la tentación.
- Coreografía sexy.

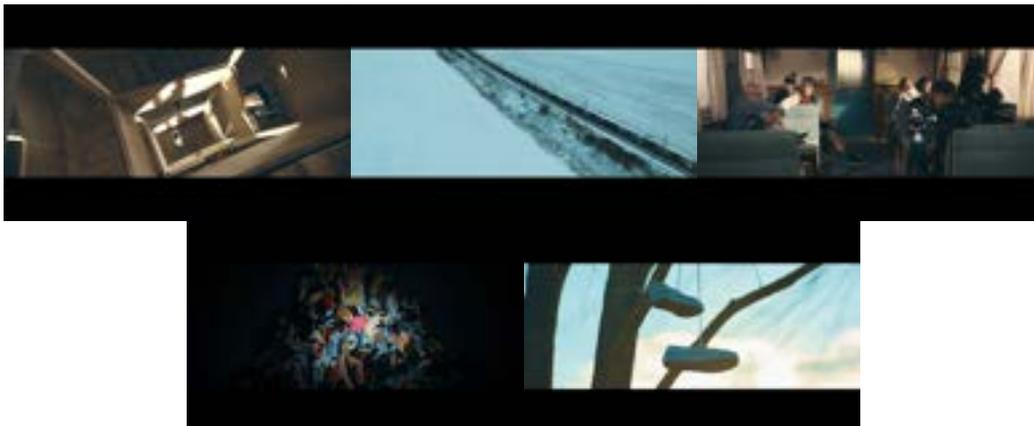


- Ojos vendados, apertura de consciencia. El ojo es un indicador de la presencia de consciencia. (no literalmente, ya que intervienen todos los sentidos, pero en este caso se usa de manera simbólica)
- Referencia a la caída de Ícaro (ceder ante la tentación), que también puede ser Lucifer, un ángel caído.
- referencia a la última cena.
- Imagen de la madre universal en la escultura la piedad de Miguel Ángel.
- Jin al besar la estatua cede por cuenta propia, representando la aceptación sobre la existencia de su sombra
- Verde como símbolo de esperanza, armonía, consciencia, estabilidad, resistencia y estancamiento.



SPRING DAY

- Puede representar aquella parte de la historia en que Sinclair se encuentra por penúltima vez con Demian, en donde comienza a evolucionar y comienza a aceptar sus deseos más profundos.
- estación de tren en invierno.
- Tren como símbolo de cambio de perspectiva, el inicio de un viaje.
- Escaleras como símbolo de una búsqueda espiritual.
- Ropa como símbolo del pensamiento y las emociones, necesidad de renovación y resolución de conflictos. Manifestación de afirmación personal, redescubrimiento de gustos y aceptación de uno mismo.
- Zapatos como símbolo de evolución y transformación.
- Tomando en cuenta todos los símbolos anteriormente puntualizados y el tema, podemos interpretar este videoclip como la adquisición de sabiduría. La referencia a la última en *blood sweat and tears* hace sentido en este momento ya que la última cena, entendida desde un punto de vista astrológico, es la representación del Sol (Jesús) y los 12 signos del zodiaco (los 12 apóstoles), divididos en 4, representando así las estaciones del año y, en ese orden, representando 12 arquetipos de personalidad que implican determinada evolución personal y espiritual. En esta caso se vincula con los signos de acuario y piscis, que en el zodiaco se consideran los signos con mayor sabiduría adquirida y la transición entre éstos, que da paso a la llegada de la primavera y, con ello, el inicio de un nuevo ciclo de aprendizaje (regresando al signo aries)
- También hace referencia al cuento *los que se alejan de Omelas* de Úrsula K. Le Guin, el cual habla acerca de un pueblo muy pacífico y próspero llamado Omelas. Toda la prosperidad de este pueblo está sujeta bajo el sufrimiento de un niño al cual no se permite ayudar ya que, de hacerlo, el pueblo inmediatamente caería en desgracia. Aquellos que llegan a visitar a aquel niño caen en un gran conflicto moral ya que se les presenta la dicotomía entre ayudar al pequeño a costa de todo el pueblo (bajo la lógica de que es "injusto" traer miseria a un pueblo entero con tal de salvar a un sólo niño), o bien dejar a aquel niño en la miseria con tal de mantener la paz en el pueblo y sus habitantes. Finalmente el cuento se centra en aquellas personas que, tras visitar a este niño, no vuelven a sus hogares ni se les vuelve a ver en el pueblo. Con esto podemos entender que los que se alejan de Omelas son aquellos que no pueden cargar con la culpa de tomar cualquiera de las dos posibles opciones, o bien, aquellos que deciden responsabilizarse por su propio bienestar sin dañar a otros de por medio. Por tanto, *Spring Day* puede representar que ellos como individuos han tomado las riendas de su propia vida y con ello, se responsabilizan por la misma.



NOT TODAY

- Performativo.
- Habla más sobre su carrera, se reafirman como seres humanos comunes y corrientes ya que los medios los deshumanizan.
- Riesgo de no hacer lo que la industria espera de ellos.
- Vestuario similar a run y I need you.

LOVE YOURSELF: HER

COMEBACK TRAILER: SERENDIPITY

- Uso de complementarios, azul y amarillo
- una nueva faceta de Jimin, muchos más brillante, delicado, belleza más “femenina”. Puede hacer referencia a la conexión con el alma

DNA

- colores vibrantes e hipersaturados.
- Predomina el *undercut*.
- *Makeup no makeup*, piel de porcelana.
- Vestuario casual: skinny jeans, pantalones de pants, camisas blancas, corbatas, chaquetas de denim, suéteres y hoodies coloridas con estampados sencillos. Camisas de satín con caída, pedrería, lentejuela, tenis casuales.
- Uso de pantalla verde.



MIC DROP

- Vestuario: estampados de camuflaje, paliacates. Bandanas, pants, camisetas holgadas, bucket hats, bomber jacket. Pantalones rotos.
- Crítica a los medios que les critican y haters.
- Abrazan su fama y sus logros a nivel mundial.



LOVE YOURSELF: WONDER

EUPHORIA

- Continuación de *The most beautiful moment in life*.
- Recuerdos desde una perspectiva más brillante.
- Vestuario con inspiración en la ropa casual de las décadas de 1980 y 1990



LOVE YOURSELF: TEAR

COMEBACK TRAILER: SINGULARITY

- Vestuario más casual-formal, zapatos de vestir, pantalón de traje, velvet, encaje, pedrería.
- Perchero con ropa de mujer: representación del anima interactuando con la sombra.
- Máscaras en referencia a Jung, La máscara/persona que portamos es muy distinta en todos los ambientes en que nos movemos. A esto se le conoce como rasgos de disociación del carácter, los cuales se crean debido a las exigencias que tienen los diversos ambientes en los que nos desenvolvemos, se produce un desdoblamiento del carácter según el grado de identificación del yo con el ambiente.
- Coreografía delicada y sensual.
- Referencia a la pintura Ofelia de Millais
- Se comienza a ver la sombra como algo que no es del todo malo



FAKE LOVE TEASER 1

“MAGIC SHOP” IS A PSYCHODRAMATIC TECHNIQUE THAT EXCHANGES FEAR FOR A POSITIVE ATTITUDE

- Inspirada en el libro *into the magic shop* de James R. Doty
- Cada miembro ingresa en la *magic shop* un artículo distinto que le es intercambiado por otro, dichos objetos hacen referencia al *love yourself highlight reel*.

LA POSIBILIDAD DE MODIFICAR COMPLEJOS EN FUTURAS EXPERIENCIAS ES , POR SUPUESTO, UN BENEFICIO PARA EL INDIVIDUO Y EL POTENCIAL DE SANACIÓN DE LA TERAPIA DEPENDE PRECISAMENTE DE ELLO. [...] ESTA NUEVA ESTRUCTURA (CREADA CON EL TRABAJO EN PSICOTERAPIA) NO SUSTITUYE COMPLETAMENTE LO ANTERIOR, SIN EMBARGO, PUEDE MODIFICARLA CONSIDERABLEMENTE HASTA EL PUNTO DE QUE EL COMPLEJO NO RESTRINJA LA VIDA DEL INDIVIDUO DE UNA MANERA TAN DEBILITANTE. LA SEVERIDAD DE LA IMAGO [...] PUEDE REDUCIRSE O SER DESPLAZADA POR NUEVAS ESTRUCTURAS (STEIN, 2004).

- Complejos como imágenes arquetípicas.

LOS COMPLEJOS SON LO QUE PERMANECE EN LA PSIQUE UNA VEZ QUE LA EXPERIENCIA HA SIDO DIGERIDA Y RECONSTRUIDA EN FORMA DE OBJETOS INTERNOS [...] SON, POR DECIRLO DE ALGUNA MANERA, INSTINTOS HUMANOS CONSTRUIDOS. LOS SUEÑOS SE FORMAN A PARTIR DE ESTAS IMÁGENES INCONSCIENTES. [...] “ESTA IMAGEN TIENE UNA PODEROSA COHERENCIA INTERNA, TIENE SU PROPIA TOTALIDAD Y, ADEMÁS, TIENE UN GRADO RELATIVAMENTE ALTO DE AUTONOMÍA, DE MANER QUE SÓLO ESTÁ SUJETA AL CONTROL DE LA CONSCIENCIA EN FORMA LIMITADA Y, POR CONSIGUIENTE, SE COMPORTA COMO UN CUERPO EXTRAÑO ANIMADO DENTRO DE LA ESFERA DE LA CONSCIENCIA” (STEIN, 2004).

- Jungkook, quien representa a la persona, recibe una llave, la cual puede interpretarse como una llave hacia el interior de la psique para así buscar una unidad con la sombra y al crecimiento y comprensión de su mundo interno.



FAKE LOVE (VERSIÓN EXTENDIDA)

- Jimin reflejado frente a un espejo. El conflicto moral que trae consigo la liberación de la sombra se hace presente en la consciencia del individuo.
- paralelo entre Jin y Jungkook. Relación entre el sí mismo, aún no desarrollado y la persona.
- Vestuario: lentejuela, animal print, denim, tie dye, arneses, bomber jacket, camisa franela a la cadera, tela tornasol, telas con brillo. La ropa está estilizada por capas, lo que la hace más compleja e interesante. Zapato de charol, tenis
- Undercut y mullet.
- Se conecta con wings.



- Nuevamente se vincula a Jin con la flor lirio cala, el cual comunica confianza y amor, también significa transición. La inevitable llegada la adultez.
- Para Jungkook el pasillo comienza a caerse, de tal forma que no le queda más que seguir hacia delante. Puede suponer la separación entre la persona y el yo.
- J Hope se encuentra repleto de chocolates representando una falsa felicidad.
- Nuevamente Jimin se encuentra relacionado al agua. Suga al fuego (Si uno es capaz de soportar el fuego de la emoción y la pasión, puede salir transformado (stein, 2004).) y RM al escenario de reflexión, por su lado v está en un tipo de subterráneo sin posibilidad de salir o comunicarse (es muy parecido al basement de boy meets evil), no obstante, la habitación se encuentra repleta de teléfonos que están recibiendo una llamada, haciendo referencia a que el individuo hace un llamado a esta para así poder trabajar con ella e integrarla.
- Todos los miembros se encuentran rodeados de su elemento, todo esto como un símbolo de transformación, así como el reconocimiento y aceptación de sus complejos o conflictos internos



- La coreografía tiene movimientos muy marcados que van a juego con el beat de la música.
- Juego de siluetas haciendo referencia a la liberación de la sombra
- Jhope encerrado en la habitación llena de juguetes. La presencia constante del complejo materno.
- De alguna forma Jungkook es capaz de ver, más no de interactuar con el resto de los miembros. La persona comienza a desmoronarse o a reflejar los conflictos internos.

- La explosión ocurrida en la habitación de Jin (el sí mismo o *self*) representa lo que Jung llama **constelación**, la cual es una creación de un momento cargado de manera psicológica, en el cual la conciencia está siendo perturbada debido a un complejo. Los complejos poseen energía y manifiestan una suerte de "rotación" electrónica, algo parecido a los electrones que rodean el núcleo de un átomo. Cuando una situación o un acontecimiento estimula un complejo, este provoca un estallido de energía que irrumpe la conciencia(Stein,2004).
- La persona o el yo innato (representado por Jungkook) es liberada por el individuo. Adiós a la inocencia que naturalmente se va perdiendo al crecer, pero a la que hasta ahora nuestro individuo se había aferrado.
- Jimin es el conflicto moral, esto se puede ver cuando cierra el grifo de agua para después inundar la habitación en que se encuentra. [...] el conflicto moral que surge en una psique que por un lado quiere negarse a sí misma y por otro se ve obligada a afirmarse a sí misma (Stein, 2004).
- Al final del video, Jungkook sale con una túnica negra y se encuentra con el resto de los miembros vistiendo la misma, se une a ellos y porta una máscara. Esto referencia a la unidad/balance entre persona y sombra dividido en los diferentes complejos, así como en la persona y la sombra en sí. La sombra se integra con todos ellos.
- Todos ellos, al ser aplastados, pueden hacer referencia a que el yo se ha fortalecido debido a aquella colisión, reduciendo de esta forma, la potencia de los complejos.



LOVE YOURSELF: ANSWER

COMEBACK TRAILER: EPIPHANY

- blanco y negro, poco a poco adquiere color
- vestimenta casual.
- frente a él se pueden observar objetos importantes como los 5 lirios cala (posiblemente representando a los miembros tomando en cuenta a la persona y la sombra como uno mismo, ya que se han integrado), y la libreta roja que aparece en el Highlight reel.
- Loop: conectado al universo ficticio de bts

- Al salir de la habitación Jin camina bajo la lluvia, la cual cambia su dirección hacia arriba.
- Jin regresa a. La habitación y sus movimientos podrían percibirse como un loop, Jin cambia algo al tomar la libreta antes de salir de la habitación, sin embargo se puede interpretar que está aceptando el hecho de que está en un loop y que puede experimentar para ver si una acción puede cambiar algo en su realidad y hacerlo salir de dicho loop. El loop en sí puede representar un estancamiento personal.



IDOL

- estética maximalista.
- Referencias a *blood sweat and tears*
- Vestuarios: trajes con estampados llamativos que recuerdan un poco al *street style* nigeriano de aquel año. trajes inspirados en la vestimenta tradicional coreana con un Fit relajado pero elegante.
- Uso de *gat* (sombrero tradicional coreano)
- Prendas en color arena inspiradas en el estilo safari con pantalones y bermudas cargo.
- Uso de pantalla verde y modelados 3d, estética kitsch.
- Referencia a la arquitectura tradicional de los templos coreanos
- aparición del tigre blanco considerado el animal nacional.
- Aparición de *maracatu*, un baile afrobrasileño.
- Referencia al *daltokki*: mito sobre los conejos inmortales de la luna



MAP OF THE SOUL: PERSONA



El mapa del alma ilustra los arquetipos jungianos de sí mismo (self), éstos conforman nuestra personalidad y expresan nuestro lenguaje, comportamiento, pensamientos y sueños.

Este mapa es ilustrado por el autor Stein Murray en su libro El mapa del alma según Jung.

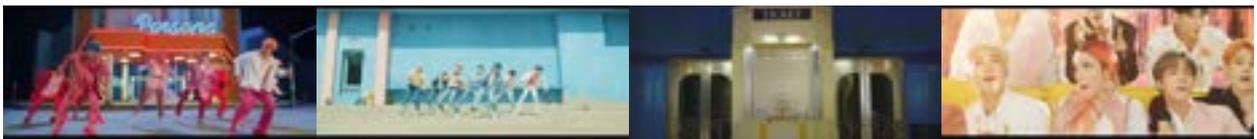
COMEBACK TRAILER: PERSONA

- referencia al primer cb- trailer.
- Combina animación con live action
- Intercala tomas con fish eye.
- Animación 3d
- hace referencia a la separación del yo (rm) de la persona durante el proceso de individuación. Rompe esa relación tan estrecha con la persona para poder relacionarse con su mundo interno



BOY WITH LUV

- vestuario en tonalidades rosas. Velvet, satín, denim claro y colores pastel, ropa casual formal, cuellos tipo mao,
- Escenario movible
- referencia a *lala land*.
- Undercut.
- Se cierra la cortina de la persona y se hace un viaje hacia el interior más allá de la sombra.
- Hace referencia a su relación con el anima, en este caso, al ser hombres, ellos abrazan su parte "femenina", lo cual les permite conectar con sus emociones, su lado más sensible sin llegar a ser poseídos por éste.



MAKE IT RIGHT

- se intercalan escenas de conciertos con animación.

EL HÉROE ES UNA IMAGEN IDEAL DE ALGUIEN QUE LOGRA UN DESARROLLO DEL YO TAL QUE LOS HOMBRES HAN DE EMULARLE Y ADMIRARLE. (STEIN, 2004)

- Constelación del mito del héroe en donde el héroe tiene el papel del creador de conciencia.

EL HÉROE ES UN PATRÓN BÁSICAMENTE HUMANO [...] QUE EXIGE EL SACRIFICIO DE LA "MADRE", REFIRIÉNDOSE CON ESTO A LA ACTITUD INFANTIL Y PASIVA, Y LA ACEPTACIÓN DE LAS RESPONSABILIDADES DE LA VIDA AFRONTANDO LA REALIDAD DE MANERA ADULTA. EL ARQUETIPO DEL HÉROE EXIGE QUE SE ABANDONE EL PENSAMIENTO FANTASIOSO DE LA INFANCIA E INSISTE EN QUE SE PARTICIPE ACTIVAMENTE EN LA REALIDAD. [...] PARA PODER AFRONTAR LA REALIDAD CONSCIENTEMENTE, ES INDISPENSABLE REALIZAR UN TREMENDO SACRIFICIO DEL DESEO Y DEL NOSTÁLGICO ANHELO POR EL BIEN-ESTAR DE LA INFANCIA (STEIN, 2004).

La muerte de la madre se ve a través del combate con el dragón.



MAP OF THE SOUL: 7

COMEBACK TRAILER: INTERLUDE: SHADOW

- Hace referencia a la sombra de Jung, es decir, el inconsciente, esto trasladado al sentir de Suga, quién constantemente ha criticado su industria, ahora la crítica es hacia el interior, se afronta a sus ambiciones y el deseo del poder, así como al miedo a quedarse solo, deshumanizarse a sí mismo y olvidar sus ideales porque se le suba la fama a la cabeza.
- Hombres de negro representan sus múltiples sombras intentando arrastrarlo.
- Referencia a lo que Jung llama el retorno de la madre,[...] metáfora para decir que cuando el desarrollo del yo llega a su clímax en la mitad de la vida ya no tiene sentido continuar en la búsqueda de las mismas viejas metas. De hecho algunas metas que ya han sido alcanzadas comienzan a ser cuestionadas en cuanto a su valor y esto conduce a una re-evaluación de lo que ha sido logrado y cuestionarse dónde yace el significado ulterior de la vida. La vida es más que abrirse camino en el mundo con un yo y una persona sólidos y bien estructurados (Stein, 2004).
- A su vez muestra la deshumanización por parte de mismo público y la presión que la fama trae consigo



BLACK SWAN (ART FILM)

- consiste en una coreografía de danza contemporánea inspirada en la historia del cisne negro.
- Se puede interpretar como la historia de alguien que en un inicio vive influenciado bajo su ego, posteriormente existe un despertar de consciencia en donde comienza a enfrentar su sombra al tiempo que huye de ella. Al final la acepta y vive en armonía con ella, pudiendo controlarla en vez de ser controlada por ella.



COMEBACK TRAILER: OUTRO:EGO

- Estética maximalista y kitsch
- Puede representar lo que Jung define como inflación (a través de una remembranza a su carrera), la cual sucede cuando el yo se enfrenta con una imagen arquetípica y resulta poseído por ésta. La inflación representa una experiencia enriquecedora y significativa, por lo que se renuncia a cualquier tipo de resistencia. Asimismo, puede representar una de las etapas del crecimiento en que el individuo deja de realizar proyecciones hacia el exterior y las pasa al interior, ya no cree en una deidad ajena a sí, sino que él es Dios.





ON

- paisaje de guerra(?).
- Makeup no makeup
- vestuario inspirado en el siglo XVIII aprox. Denim oscuro y camiseta holgada.
- Jungkook como prisionero huyendo. entra en un lago (agua=transformación)y saca un cuerno el cual toca para llamar al resto de integrantes.
-
- *EL PROCESO DE INDIVIDUACIÓN ES IMPULSADO POR EL SÍ MISMO Y LLEVADO A CABO POR MEDIO DEL MECANISMO DE COMPENSACIÓN. SI BIEN EL YO NO LO GENERA NI LO CONTROLA, PUEDE SIN EMBARGO, PARTICIPAR EN ESTE PROCESO AL HACER CONSCIENCIA DE SÍ MISMO (STEIN, 2004).*
-
- el yo debe experimentar el soltar para poder expandir el horizonte al incluir aspectos positivos y negativos de la personalidad como un todo. (integración total de la sombra)



BLACK SWAN

- vestuario: trajes
- Coreografía fusiona elementos de danza contemporánea
- El individuo se ha hecho uno con sus sombra



Podemos entender el papel de los miembros de bts dentro de su concepto de la siguiente manera:

MIEMBRO	PAPEL
JIN	SÍ MISMO (SELF)
JUNGKOOK	PERSONA/ YO INNATO/ YO ARRAIGADO A LA PERSONA
V	COMPLEJO PATERNO / SOMBRA
SUGA	SOMBRA (SIENDO UTILIZADA POR EL YO PARA NO CREAR UN CONFLICTO MORAL)
JHOPE	COMPLEJO MATERNO/ EGO DESDE EL INCONSCIENTE COLECTIVO
RM	YO ADQUIRIDO - CONSCIENCIA / YO DESPRENDIDO DE LA PERSONA
JIMIN	CONFLICTO MORAL

UNIVERSO FICTICIO DE BTS

SAVE ME (MANHWA)

Sinopsis:

Siete chicos. Mejores amigos. Sus destinos se entrelazaron en los buenos tiempos juntos, pero también en los tiempos difíciles, ya que tomaron caminos separados y sufrieron mucho como resultado. Cuando todo está casi perdido para estos niños, uno tiene una oportunidad especial de retroceder en el tiempo y ayudar a sus amigos a corregir los errores que los llevaron por este camino. Hará cualquier cosa para salvarlos, pero ¿podrá? ¿O es demasiado tarde?

THE MOST BEAUTIFUL MOMENT IN LIFE: THE NOTES

Constan de notas lanzadas en twitter y mini libros incluidos en los álbumes Love Yourself: Her, Love Yourself: Tear, Love Yourself: Answer, Map of the soul: Persona y Map of the soul: 7. Estos se publicaron de manera no lineal y, posteriormente se publicaron en orden mediante dos tomos físicos. Se continúa la historia narrada en el webtoon Save me.

Los personajes comparten el nombre y edad correspondiente de los miembros al momento del lanzamiento.

Jin: De familia acomodada, su padre se dedica a la política (es el alcalde de Songju) y es sumamente estricto, le interesa mantener la imagen de la familia perfecta para que ésta no

afecte su carrera. Jin es el mayor entre los integrantes y, tras irse a estudiar a Estados Unidos por un tiempo, regresa a Songju, su ciudad natal, comienza a buscar al resto de sus amigos para darse cuenta de lo miserables que se han tornado sus vidas. Termina por realizar un pacto con un extraño gato, el cual le permitiría regresar en el tiempo para salvar a todos sus amigos, generando así, un bucle temporal, el cual reiniciará cada que algún miembro muera o él cometa un error sin saber que el precio a pagar es la pérdida de sus memorias más preciadas. Es estudiante universitario y ha elegido someterse a vivir la vida que su padre le ha impuesto. En el último bucle parece frío y desalmado, vivir y recordar todos los bucles una y otra vez le produce un severo agotamiento y desesperación.

Taehyung: Su padre es alcohólico y abusivo, a causa de esto su madre los abandonó a él a los 7 años y su hermana mayor dejándolos con la gran carga que esto significa. Trabaja en un tienda de conveniencia y tiene sueños acerca de todo lo ocurrido en los diversos bucles temporales, así como lo que puede significar el inicio de uno nuevo. En varias líneas del tiempo asesina a su padre y es encarcelado por ello, en las últimas, únicamente se lastima a sí mismo y termina por empatizar con su padre.

Namjoon: Proviene de una familia pobre, tiene un hermano menor y su padre está gravemente enfermo, razones que le llevaron a dejar la escuela y tener múltiples trabajos de medio tiempo. Deja a su familia y regresa a Songju en donde trabaja en una gasolinera. Se aloja por momentos en un cuarto detrás de la gasolinera, sin embargo, la mayoría del tiempo vive en un contenedor de tren abandonado. Es el primero a quien Jin salva de terminar en la cárcel por golpear a un cliente adinerado por tratarlo de manera despectiva. Se vuelve un gran cómplice de Taehyung en el último bucle cuando éste le habla sobre sus sueños.

Yoongi: su madre muere junto con su hermana en un incendio cuando él era niño, esto le produjo una severa depresión, la cual se agudizó tras ser expulsado de la escuela dos años antes debido a Jin y dejar la música al ser influenciado por los comentarios de su padre sobre lo inútil que ésta es. Hizo su estudio en un edificio abandonado de la ciudad. Es el tercero en ser salvado de suicidio por un incendio provocado. En el último bucle comienza a trabajar como albañil con el objetivo de salir de su depresión.

Jungkook: Vive con su padre y madrastra, en general le prestan poca atención, tiene depresión. Es el menor de los 7, siendo el único que aún está en preparatoria. Es el segundo en ser salvado de suicidio. Es sumamente apegado a Yoongi. En el último bucle comienza a generar un resentimiento hacia el resto, especialmente hacia Jin, ya que él fue el causante de el accidente de atropello y fuga que le dejó en coma por 10 días y por un buen rato en el hospital; durante este tiempo también comienza a distanciarse de los demás, ya que estos comienzan a dejarlo de lado para poder ayudar a Jin y evitar la muerte de Namjoon, a todo esto, Jin no sabe que él ocasionó el accidente de Jungkook, sin embargo él creó que todos son sus cómplices.

Hoseok: Fue abandonado por su madre a los 5 ó 7 años (no está del todo claro) en un parque de diversiones, debido a esto crece en un orfanato. Trabaja en Two star burger y es bailarín (no profesional). Vive en un cuarto de azotea y constantemente se muestra con una personalidad alegre y relajada (máscara). Sufre de una falsa narcolepsia, la cual únicamente suele afectarle fuera de su hogar, esta se debe al síndrome de Munchausen, el cual consta en la invención o actuación de síntomas y la atribución de enfermedades para así llamar la atención. Consume fármacos que no necesita para tratar la narcolepsia.

Jimin: Proviene de una familia de clase media o alta (no está del todo especificado). Cuando estaba en tercero de primaria presenciaba un asesinato, lo cual le deja como secuela un estrés postraumático, es internado en un psiquiátrico por decisión de sus padres para así no manchar la reputación de la familia. Sufre de ataques de ansiedad/pánico derivados del trauma. Escapa del hospital con ayuda de todos los miembros y se aloja por un tiempo con Hoseok, posteriormente regresa a casa de sus padres para enfrentar la situación, regresa a estudiar y baila junto con Hoseok en un grupo llamado *Just Dance*.

La historia desarrollada en estos materiales así como en los videos musicales (comenzando desde 2015 con el álbum *the most beautiful moment in life*), narra la historia de cómo Jin busca salvar de la miseria a sus amigos y de cómo en el último bucle debe buscar el mapa del alma para encontrarse a sí mismo y poner fin al bucle de una vez por todas.

FUENTES CONSULTADAS

Alvinsch. (2019, 14 marzo). BTS es para Intelectuales (ft. Danna Alquati) #1 [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=zxmU0u3tR1Q>

Alvinsch. (2022, 30 enero). BTS y su increíble profundidad intelectual: Map of the Soul y Carl Jung [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=CvWZDIwiAZ8>

BigHit Ent. y LICO. (2019) *The most beautiful moment in life pt. 0 Save Me*. Webtoon. Extraído de: https://www.webtoons.com/en/drama/bts-save-me/list?title_no=1514

Danna Alquati. (2019, 14 marzo). BTS es para INTELECTUALES #2 | WINGS EXPLICADO (ft. Alvinsch) [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=rci36zBrwLA>

Danna Alquati. (2019b, junio 9). *Love yourself tear EXPLICADO! - BTS es para intelectuales (Adelanto)* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=ft-Nmu4opsQ>

Hesse, H. (2005). *Demian*. Grupo Editorial Tomo.

Seung, S. (2020). *The notes 2: The Most Beautiful Moment in Life*. BigHit Entertainment.

Stein, M. B. (2004). *El mapa del alma según CG Jung*. Luciérnaga.

Yoon, S. (2019). *The notes: The Most Beautiful Moment in Life*. BigHit Entertainment.

ANEXO 04

GLOSARIO

Aegyo: actitud percibida linda por los demás. La semántica de la palabra combina dos partes: ae (愛), que significa amor, y gyo (嬌), que significa "encantador" o "hechizante". Esta "adorabilidad" se realiza entre familiares, amigos y parejas, pero también en ámbitos menos íntimos, como el educativo o el laboral, e incluso entre desconocidos en conversaciones casuales. Además, puede verse en la publicidad, en algunas cualidades antropomórficas asignadas a diversos personajes simpáticos, objetos o dispositivos simbólicos del consumo contemporáneo, tanto dentro como fuera de la mediateca surcoreana

Album medley: Es una versión condensada de un álbum completo, donde se mezclan fragmentos de varias canciones del álbum en una sola pista continua. Suelen utilizarse como promoción previa al lanzamiento de un álbum de K-pop.

Album repackaging: es una versión revisada o ampliada de un álbum que ya ha sido lanzado. Normalmente incluye versiones alternativas de algún tema, nuevos conceptos visuales y material adicional en su formato físico. Puede ayudar a mantener el interés en el álbum y proporcionar nuevas oportunidades de promoción. Este enfoque también puede dar a los artistas la oportunidad de explorar y promover diferentes conceptos o estilos.

Ao3: Archive of Our Own, es un sitio web de archivos de fanfiction y fanart. Fundado en 2009 por la Organization for Transformative Works (OTW), AO3 permite a los usuarios publicar, leer y comentar sobre fanfiction y otros trabajos derivados, como fanart y fanvideos.

Abraxas: En la antigüedad, Abraxas era un término utilizado en el gnosticismo, una corriente religiosa y filosófica. Se considera que Abraxas era una deidad

suprema o un ente que representaba una combinación de fuerzas divinas.

Banda de Moebius: superficie con una sola cara y un solo borde, tiene la propiedad matemática de ser un objeto no orientable [...] Puede construirse una banda de Moebius con un largo rectángulo de papel que hay que retorcer una vez, antes de unir sus extremos. El resultado será una figura que subvierte el modo "normal" (euclidiano) de representar el espacio, ya que parece tener dos lados pero en realidad tiene sólo uno. Esos dos lados sólo quedan diferenciados por la dimensión temporal, por el tiempo que se emplea en recorrer la banda completa

B2B: (Business-to-Business) se refiere a un modelo de transacción comercial en el que las empresas venden productos o servicios directamente a otras empresas, en lugar de a consumidores individuales.

Boy group: Se refiere a un grupo musical compuesto exclusivamente por hombres.

Bubble: Servicio de mensajería y comunicación que permite a los fans interactuar con idols de K-pop.

Challenge: Tendencias virales en las que los usuarios crean y participan en desafíos relacionados con la música y el estilo de los grupos y artistas de K-pop. Estos desafíos permiten a los fans interactuar con la música y la cultura del K-pop de manera divertida y creativa, promoviendo tanto a los artistas como a los usuarios a través de la participación en tendencias virales.

Changga: Adaptaciones al coreano de melodías folclóricas, estadounidenses o británicas.

Chart: Clasificación que muestra los temas, álbumes o artistas más populares en un período específico. Los charts se

basan en diversos criterios como ventas, reproducciones en streaming, airplay en radio y otros datos relacionados con el consumo de música. Ayudan a medir el éxito y la popularidad de las canciones y los álbumes en diferentes regiones y mercados.

Comeback: Es el regreso de un artista o grupo con nuevo material musical, generalmente después de un periodo de ausencia. Este término se refiere al lanzamiento de un nuevo álbum, sencillo o EP, acompañado de promociones como presentaciones en vivo, videoclips y apariciones en programas de televisión.

Comeback trailer: Video promocional lanzado por un grupo o artista antes del regreso (comeback) de un nuevo álbum o sencillo. El objetivo del comeback trailer es generar anticipación y emoción entre los fans al ofrecer un adelanto del concepto, la música y el estilo visual del próximo lanzamiento.

Concept trailer: Video promocional que presenta el concepto visual y temático de un próximo álbum o sencillo antes de su lanzamiento. A diferencia de un comeback trailer, que se centra en adelantar la música y el estilo general del regreso, el concept trailer está diseñado para mostrar específicamente el concepto visual y la dirección artística del proyecto.

Constelación: Jung lo define como una creación de un momento cargado de manera psicológica, en el cual la conciencia está siendo perturbada debido a un complejo.

Dandy: estética de moda que se caracteriza por su elegancia refinada y su atención al detalle, originada en el siglo XIX. Incluyen Ropa Clásica: Trajes bien ajustados, camisas con cuellos y puños cuidados, y chalecos. Los trajes suelen ser de alta calidad y bien confeccionados. Accesorios

Elegantes: Uso de corbatas, pajaritas, pañuelos de bolsillo, y sombreros como bombines o fedoras. Cuidado Personal: Atención a detalles como la peina del cabello, la barba bien arreglada y una presentación general pulcra. Colores y Texturas: Colores y patrones que suelen ser sofisticados, como tonos neutros, rayas sutiles y telas de alta calidad.

Dance break: Sección dentro de una canción o performance donde se destaca una coreografía de baile específica, separada de la canción principal o el ritmo habitual. Son comunes en presentaciones en vivo y videos musicales de K-pop, ayudando a mantener la energía y capturar la atención del público durante el desempeño.

Fancalls: evento en el que los fans tienen la oportunidad de realizar una llamada telefónica o videollamada breve con sus idols. Estos eventos suelen ser organizados por las agencias de los artistas como una forma de interacción directa entre los fans y los miembros del grupo. Es comúnmente utilizado como una estrategia de promoción y para interactuar con el público de manera personalizada.

Fanart: dibujo o ilustración, ya sea digital o a mano, sobre un idol, aplicado en este caso específico, y mediante el cual se le rinde tributo; estos generalmente pueden ser publicados a través de DevianArt, instagram y twitter

Fanfic: (abreviación de fanfiction) como un escrito ficticio en donde los personajes que participan en la narrativa son conformados por actores, idols o personajes de algún programa de televisión, comic, videojuego o película, realizado por fans; este tipo de contenidos residen principalmente en plataformas especializadas como AO3, Wattpad, etc.

Fanmeeting: Evento especial donde los artistas tienen la oportunidad de interactuar directamente con sus seguidores. A diferencia de los conciertos, que están más centrados en la música y el espectáculo, los fanmeetings suelen ser más íntimos y personales. Durante estos eventos, los fans pueden conocer a sus ídolos en un ambiente más relajado, hacerles preguntas, participar en actividades, tomar fotos y obtener autógrafos.

Feng Shui: Es una antigua práctica china que busca armonizar el entorno para promover el bienestar y la prosperidad.

FLO: Plataforma de streaming coreana similar a lo que es Spotify en Occidente

Full album: Se refiere a un álbum completo lanzado por un grupo o artista, que generalmente contiene entre 10 y 15 canciones. A diferencia de un "single" o un "mini-album" (EP), que tienen menos canciones, el full album ofrece una colección más extensa de música.

Genie: Compañía surcoreana subsidiaria de KT Corporation, la cual se especializa en la producción y distribución musical.

Girl crush: imagen y estilo que proyecta fuerza, confianza y actitud poderosa, a menudo con un enfoque en la independencia y la autoafirmación. Este concepto se ha vuelto popular en el K-pop porque ofrece una imagen fuerte y empoderadora que resuena con muchos fans, especialmente con aquellos que buscan modelos a seguir que reflejen independencia y fortaleza.

Girl group: Se refiere a un grupo musical compuesto exclusivamente por mujeres.

Grunge: Estilo cultural y estético que surgió a finales de la década de 1980 y principios de la de 1990. Este estilo se asocia principalmente con la música

grunge, un subgénero del rock alternativo, y con una estética que refleja una actitud de rebeldía y anti-comercialismo. En cuanto a moda se refiere, se caracteriza por llevar, ropa desaliñada, colores apagados, accesorios de estética punk y maquillaje desordenado.

Hanbok: Traje tradicional de Corea que se caracteriza por sus colores vivos, formas elegantes y su estructura única. Aunque ha evolucionado a lo largo de los siglos, el hanbok sigue siendo una prenda importante en la cultura y las celebraciones coreanas.

Hallyu: (también conocido como la "Ola Coreana") se refiere al fenómeno de la creciente popularidad de la cultura y el entretenimiento coreano en todo el mundo. Este fenómeno abarca una amplia gama de áreas, incluyendo música, cine, televisión, moda y comida.

Idol: En el K-pop, un "idol" es un artista entrenado en canto, baile y actuación, promovido por agencias de entretenimiento. Los idols no solo destacan por su talento, sino también por su imagen cuidada y su interacción constante con los fanáticos. Son figuras públicas multifacéticas que, además de la música, participan en programas de TV, modelaje y publicidad, y son vistos como modelos a seguir en la cultura pop coreana.

Igari makeup: Es una técnica de maquillaje originaria de Japón que se caracteriza por un aspecto de "maquillaje cansado" o "maquillaje de sueño". Se centra en dar a la piel un look natural y ligeramente agotado, como si estuvieras un poco cansado pero aún luciendo bonito. Se caracteriza por llevar el rubor por debajo de los ojos, sombras de ojos sutiles, tinturas naturales en los labios y pieles luminosas.

Inflación: Según Jung, sucede cuando el yo se enfrenta con una imagen arquetípica y resulta poseído por ésta. La inflación representa una experiencia enriquecedora y significativa, por lo que se renuncia a cualquier tipo de resistencia. Asimismo, puede representar una de las etapas del crecimiento en que el individuo deja de realizar proyecciones hacia el exterior y las pasa al interior, ya no cree en una deidad ajena a sí, sino que él es Dios.

Individuación: Se refiere al proceso mediante el cual una persona se desarrolla y se convierte en su "yo" completo y único. Este proceso implica la integración de los diferentes aspectos de la personalidad en una unidad coherente.

Lore: Conjunto de conocimientos, historias, mitos, leyendas y tradiciones que se transmiten dentro de una cultura o a través de una obra de ficción. En el contexto de los medios de entretenimiento y la ficción, el lore incluye todos los detalles y antecedentes que ayudan a construir y enriquecer el mundo en el que se desarrollan las historias.

Layering: Técnica que consiste en combinar varias capas de prendas de ropa para crear un estilo más complejo y visualmente interesante. Este enfoque no solo puede mejorar la apariencia estética de un conjunto, sino que también ofrece beneficios prácticos en términos de funcionalidad y adaptabilidad a diferentes condiciones climáticas.

Lightstick: Dispositivo luminoso que los fanáticos utilizan para mostrar su apoyo a un artista o grupo. Cada lightstick es único y tiene un diseño y colores representativos de la banda o solista. Durante los conciertos, estos dispositivos se encienden, creando un espectáculo visual con olas gigantes de luz que envuelven al público y hacen del evento una experiencia inmersiva y emocionalmente vibrante.

te. Son un símbolo icónico de la conexión entre los artistas y sus fanáticos.

MelOn: Es un servicio de streaming musical desarrollada por SK Telecom, introducida en noviembre de 2004.

Makeup no makeup: Es un estilo de maquillaje que busca dar la impresión de que no llevas maquillaje, a pesar de que sí estás usando productos cosméticos. Se enfoca en resaltar la belleza natural y proporcionar un acabado fresco y sutil.

Mapa del alma: El mapa del alma ilustra los arquetipos jungianos de sí mismo (self), éstos conforman nuestra personalidad y expresan nuestro lenguaje, comportamiento, pensamientos y sueños. Puede entenderse como una representación de los diferentes niveles y componentes de la psique, que incluyen el consciente, el inconsciente personal, el inconsciente colectivo, y los arquetipos, entre otros elementos.

Maracau: Instrumento de percusión africano, conocido por su uso en la música tradicional de algunas culturas en África.

Mullet: Es un corte de cabello con la parte delantera y los lados cortos, y la parte trasera mucho más larga, creando un contraste entre un look más formal adelante y uno más casual o llamativo atrás. El mullet tuvo su auge en las décadas de 1980 y 1990, con figuras del rock y la cultura pop adoptándolo como una declaración de estilo.

Muerte de la madre: concepto simbólico de la psicología jungiana que representa el proceso de separación y liberación de la influencia maternal para permitir el desarrollo personal y la individuación. Este proceso es una parte crucial del crecimiento emocional y psicológico del individuo.

Naver: Principal portal de internet en Corea

Narcolepsia: Trastorno neurológico crónico que afecta la regulación del sueño y la vigilia. Se caracteriza por una serie de síntomas relacionados con la somnolencia excesiva durante el día y alteraciones en los patrones de sueño. La causa exacta de la narcolepsia no se comprende completamente, pero se cree que está relacionada con disfunciones en la regulación del sueño, y se ha asociado con una deficiencia de la sustancia química hipocretina en el cerebro.

Oppa: (오빠) es una palabra en coreano que se utiliza para referirse a un hermano mayor o a un hombre mayor en un contexto amigable y respetuoso.

Persona: se refiere a la máscara o el papel que una persona adopta en la vida social para cumplir con las expectativas de los demás y para presentarse de una manera que es aceptable o deseable en el contexto social, ayuda al individuo a interactuar con el mundo exterior.

Photocard: Tarjeta de cartón incluida en los álbumes de K-pop, que normalmente presenta una imagen o selfie de los artistas. Consideradas de gran valor entre los fans, estas tarjetas son objetos de colección muy codiciados debido a su exclusividad y variedad, dependiendo del álbum y del artista.

Photobook: publicación que presenta una colección de fotos del grupo o artista, diseñada para proporcionar a los fans una experiencia visual y emocional más profunda.

Pop-up store: (tienda emergente) es un tipo de tienda temporal que se abre en un lugar específico por un período de tiempo limitado. Estas tiendas se utilizan con frecuencia en el comercio minorista y la

promoción de marcas para generar entusiasmo y captar la atención del público.

Preppy: tendencia de moda que se originó en los Estados Unidos en las décadas de 1950 y 1960 y está asociado con la estética y la cultura de las escuelas privadas y las universidades de élite.

Punk: Movimiento cultural y musical que surgió a mediados de la década de 1970. El punk es conocido por su actitud rebelde, su estética distintiva y su enfoque en la música y la moda, se destaca por su actitud rebelde, su estética distintiva y su enfoque en la música cruda y directa.

Retorno de la madre: Proceso arquetípico y psicológico en el cual una persona busca o experimenta una conexión simbólica o real con la figura materna. Este concepto se relaciona con la idea de que, en el desarrollo psicológico, los individuos pueden regresar simbólicamente a una etapa anterior de su vida en busca de seguridad, consuelo o un sentido de pertenencia.

Samulnori: género tradicional de música folclórica de Corea del Sur que se caracteriza por su ritmo vibrante y el uso de cuatro instrumentos de percusión principales. El término "samulnori" se traduce literalmente como "cuatro cosas que se tocan" y se refiere a los instrumentos tradicionales usados en este estilo musical. El samulnori también está asociado con la danza y las representaciones teatrales tradicionales, haciendo de él una forma rica y dinámica de expresión cultural.

Self: . Se refiere al total de la psique de una persona, la integración de sus diversos aspectos y aspectos opuestos. el self es el centro organizador de la psique y el objetivo de la búsqueda psicológica para lograr una mayor coherencia y realización personal.

Sombra: Se refiere a los aspectos reprimidos, desconocidos o no aceptados de la psique de una persona. Estos aspectos suelen ser negativos o indeseables desde el punto de vista consciente y, por lo tanto, se mantienen en el inconsciente.

Star-making system: Sistema de training donde, desde muy temprana edad, los aspirantes a idol reciben clases de canto, baile, actuación, idiomas, etc.

Styling: Se refiere al proceso de diseñar y coordinar la apariencia de una persona, una producción o un proyecto. En la industria del K-pop, el styling es crucial para los idols, ya que ayuda a definir su imagen pública y a comunicar la temática o concepto de sus canciones y álbumes.

Subunidad: Es un grupo más pequeño formado por algunos miembros de un grupo musical más grande. Permite explorar diferentes estilos y conceptos, lanzando su propia música y realizando promociones específicas, ofreciendo a los fans una nueva perspectiva sobre los integrantes.

Street style: Estilo de moda que se origina en la calle y en la vida cotidiana, en lugar de en las pasarelas de alta costura. Se caracteriza por su enfoque en la individualidad, la creatividad y la autoexpresión, reflejando las tendencias y la estética de la moda urbana.

Sunkissed makeup: es un estilo de maquillaje que imita un aspecto bronceado y radiante, como si la piel hubiera estado expuesta al sol. Se caracteriza por tonos cálidos y dorados que aportan un brillo natural y saludable. El objetivo es lograr una apariencia fresca y radiante, como si la piel hubiera sido besada por el sol.

Talchum: (탈춤) es una forma tradicional de teatro popular y danza en Corea, conocida por su combinación de actuación, danza y música. Suele abordar temas sociales y políticos a manera de sátira.

Trainee: Generalmente es una persona joven que está en un riguroso proceso de formación para llegar a ser idol en la industria del K-pop. Durante este tiempo, reciben entrenamiento en diversas habilidades como el canto, el baile y la actuación. No todos los trainees llegan a debutar, ya que es un proceso muy competitivo y demandante.

Title track: Es la canción principal de un álbum o EP, aquella que se utiliza para promocionar el lanzamiento. Es el tema central que suele estar acompañado por un video musical y es el que los artistas interpretan en programas de música y eventos promocionales.

Undercut: Es un estilo de corte de cabello en el que los lados y la parte posterior de la cabeza se cortan muy corto o se rasuran, mientras que la parte superior se deja más larga. Esto crea un contraste llamativo entre la parte superior y los lados.

VCR: (Video Clip Recording) es una grabación de video que se reproduce durante el espectáculo para complementar y enriquecer la experiencia en vivo.

Yo adquirido: según Carl Jung es un concepto que se refiere a la parte de la personalidad que se desarrolla a través de la interacción con el mundo exterior y las experiencias individuales, es una parte más específica y dinámica del ego.

Yo innato: Puede interpretarse como las predisposiciones y estructuras básicas presentes en la psique desde el nacimiento, incluyendo arquetipos y aspectos fundamentales de la personalidad.