



LA CULTURA SURCOREANA Y EL IMPACTO EN LOS CENTENNIALS EN
LATINOAMÉRICA

CARLOS ERNESTO GARCÍA RUIZ

TUTOR: GINO HUMBERTO AREVALO

TRABAJO DE PASANTIA PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE
MERCADERO Y PUBLICIDAD

FUNDACION UNIVERSITARIA DEL AREA ANDINA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y
FINANCIERAS
PROGRAMA DE MERCADERO Y PUBLICIDAD
BOGOTA AGOSTO – 2021

Tabla de contenido

- Planteamiento del problema
- Problemática
- Objetivo general y específicos
- Justificación
- Marco teórico
- Hallyu y su impacto en países de la Latinoamérica
- Hallyu en Colombia
- Metodología
- Diario de campo
- Observación no participante
- Entrevistas
- Resultados
- Análisis de la información
- Hallazgos
- Tendencia
- Conclusiones

1. Planteamiento del problema

1.1 problemática

La cultura de corea del sur exige una mente abierta. Cuando estudiamos las costumbres y tendencias en cuanto a la música, cine y principalmente en la moda de otro lugar, se tiene en cuenta que esa no es su casa y por lo tanto no debería ir con expectativas de que se comporte igual, ya que no se puede ser igual a esa cultura, sin embargo, el fuerte impacto que tiene son las que hacen que los centennials, también conocidos como la generación z quieran seguirlas. Si vemos en el contexto latinoamericano está en gran auge y en crecimiento gracias a los medios de comunicación principalmente a las redes sociales ya que son las fuentes que alimentan sus seguidores. Estas tendencias también influyen en el marketing internacional encontrando estrategias que son utilizadas por diferentes marcas para poder comercializar sus productos, aprovechando la gran aceptación que esta cultura tiene en los jóvenes latinoamericanos.

Todas las regiones del mundo tienen costumbres y hábitos distintos de ahí radica la cultura y es que este es un término que puede tener tantas definiciones como se desee, pero agrandes rasgos, una cultura es un patrón de ideas y creencias acompañados de comportamientos por parte de personas de una región en común (López, 2017) Existe una gran problemática en este aspecto, y es que, muchas culturas latinas están perdiendo identidad de sus raíces, adverse seducidas o identificadas de cierta manera con las tendencias de la cultura surcoreana (Gómez, 2020), sin embargo consideran que una nueva cultura oriental es la idónea por ser tan distinta a la creencia a la que se está acostumbrado, esto no quiere decir que sea algo malo. La problemática radica en que los jóvenes son más fáciles de influenciar por medio de las redes sociales

(Ehmke, 2018). Con una influencia basta para crear impactos fuertes sobre dicha generación.

1.2 Objetivo general y específicos

***Objetivo general**

Determinar las tendencias e impacto de la cultura surcoreana en los centennials principalmente en Latinoamérica.

***Objetivos específicos**

- Identificar los impactos de las nuevas tendencias surcoreanas sobre Latinoamérica.
- Delimitar los posibles impactos y afectaciones de la incursión de la cultura surcoreana sobre Los centennials.
- Investigar los gustos y preferencias de los seguidores de la cultura surcoreana.

1.3. Justificación

El impacto que tiene la cultura sur coreana en los milenios en Latinoamérica, cada vez está más en tendencia es por esto que esta investigación nos permitirá conocer cuáles son eso factores que llevan a los jóvenes a preferir y seguir esas modas de una cultura tan lejana. La presencia surcoreana influye cada vez más en la juventud por medio de su soft power o poder blando que está basado en la atracción diseñada alrededor de la cultura y entretenimiento de masas. Corea del sur es ejemplo de ello, una nación tan lejana a los rasgos de Latinoamérica que está seduciendo con sus

innovadores hábitos en general (Gómez, 2020), sin embargo, en la actualidad la inmediatez de la información que proporciona la oportunidad de interactuar de forma permanente con la interpretación de muchos de los elementos culturales en mención en cualquier parte del mundo. la generación z, es altamente susceptible a muchas posibles afectaciones dentro de la nueva tecnología del mundo (Castro, 2019), que pueden repercutir en un fuerte impacto a las personas, bajo una industria globalizada y tecnológica, ayudando al campo del marketing y publicidad a identificar el perfil de este público tan grande, creando estrategias asertivas e impacto social en todas las tendencias mencionadas anteriormente, corea del sur ocupa el primer lugar en cuanto a innovación (Bomberos, 2021) este gobierno es fuerte y saben aprovechar cada oportunidad y fortaleza con las que cuentan, es consciente y solidario y hace más esfuerzo que cualquier otro país del mundo para aprovechar toda su originalidad y sacarle el mejor provecho, logrando un gran ascenso global.

2. Marco teórico

¿Qué es hallyu?

Se caracteriza por tener una fuerte conexión más con las personas jóvenes esta cultura que está popular que es la surcoreana que se puso de moda y en tendencia fuerte en el sudeste asiático y China continental a mediados de la década de 1990. Este aumento de popularidad global fue muy evidente desde aquella época las cuales fueron impulsadas gracias a toda su innovación. Especialmente hallyu es muy popular entre los centennials los cuales son el motor de esta cultura que siempre están encantados con la música coreana (K-pop), dramas (K-drama), moda, comida y belleza entre otras. Se puede decir que es un fenómeno muy bueno el cual ya tiene

varios años desde que se dio a conocer y cada día está en aumento gracias a su gran innovación.

A partir de mediados de la década de 1990 la cultura coreana atrae la gran atención de parte de la población de china, taiwan y hong Kong. En los últimos años podemos ver que esta cultura también se logró posicionar de manera muy efectiva en países latinoamericanos, gracias a sus innovadoras tendencias que hacen que su público que es el más joven quiera seguirlas, a tal punto que crecen con ideologías culturales a la de esa cultura. Esta ola coreana describe ese furor y pasión que sienten los jóvenes por esta cultura contemporánea.

La cultura urbana hayllu está compuesta por diversas actividades, que se van desarrollando con el buen uso al aprovechamiento al aire libre que promueve el desarrollo de hábitos y habilidades cognitivas, físicas y sociales que expresan por medio de bailes y tendencias de moda. Los cuales los hace sentir aceptados en grupos sociales. Lo cual se puede pensar que estas tendencias ayudan al aprovechamiento del tiempo libre de los jóvenes.

La Ola Coreana, por sus características se definiría como un elemento cultural híbrido. Se lo considera así por contener elementos locales-coreanos y extra locales no coreanos (López 2015). En este caso permite darse a conocer a un escenario más extenso y global lo cual les permite impactar en diversas culturas ajenas a la de ellos, adoptan también elementos de la llamada cultura global.

Para esta investigación, la ola coreana no solo es una herramienta para mejorar la imagen de un país, sino para mostrar todo ese conocimiento y disciplina que adoptan en cada campo al que quieren llegar, con todo esto precisamente lo que logran es un impacto a nivel mundial que es gracias a la industria del entretenimiento, lo cual se ha logrado meter y posicionar en la mente de muchos países antiamericanos y del mundo.

El producto cultural se vende principalmente a través de la comercialización de la imagen de los ídolos o celebridades del panorama musical, cinematográfico o televisivo, y son el gancho principal para la captación de fans. aquí podemos hablar que entrarían en el juego de la industria de la moda, la cosmética y la estética, estamos en un momento de la vida en donde los jóvenes se preocupan mucho por su apariencia física y es que podemos ver que Corea no solo es de gran influencia en la moda y la música podemos ver que en el ámbito de la cosmética está cogiendo gran acogida en el mundo gracias a las influencers de belleza que utilizan para recomendar productos que ayudan a mejorar la apariencia por ejemplo de la piel, en donde por medio de sus videos incitan a sus seguidores a comprar productos de cosmética coreana.

Difusión cultural y soft power

La penetración de Hallyu en el este y sudeste asiático ha tenido consecuencias positivas para las relaciones internacionales de Corea, en la que la cultura es el principal motor y funciona como instrumento mediador en asuntos de política exterior. (Doboo,2006). Precisamente esto se logra con un excelente plan de política, teniendo esas nuevas relaciones exteriores, que se logran gracias a las estrellas del pop de las últimas décadas que fueron de gran ayuda para mejorar las relaciones exteriores, dándole paso también a las relaciones políticas coreanas.

Esta estrategia de soft power que es utilizada para promover sus productos y servicios, por lo tanto, no es una forma común de influencia y al mismo tiempo es más que un poder cultural. A pesar de la barrera idiomática cultural y geográfica podríamos pensar que sería un impedimento para la difusión de sus estrategias en cuanto a las tendencias gracias a los productos audiovisuales.

- **Hallyu y su impacto en países de la Latinoamérica**

Hallyu u ola coreana, es el término que se caracteriza para explicar el fenómeno de popularidad que tiene esta cultura surcoreana en Asia y Latinoamérica y también

en el mundo. Y es que podemos ver que el gran impacto no es solo en Latinoamérica sino es países de Europa también se puede ver esta gran acogida de esta ola coreana El hallyu, es principalmente famoso entre jóvenes que buscan cosas diferentes los cuales quieren usar cosas innovadoras que tienen gustos particulares por música como el kpop, y también dramas y una de las cosas más importantes que es la moda (k-style y k- beauty), idioma (hangul) entre otros (Bok-rae, 2015).

En la década de los años 90 en adelante el estado coreano que en ese momento estaba a cargo del presidente kim dae jung. Tienen como fin promover la producción de medios de comunicación, principalmente como una estrategia de comunicación nacional, por lo cual se toma la iniciativa de establecer la ley para la promoción de la industria cultural en el año 1999 (zhang citado en López, 2015). Todo esto se debió a esa gran necesidad de mejorar la imagen del país y poder promocionarlo junto a países de gran importancia que en ese momento tenían mejor capacidad de desarrollo (yong jun, 2016).

Años después, se comenzaron a impulsar otros productos culturales que se lanzaron fuertemente en otros países entre ellos estaban la música coreana (k-pop), el cual determino un cambio muy importante para corea del sur, donde participaban muchas bandas entre ellas, Coe Girls Generacion big bang, Wonder Girls, las cuales se hicieron muy conocidas a nivel mundial y en Colombia tuvo una gran aceptación gracias a varias plataformas de internet, estas plataformas las cuales los mantiene tiene informados de la actualidad, de sus nuevas canciones entre otras (Ecos de Asia, 2018) sin embargo, la canción gangam style del rapero psy, se volvió la mejor representación del éxito mundial del k-pop, contando con más de 3 billones de vistas desde su lanzamiento en el 2012 a través de YouTube.

Por lo anterior podemos analizar que esta estrategia que utiliza corea del sur en cuanto a medios es muy efectiva las cuales por medio de estos medios pueden impulsar de una forma más indirecta sus productos y servicios, dándole una imagen

más favorable al país y logrando posicionarse como una gran potencia en diferentes campos.

2.2 Hallyu en Colombia

Es perceptible a simple vista una alta incidencia de jóvenes ya sea femenina y masculina que consolida cada vez más como un gran grupo receptor que acoge de manera muy asertiva los dramas coreanos y es que se puede ver que la información de esta cultura llega precisamente por este medio televisivo y de ahí parte los gustos por esta moda, sin embargo también se puede establecer que estos dramas llegan a Colombia de una forma más lenta (2012), a diferencia de otros países antiamericanos, para nadie es un secreto que esta cultura tuvo gran aceptación de los jóvenes colombianos, y es que cada día es más común ver a chicos en las calles tratando de imitar sus modas y aunque los dramas televisivos nos son tan ágiles en su transmisión, existen diferentes plataformas para poder ver estas series, tales como Netflix entre otras; las cuales les permiten ver una gran variedad de producciones recientes. Como resultado, se puede observar la gran acogida que ha tenido el contenido coreano en países europeos y americanos debido a la web. Así lo atribuye la revista TIME en su artículo korean pop, with online help, goes global. Para muchos artistas en la industria de la música se encuentran con una gran acogida en gran parte gracias a plataformas virtuales como YouTube e Instagram. Las cuales permiten llegar a mercados que antes eran difíciles de llegar como a Colombia.

La relación que Corea del Sur está creando con países como Colombia está cada día más vigente que nunca, las tendencias de moda nos permiten analizar que los jóvenes de Colombia cada día quieren seguir estas nuevas modas, en las calles podemos notar la gran influencia que ahí en cuanto a moda, todo esto los hace resaltar y ver diferentes en su entorno social, podemos analizar que esto no lo vemos en todo el país por la falta de información y de internet lo cual no les permite informarse sobre estas tendencias de moda, por otro lado los lugares donde podemos visualizar estas modas son gracias

a las redes sociales que mantiene al tanto de las actualizaciones de moda. Información que les sirve para intentar imitar las tendencias que provienen de ese país, para muchos no es posible conseguir los diseños que quisieran ya sea por falta de ingresos, sin embargo, diseñadores coreanos sirven de inspiración para que diseñadores locales puedan replicar sus diseños y poder comercializarlos.

El 2012 se consolida como un año estratégico para la cultura popular coreana, siendo el año donde más transmisiones se registraron en todo el continente. Estas producciones que se transmiten por canales locales e internacionales en donde utilizan estrategias con las telenovelas para crear modas que los jóvenes quieren seguir, diseñadores que llevan años en el mercado internacional los cuales tienen la libertad de crear prendas diferentes, todo esto se debe a que la población tiene un pensamiento diferente y son más abiertos a nuevas posibilidades, en el año 2000 fueron emitidos por primera vez series y novelas coreanas, pese a esta información el panorama para Colombia no fue el mismo, no contó con la misma suerte puesto que la primera telenovela que fue transmitida fue en el año 2012 por un canal nacional privado, canal el cual hasta la fecha sigue transmitiendo series y telenovelas.

Hallyu Bogotá

El Hallyu es catalogado como una cultura urbana que en este momento está muy marcada en la ciudad de Bogotá, esta práctica lo hacen de una forma muy creativa en espacios libres, lo más interesante de todo es que cuentan con sus propios grupos sociales los cuales comparten sus mismos ideales y gustos, grupos con los cuales los hace sentir más agusto, este tipo de interacción nace del proceso de difusión cultural coreana que dio sus primeros inicios en la década de los 90 y la cual hasta el día de hoy se ha logrado mantener, esta gran acogida por los jóvenes de la ciudad se enmarca en un gran aprovechamiento del tiempo que cada persona tiene libre, los gustos y la recreación, ya que invierten gran cantidad de su tiempo en estos eventos, los cuales

son organizados en diferentes fechas del año (Obaudoin,2019). partiendo de todo esto todavía hay algunas culturas que no son aceptadas por la sociedad y además no son tenidas en cuenta, esto se debe por varios factores tenidos a consideración por su gran conflicto de violencia o rebeldía sin causa (Ortiz, 2019), en la actualidad hay personas que creen que ser parte de cualquier cultura puede ser considerada como una moda más que en cualquier momento puede pasar y quedar en el olvido como lo pasa con otras culturas, y es que estas modas o culturas son aceptadas por jóvenes para poder encajar en un grupo social en específico. Según (Feixa,1998) la cultura juvenil es un espacio que expresa colectivamente la experiencia social de los jóvenes a través del establecimiento de un estilo de vida único, ubicado principalmente en las brechas del tiempo libre o la vida institucional. (Feixa, 1998).

Sin embargo, podemos ver que la ciudad de Bogotá es una de las poblaciones de Colombia donde tiene mayor aceptación estas tendencias surcoreanas, gracias a la inmediatez de internet las cuales les permite tener facilidad a la información, la cual es importante para el desarrollo de grupos sociales, los cuales son seguidores de sus tendencias en cuanto moda, música y televisión.

¿Doramas? dramas coreanos

Las telenovelas o dramas coreanos han tenido gran acogida las cuales permiten que los jóvenes sigan estas costumbres culturales y tendencias las cuales son atractivas para ellos. La trama de cada serie y telenovela son muy buenas y resulta muy atractiva para los jóvenes en especial con historias de ficción y de amor que logra cautivar a sus seguidores, el tema de los dramas cada vez está en crecimiento, la demanda en este mercado es muy alta puesto que cada vez hay más producciones, además de todo esto la. Aceptación que tiene principalmente en Latinoamérica es bastante buena, en Colombia especialmente en canales como RCN que durante mucho tiempo dio un tiempo en las tardes para poder transmitir estas telenovelas entre ellos uno de los más seguidos que fue escalera al cielo, otoño en mi corazón, y mil días de promesa entre

otras, estos doros vemos que tiene muy buena acogida por los jóvenes, los cuales no se confirman solo en ver estas series por televisión nacional, por el contrario buscan alternativas como sitios web o en estas instancias ahí aplicaciones las cuales les permite poder ver de forma más fácil las telenovelas que quieran y además de todo esto tiene una ventaja que es la agilidad y facilidad que tienen para encontrarlas. Ejemplo de ello es viki una plataforma creada por fans y para fans en la que son compartido contenidos traducidos por voluntarios.

El canal educativo ebs tiene, desde el año pasado, una relación de producciones cooperativas con RCN; en este momento kocca suministra apoyo capital al proyecto, que incluye un documental. La empresa Arirang TV, canal privado de Corea tiene convenio con Caracol Televisión para realizar algunas producciones, que también cuentan con el apoyo de Kocca, lo que se pretende con estas alianzas no es solo mostrar la cultura surcoreana si no que haya un intercambio bilateral. Lo que también se quiere lograr es llevar los dramas o novelas colombianas hacia Corea y que realmente pueda funcionar en cada una de las partes.

Kpop

El Kpop mezcla en sus canciones ritmos como dance, rap, rock, hip-hop, electrónica incluso algo de folclore coreano. Además, los integrantes de estos grupos no solo se caracterizan por cantar bien, sino que son excelentes bailarines. Por ellos en cada uno de sus videos musicales y presentaciones en vivo se puede apreciar un grandioso espectáculo. En donde diseñadores y artistas se involucran para crear nuevas tendencias y es que propiamente esta es la tendencia que más utilizan los jóvenes los cuales es muy importante en el gremio de la música ahí se puede observar su apariencia física y además de esto algo que es muy importante que su expresión corporal. El Kpop ha alcanzado tal popularidad que la revista Billboard ha creado una lista para destacar las mejores canciones de este género llamada: Korea k-pop HOT 100. En los últimos años el kpop ha roto fronteras, llegando a gran parte del mundo

con un abanderado como lo es el cantante sur coreano psy con su éxito "oppa gangam stylr" nombrado anteriormente. Por otra parte, corea del sur cuenta con grandes exponentes del género como Wonder Girls, U-Kiss, Girls generatio.

Estudios nacionales

En Colombia está muy de moda esta ola coreana, desde hace ya unos años podemos ver estas tendencias en las calles, desde el año 2012 está en crecimiento, en donde se podía pensar que podía pasar de moda, pero por lo contrario está más vigente que nunca, y no solo en Colombia estuvo en aumento esta cultura sino en toda Latinoamérica. Especialmente en la ciudad de Bogotá podemos notar que es más común el amor por esta cultura en general. Gracias a que la ciudad tiene una mente más abierta a las nuevas cosas que van llegando, es por esto que se puede establecer que es una de las ciudades de Colombia en donde más población de seguidores tiene la cultura surcoreana.

K-dramas en Cartagena

Según un estudio realizado por la universidad javeriana, enfocado en estudiar el comportamiento de los jóvenes de la ciudad de Cartagena, se puede concluir que Quienes ven dramas coreanos en Cartagena de Indias son principalmente mujeres jóvenes adultas y jóvenes adolescentes, en este caso no solo Bogotá tiene grandes seguidores de esta cultura y además de esto también tiene población adulta como seguidora que le gustan en especial los dramas coreanos, ellos en específico lo único que siguen son esta tendencias de las telenovelas a diferencia de los jóvenes que no solo siguen la televisión si no todo el conjunto en cuanto a moda y estilo de vida que tienen o han tenido acceso a la educación superior, de clase media, que residen en su mayoría en el sur-occidente de la ciudad. Podría considerarse que la transmisión de dramas coreanos en televisión nacional abierta en 2012 pudo influir el primer acercamiento a estos productos mediáticos al reforzar la popularidad del fenómeno

Hallyu en el país. Así mismo la continuación de su tiempo al aire en 2013 también pudo favorecer en el crecimiento de sus receptores.

El impacto de la cultura surcoreana en los centennials

Los centennials, también conocidos como las personas de la ‘Generación Z’, son aquellas personas nacidas entre los años de 1997 hasta el 2010 (Valero, 2020), generación inmediatamente después de la generación Y, o generación Millenian, en ese contexto, los centennials, son los jóvenes y adolescentes de la época 2021. Como todos los aspectos del mundo, la humanidad ha alcanzado diversos avances y evoluciones constantes en absolutamente todos los ámbitos productivos, desde factores industriales, personales, humanitarios, y en ese sentido, la evolución tecnológica no ha sido la excepción (Pérez, 2016).

La generación Z, en la época de 2015 – 2025, es una generación altamente susceptible a muchas posibles afectaciones dentro de la nueva tecnología del mundo (Castro Gómez, 2019) , que pueden repercutir en un fuerte impacto a las personas, bajo una industria globalizada y tecnológica, y es que, con tantos avances que se ha conseguido en dicha industria, la humanidad ha cambiado radicalmente sus costumbres y hábitos de consumo, incursionando culturas una sobre otra, promoviendo así más el cambio e incluso la generación de nuevas culturas (Feixa, 2018) que pueden repercutir de una manera radical sobre las personas.

Las culturas orientales no son la excepción a dicha incursión, y es que, con tantos avances tecnológicos que han surgido en el mundo, acompañado de la globalización y otros aspectos que abarca la nueva tecnología, es imposible indicar que no tenga repercusión o cualquier tipo de impacto sobre otras regiones del mundo, impactos que pueden ser de todo tipo, y tener diversas afectaciones de cualquier grado. La incursión es bastante sencilla, ya que la cultura se puede expandir incluso por redes sociales, partiendo de la base los billones de usuarios que interactúan con las mismas al día (Fernández, 2020).

Existe una problemática en este aspecto, y es que, muchas culturas latinas están perdiendo identidad de sus raíces, al verse seducidas o identificadas de cierta manera con culturas surcoreanas (Gómez, 2020), de cierta manera, consideran que una nueva cultura oriental es la idónea por ser distinta a la creencia que está acostumbrada, y no tiene nada de malo, existen gustos y preferencias de cada persona distintos, sin embargo, la problemática en el ámbito del mercadeo y publicidad radica en que los adolescentes de esta época, conocidos como ‘Centennials’ están perdiendo identidad con su cultura de origen, perdiendo el horizonte de donde son y qué es lo que desean, en ese sentido, la problemática estará vista de diversos puntos de vista, primordialmente, la carencia de campañas publicitarias para indicar realmente, que es un show, o que es significativo para una persona, y es que, los jóvenes se pueden manipular muy fácilmente a través de las redes sociales (Ehmke, 2018) , con una influencia basta para provocar impactos fuertes sobre dicha generación.

En segunda instancia, son culturas distintas, y la diversificación es primordial para el desarrollo de una comunidad, cosa que se estaría perdiendo con la incursión de nuevas culturas sobre otras, al punto de evolucionarlas que se absuelva por completa, es necesario permitir interacción sin generar una repercusión mayor sobre las personas, un impacto tan bajo, que sea permisible, no que ponga en riesgo la identidad de una cultura completa.

3. Metodología

La investigación es de carácter netamente exploratorio descriptivo el cual sería un enfoque cualitativo en donde se puede observar y describir todas las variables propuestas en la investigación, realizando de esta forma una revisión bibliográfica cuyo el tema propuesto es: la cultura surcoreana y el impacto en los centennials en

Latinoamérica enfocada en la influencia de los jóvenes de la ciudad de Bogotá. Para esta investigación gran parte de la información recolectada gracias a materiales bibliográficos libros y artículos profesionales relacionados con el tema propuesto.

3.1 Diario de campo

Un diario de campo es un instrumento de recolección de datos usado especialmente en las actividades de investigación. Así pues, las relaciones descritas en un diario de campo son la realidad, pero vista a través de los ojos del investigador. En especial en esta investigación se utilizó esta herramienta para fortalecer y establecer el curso de la investigación. Implementamos el diario de campo el cual tuvo una duración de 21 días en donde cada día se analizaba algo diferente el cual es como una libreta de bolsillo para tomar apuntes de gran utilidad, que permite poder verificar día tras día una nueva observación, en este caso colocamos todo lo que se veía en cada momento y cada cosa fue de gran provecho. En conclusión, este diario de campo es una herramienta que permite sistematizar las experiencias para luego analizar los resultados.

En este diario de campo se utilizó también como herramienta el registro fotográfico el cual va de la mano con los ítems de la investigación, como la cultura, los medios, marcas y la estética y el diseño, los cuales fueron puntos clave para la determinación y flujo de la investigación.

Para mayor información ingresar al siguiente anexo:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1nh4luN_UvKaA6A2w7YPBw3-lg4AdpUu6/edit?rtpof=true

3.2 Observación no participante

para poder establecer las tendencias a las cuales se llegó, se utilizó como herramienta las redes sociales las cuales se observó el comportamiento de los seguidores de esta cultura, se verifico páginas como instagram, Facebook, tiktok en donde la afluencia de personas es bastante grande, aportando gran información para la investigación. Cuando se efectúa una investigación que abarca cierto espacio geográfico en el cual se ubican situaciones o hechos vinculados al estudio. Los mapas son la brújula del cazador, pues su trabajo se desarrolla en diferentes lugares; le permiten guiarse en los sectores clave para encontrar y registrar información, en esta observación no participante se pudo establecer esos gustos que más se destacan en cuanto a esa cultura. La relación que corea del sur está creando con países como Colombia, este cada día más en auge. las tendencias como la de la moda, música, cine entre otras, permite analizar que los jóvenes de la ciudad de Bogotá cada día quieren seguir estas modas, en las calles se pueden ver a muchos jóvenes con este estilo de vida los cuales los hace ver diferente a su entorno.

3.3 Entrevistas

Para esta investigación se implementó como herramienta principal, el desarrollo de propuestas planteadas en los objetivos iniciales, se recurrió a realizar 5 entrevistas semiestructuradas que tienen como ventaja para esta investigación, “la posibilidad de adaptarse a los sujetos con enormes posibilidades para motivar al interlocutor, aclarar términos, identificar ambigüedades y reducir formalismos”. (Díaz-Bravo, Torruco-García, Martínez-Hernández y Varela-Ruiz, 2013) estas entrevistas se realizaron en la ciudad de Bogotá, en donde los protagonistas son seguidores de la cultura surcoreana. Cuyos resultados nos permitió establecer la tendencia de investigación. La población que se tuvo en cuenta para este muestreo fueron jóvenes hombre y mujeres entre las edades de 17 a 30 años en el periodo del mes de agosto del 2021. La decisión de realizar estas entrevistas a 5 personas ya que es un número significativo para obtener la suficiente información.

Quienes participaron en esta investigación fueron hombre y mujeres que residen especialmente en la ciudad de Bogotá, especialmente en el norte de la ciudad, en donde posteriormente se realizó un sondeo para verificar los gustos y preferencias de las encuestas con el fin de verificar el gusto por la cultura surcoreana.

4. Resultados

4.1 Análisis de la información

El impacto que la cultura surcoreana esta generado sobre estos jóvenes bastante alto puesto que sus tendías o modas llaman la atención sobre ellos, como por ejemplo Colombia en donde a veces la información se hace tardía. Y es difícil poder soñar con una cultura parecida a la de ellos. Pero esto no es un obstáculo para intentar seguir lo que ellos hacen, gracias a las redes sociales en los últimos años se hace más fácil poder enterarnos de todo lo que está pasando en el mundo y gracias a esto estamos aprendiendo a tener una mente más abierta sobre las cosas que están pasando en el mundo permitiendo avanzar y actualizarnos en todos los campos.

Una de las cosas por la que más se sigue esta cultura es por su estrategia de innovación sobre sus diseños de moda su innovación en cuanto a música y sin dejar a un lado los dramas televisión que es un paso para que las personas conozcan más sobre esta cultura. Todas las personas que se entrevistaron estuvieron de acuerdo que empezaron este gusto por esta cultura gracias a un programa o serie de televisión.

Gracias a las entrevistas también se pudo evidenciar el gran gusto que los jóvenes tienen particularmente por la moda y la belleza, que también se puede decir que es un sello cultural que está muy de moda, en donde la gran variedad de colores y estilos, como la ropa oversized, estas miradas frescas a la moda que inspiran cada vez más a tener un sello personal y crear outfits alrededor del mundo, por otro lado si

hablamos del campo de la belleza en corea del sur existe una tendencia y es que la mayor parte de la población quiere tener una piel bonita y limpia, en donde tienen sus propias rutinas que comparten con sus seguidores en donde el famoso ritual de 10 pasos, en donde se viralizo, con la oportunidad de dar a conocer una gran variedad de productos faciales que se encuentran en el mercado.

Se puede establecer que sin duda alguna Corea del sur es una gran potencia en este momento, en cuanto a todo lo que tiene que ver con música, moda y cuidado personal.

4.2 Hallazgos

¿De qué forma influye el consumo de la cultura coreana en los estilos de vida, valores, y modelos de comportamiento de los entrevistados?

De acuerdo con la entrevista y los resultados que arrojó la investigación, se puede establecer que los factores más importantes a la hora de seguir una cultura son, la disciplina que implementan ellos en todo lo que hacen y la buena estrategia que tienen para llegarle al público y es que el mayor grupo objetivo de todo esto y los que más consumen son los jóvenes, que son los mayores consumidores de su música. En estas entrevistas todos tienen un pensamiento en común y es el kpop y casi todos iniciaron a seguir su cultura gracias a series de televisión las cuales despertaron su interés para conocer e investigar más sobre ellos. Por otra parte, al pensar que podían dejar a un lado el amor por su propia cultura colombiana podemos ver que esto puede ser una moda más que están siguiendo por el momento como en su momento fueron los (emos) y demás culturas extranjeras que se fueron desapareciendo.

Por otro lado, el cuidado personal y de belleza es uno de los factores más representativos que se evidenciaron en la investigación, está de moda tener mayor cuidado con todo lo que tiene que ver con la piel y cabello. Esto se debe al estilo de vida teniendo en cuenta que cada expresión de cada persona desde su vestuario, la

forma en la que habla y se expresa, las preferencias que tiene en la música entre otras. Podemos pensar que pueden haber similitudes entre personas a otras en cuanto a sus gustos, pero lo que el estilo de vida tiene ese componente autónomo que puede marcar la diferencia entre una persona a otra.

Una de los factores más atractivos para los jóvenes en general es la moda y es algo que permanece siempre en ellos, ese gusto por usar las últimas tendencias y por estar a la vanguardia de lo que se está usando en la cultura surcoreana, con los resultados de investigación podemos establecer que en la actualidad es más fácil poder adquirir sus productos puesto que existen páginas que comercializan productos de corea y además de esto por redes sociales como instagram ya se ven páginas que venden sus productos de una forma más rápida, dándoles esa inmediatez de conseguir lo que buscan.

4.3 tendencia

Plataformas digitales basadas en fotos y seguimiento cosmético enfocado en las costumbres surcoreanas

Los centennials es un grupo más fácil de persuadir por su edad estos jóvenes se guían más por lo que está de moda por las combinaciones y sobre todo lo que está en tendencia, tomando como referentes sus bandas de kpop favoritas y no solo eso tratan de imitar de una manera muy similar sus costumbres es por ellos que en la actualidad redes sociales como tiktok se encarga de hacer videos con tips y recomendaciones de belleza las cuales aprovechan para impulsar productos coreanos especiales para el cuidado personal. Esta estrategia se debe a la gran acogida que tiene la cultura surcoreana en países latinoamericanos. Por otro lado, Instagram es la herramienta más utilizada para pequeños minoristas que se encargan de comercializar sus productos, y esto se debe precisamente a la gran demanda que tiene esta moda en la sociedad colombiana, son comercializadores en línea que han comenzado a utilizar esta red

social gracias a la gran cantidad de jóvenes que la utilizan no solo por entretenimiento si no para investigar sobre lo que está de moda, por lo cual en estas páginas encuentran la manera de convertir su plataforma social es una herramienta minorista. Con el fin de utilizar la aplicación para vender sus productos, algunas páginas utilizan influencer o simplemente videos de cantantes o actores del medio coreano que estén de moda, estos influencer la mayoría del tiempo están promocionando productos los cuales ellos venden, cuando los posibles compradores ven las fotos de estos influenciadores les gusta saber que pueden adquirir la ropa y productos que ellos utilizan, de este modo lo que buscan estas páginas es crear una compra con una experiencia diferente entre sus ídolos y los consumidores.

Por otro lado, el seguimiento cosmético también es utilizado por páginas de marcas que comercializan sus productos, en donde tratan de tener una comunicación muy asertiva y un acompañamiento para brindar la mejor asesoría de los productos que más se ajusten a sus necesidades, stash beauty es una de las plataformas que brinda ese acompañamiento, brindando siempre información más reciente sobre sus marcas. Y es que precisamente corea es una potencia en cuanto al cuidado personal, demostrando cada vez la eficacia en cuanto a sus productos y diferentes tips naturales que utilizan para tener una mejor apariencia física. Y es que esto es lo que resulta atractivo para los centenials los cuales quieren verse mejor.

5. Conclusiones

Esta investigación tuvo como principal objetivo determinar las tendencias y el impacto cultural que tiene Corea del Sur con los centennials, así como descubrir sus gustos y preferencias saber que es lo más atractivo para ellos, en lo cual se descubrió varios motivos para que estos jóvenes sean seguidores de esa cultura, entre ellos la pasión por la música kpop, la moda, el cuidado personal y las series de televisión el cual es el medio más efectivo que tienen para enterasen por primera vez de esta cultura, medio por el cual despertaron ese gusto por Corea del Sur. Gracias a las redes sociales pueden estar a la vanguardia con lo que sucede con sus grupos musicales favoritos, y precisamente es ahí donde se les permite seguir más de cerca esta cultura, en donde cada vez pueden adoptar diferentes gustos por sus costumbres.

Por otro lado, el impacto que tiene esta cultura en los jóvenes en general es muy positivo, cuyos gustos los hacen sentir parte de grupos sociales los cuales comparten los mismos pensamientos e ideales, en donde pueden difundir más de esta cultura con otras personas, pese a que podría pasar de moda la ola coreana ellos disfrutaron el momento y viven sin pensar que pueden tener afectaciones por la llegada de esta cultura a Colombia. El hecho de que sientan atracción por unas costumbres tan ajenas a las nuestras, como Corea del Sur que es un ejemplo de ello, un país tan apartado a los rasgos de Latinoamérica y que está seduciendo y construyendo ideas innovadoras para seducir a todo el mundo en general. Se podría pensar si se puede dar alguna afectación por la llegada de estas costumbres a nuestro país y ellos piensan que no tiene por qué impactar de una forma negativa a los jóvenes por lo contrario se hacen sueños e ilusiones de algún día poder ver de cerca esta cultura, ilusiones las cuales les permite tener sueños y esforzarse por conseguirlo.

Referencias

Bok-rae, K. (2015) Past, Present and Future of Hallyu (Korean Wave). American International Journal of Contemporary Research, 5 (5), 154-160

Ecos de Asia (2018). El Hallyu como una forma de soft power. Recuperado de Korea.net (s.f). Hallyu (Korean Wave) Recuperado de

Young Kim, T. y Yong Jin, D. (2016). Cultural Policy in the Korean Wave: An Analysis of

Cultural Diplomacy Embedded in Presidential Speeches. Internal Journal of Communication (IJO), University of Southern California, 10, 5515-5534.

<https://revistas.unicartagena.edu.co/index.php/palobra/article/view/2165/1764>

Lopez Rocha, N. (2015). El rol del Hallyu como cultura pop

Hall, S. (2004). Codificación y decodificación en el discurso televisivo. CIC Cuadernos de Comunicación, 0(9): 215-236.

Castro Gómez, V. (2019). Comunicación y Generación Z: los centennials tienen la palabra. Ed.

Pontificia Universidad Javeriana, pp. 1-278

<http://revistacultural.ecosdeasia.com/hallyu-una-forma-soft-power/>

<http://spanish.korea.net/AboutKorea/Culture-and-the-Arts/Hallyu>

Posada Suárez, C. (2013). De reino ermitaño a tigre asiático. El modelo de desarrollo de Corea del Sur. Revista Mundo Asia Pacífico, 2(3), 4-14. Recuperado de <http://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/map/article/download/2210/2126/0>

Anexos

Entrevista

Se realizaron 4 entrevistas a personas que viven en la ciudad de Bogotá, en donde tienen gustos y preferencias por la cultura surcoreana, en donde respondieron lo siguiente.

1. ¿por qué empezó a seguir la cultura surcoreana?

- Andrea: empezó a seguir la cultura surcoreana gracias a series de televisión, cuando tenía 17 años, actualmente sigue viendo series en televisión y por medios digitales, además de esto la música el kpop le gusta y siempre está pendiente de sus nuevas canciones.
- Natalia: lo comenzó a seguir primero que todo por la moda, en segunda instancia por el kpop, además de esto le gustan los diferentes bailes y coreografías que ellos sacan. La cual la hacen sentir bien.
- Maira: comenzó sus inicios cuando inicio a ver una serie por el canal rcn en las tardes después de esto comenzó a indagar y ver más series por medio de netflix, lo que más le gusto fue la trama que ponían en sus serias, además de la moda y la forma que se vestían.
- David: inicio conociendo sobre la cultura influenciado por una amiga que le gustaba, se puso a investigar e indagar y sin darse cuenta comenzó a gustarle la música de allá.

2. ¿cuáles son esos factores que hacen que siga esa cultura?

- Andrea: los factores que la hacen seguir esa cultura, principalmente son porque cree que ellos son muy disciplinados en todo lo que hacen, además de todo esto

le gustan mucho los abetos de cuidado personas que ellos tienen, además de esto que enseñan sus rutinas para el cuidado personal.

- Natalia: principalmente sin duda alguna el factor que más destaco fue el de la moda, le gusta mucho su forma de vestir y gusto por el cuidado persona.
- Maira: le gusta mucho la forma de vestir de ellos, y trata de hacerlo, en cuanto al cuidado personal como la parte estética facial le gusta mucho puesto que aprende de una manera muy práctica que es por medio de redes sociales siguiendo a influencer.
- David: cree que el mayor factor que lo hace seguir esa cultura, es que lo hace ser parte de grupos sociales los cuales tienen sus mismos gustos y esto lo hace sentir feliz y a gusto

3. ¿por qué medios se entera de las nuevas tendencias?

- Andrea: en este momento el medio más efectivo para poder enterarse de todo y estar a la vanguardia son las redes sociales, las cuales le facilitan todo lo que debe saber de sus bandas favoritas y además de esto como lo menciono anteriormente los influencias que nos ayudan con tips de belleza para el cuidado personal. las redes sociales que más utilizo son Instagram, tik tok, y alibaba que es una aplicación en donde puedo comprar productos de allá.
- Natalia: primero los comenzó a seguir por medio de YouTube, vio que había un grupo de chicas llamado pik, hacen coreografías y música, después de eso por medio de tic tok le llamo mucho la atención que este mismo grupo mostraba interés por la cultura de nosotros, salían bailando reguetón, esto hizo que le gustara a un más ellas y quisiera saber cada vez mas de ellas.
- Maira: últimamente en tik tok sales muchos tiktokers de allá haciendo diferentes cosas, como tips de belleza, coreografías, música, rutinas de skin

cara entre otras, este es el medio que más utiliza para mantener actualizada sobre esas tendencias.

- David: ellos hacen reuniones con personas con los mismos gustos los cuales se comparten información sobre lo último y se actualizan de lo que está pasando, al igual por medio de redes sociales.

4. ¿qué aspectos culturales le parecen más interesantes y por qué?

- Andrea: el aspecto que le parece más importante es el cuidado personal y de belleza, los productos y rutinas que tienen ellos por ejemplo para cuidarse la piel le gustan, mucho. este es el primer factor que le interesa sobre ellos.
- Natalia: los aspectos que más descarta y que más le interesan es la música y la moda en general que tienen ellos, estos aspectos piensan que son los que más dan a conocer.
- Maira: las tendías de belleza es lo más importante el cuidado personal, la música y las series.
- David: piensa que la forma en la que ellos viven, es lo que los hace únicos, tratan de dar a conocer sus cosas de la mejor manera, todas esas cosas que hacen para que sienta parte de ellos, ellos son innovadores en cuanto a música, moda, y productos para el cuidado de la piel.

5. ¿siente que está perdiendo su identidad como cultura colombiana y por qué?

- Andrea: en el caso de ella siente que no está perdiendo su identidad colombiana. el hecho de que le gusten cosas de la cultura coreana no quiere decir que está dejando de ser parte de la identidad colombiana, solo hay que tener en cuenta que Colombia a veces no esta tan actualizada con todas estas tendías, las cuales hacen que muchas personas les gusten otras culturas ajenas a las nuestras.

- Natalia: primero que todo no se le olvida su cultura colombiana y el amor que siente Asia ella, le sigue gustando las cosas colombianas, pero para ella tienen algo diferente hace que la gente los conozca y quieren llamar la atención siempre cosa que les funciona muy bien, pero de igual forma no siente que se esté perdiendo ese amor por la cultura colombiana.
- Maira: no cree que está perdiendo su identidad, puede que ella siga esta moda en este momento, al igual le siguen gustando muchas cosas auténticas de Colombia como la música y viajar y sentir ese color de amabilidad colombiano que quizás solo lo sienta aquí.
- David: por momentos piensa que la está perdiendo por que Colombia es una cultura discriminatoria que no avanza y tiene pensamientos anticuados los cuales hacen que cualquier persona que piense diferente a ellos está mal, discriminan a las personas por su color de piel preferencia sexual entre otras, por todo este tipo de cosas siente que a veces está perdiendo su identidad colombiana

6. ¿cuál cree que es el factor diferenciador de esa cultura con la nuestra y por qué?

- Andrea: primero que todo piensa que las dos culturas son cosas muy diferentes, ella se basa más en las tendencias y en lo que está de moda en el momento, diferencia de Colombia por ejemplo cuando realiza compras por internet. consigue cosas que aquí en Colombia no.
- Natalia: ellos son más disciplinados y organizados, la cultura de ellos es la comparamos con la de Colombia como por ejemplo en ámbito ambiental en Colombia se puede ver mucha basura, habitantes de calle y de más cosas que en Corea no pasa lo cual lo hacen muy diferente a nosotros.
- Maira: cree que lo que los diferencia a ellos ante el mundo es la disciplina que tienen para hacer las cosas.

- David: son muchos los factos que diferencian a corea con Colombia, como lo mencionaba anteriormente el grado de comprensión entre culturas es mucho ellos viven sus vidas sin juzgar a los demas y es esto precisamente los que los hace diferente y lo que hace que tengas miles de seguidores en cuanto a su música, series, dramas de televisión. y de alguna u otra forma sienten que es una buena estrategia que implementan para darse a conocer ante el mundo.

7. ¿cree que en algún momento va pasar la moda de la ola coreana?

- Andrea: ella cree que todo pasa de moda, los gustos y preferencias van cambiando, pero puede que a futuro se actualice todo y tengas nuevos seguidores, teniendo en cuenta que todo se puede basar también por la edad.
- Natalia: es una constante no cree que vaya a pasar de moda esta ola coreana, piensa que van a surgir nuevos artistas que van a seguir siendo de interés de muchos, la moda va seguir evolucionando, en este momento la moda que más está entendida es la del pop, pero puede ser que en unos años exista un nuevo género de música que provenga de allá, en general no piensa que va pasar de moda.
- Maira: si va pasar de moda en cualquier momento, como todo en la vida se olvida y pasan de moda, sin darnos cuenta ya las dejamos de escuchar y van quedando en el olvido.
- David: no cree que pase de moda tal vez al pasar los años los que podemos cambiar de opinión somos nosotros mismos, nuestros pensamientos y gustos pueden cambiar a través del tiempo, pero siempre van a ver nuevos chicos con estas ilusiones y con estas ganas de seguir esta cultura.

Análisis de la triangulación

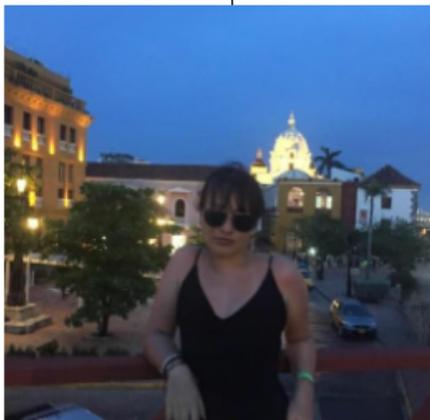
TRIANGULACIÓN DE LA INFORMACIÓN	
FICHA DEL ENTREVISTADO	
Foto	
Nombres y apellidos: david correa	
Contacto:	
ocupacion: estudiante de diseño grafico	
<p>David es un chico de 21 años de edad, el cual es un chico muy apasionado por su carrera y por todo lo que se propone hacer en su vida, en la actualidad es un gran seguidor de la ola coreana.</p>	

TRIANGULACIÓN DE LA INFORMACIÓN	
FICHA DEL ENTREVISTADO	
Foto	
Nombres y apellidos: andrea caicedo	
Contacto:	
Celular: 3195696173	
ocupacion: estudiante dediseño de interiores	
<p>Andrea es una chica de 23 años de edad vive en la ciudad de Bogotá desde hace 8 años, es estudiante de 5 semestre de diseño de interiores, es una fiel apasionada por la música coreana y por su moda, trata de seguir sus modas de la mejor y siempre trata de estar a la vanguardia con lo que pasa con ellos, y uno de sus mayores sueños es conocer un vivir una temporada en corea del sur.</p>	

TRIANGULACIÓN DE LA INFORMACIÓN

FICHA DEL ENTREVISTADO

Foto



Nombres y apellidos: maira

Contacto:

ocupacion: Estudiante de musica

Maira estudiante de música en la ciudad de Bogotá, en estos momentos acaba de cumplir 19 años, le gusta la moda y su mayor sueño sería poder viajar a corea y poder asistir a un concierto de sus bandas favoritas, Maira vive al norte de la ciudad y en sus tiempos libres se reúne con amigos los cuales también tienen inclinación por esta cultura.

TRIANGULACIÓN DE LA INFORMACIÓN

FICHA DEL ENTREVISTADO

Foto



Nombres y apellidos: natalia perez

Contacto:

ocupacion: Estudiante de diseño de modas

Natalia vive en la ciudad de Bogotá vive con su familia, siempre fue una niña muy aplicada pero que siempre le gusta estar a la vanguardia en cuanto a moda, es estudiante de diseño de modas, va en 5 semestre de la carrera. Le gusta viajar y compartir con sus amigos, su pasatiempo favorito es ver las tendencias por redes sociales

Diario de campo

CUADERNO DE NOTAS	DIARIO DE CAMPO	MAPA	REGISTRO FOTOGRAFICO	INTERNET
CULTURA	<p>La relación que corea del sur está creando con países como Colombia, este cada día más en auge. Las tendencias como la de la moda que es de la que vamos hablar el día de hoy, nos permite analizar que los jóvenes de la ciudad de Bogotá cada día quieren seguir estas modas, en las calles podemos ver a muchos jóvenes con este estilo de vestimenta los cuales los hace ver diferente a su entorno, esto no lo vemos en todos los sectores de la ciudad, pero gracias a las redes sociales que los mantiene al tanto de las actualizaciones de la moda, información que les sirve para intentar conseguir los autos más parecidos. Marcas como Nivel, Charmes, Miamasvin entre otras más, son marcas que están posicionando una gran acogida a nivel internacional. Por ende muchas marcas colombianas copian sus diseños para poder comercializarlos en Colombia.</p>	https://www.instagram.com/medina_salazar/		
MARCAS				
ESTÉTICO/DISEÑO	<p>Estamos pasando por una sociedad en donde es más importante preocuparse por la apariencia física y por la forma de vestir. Buscan más exclusividad a la hora de comprar les gustan las prendas diferentes, de colores más específicos. Todo esto hace que las tendencias surcoreanas se vean únicas por lo cual hace que los jóvenes que quieren seguirlos. Si bien vemos que esto predomina más que otros factores.</p>	ndas-tendencias		
MEDIOS		21 días		

15/7/2021	cultura	<p>En Colombia se puede pensar que es difícil el acceso a comprar ropa de marcas coreanas, pero desde hace un tiempo esto no es un impedimento o puesto que existen propias marcas colombianas que se encargan de la venta de esta ropa en Colombia, marcas como koko chic vende lo último en cuanto a ropa de moda de corea del sur y no solo ropa vende productos cosméticos para el cuidado de la piel lo cual es lo último puesto que la marca de cosmética corona se han encargado de popularizar estos productos, además esta página brinda tips de moda para ayudar a sus clientes a crear sus atuendos de la mejor manera.</p>	https://www.kocochic.com/blogs/news/taqqed/black-qhassoul-mask	
16/7/2021	estético y diseño	<p>En estos últimos años podemos ver que el cuidado personal es más importante que hace unos años, y esta necesidad la supo aprovechar muy bien corea del sur, podemos ver que en ciudades como Bogotá está a la vanguardia con estos productos de cuidado de la piel y lo mejor es que se crea ese voz a voz de recomendación que es lo que finalmente las marcas quieren.</p>		

19/7/2021	marcas	<p>En redes sociales como Instagram se encuentran muchas páginas en donde ofrecen productos asiáticos a muy buenos precios, este es el caso de la página J K ASIAN SHOP, página que desde hace ya casi 4 años iniciaron con este proyecto contando con presencia en diferentes ferias que se realizan en la ciudad de Bogotá, dando la oportunidad que jóvenes seguidores de estas tendencias puedan adquirir sus atuendos de sus artistas favoritos. En esta ola coreana que estamos viviendo en Colombia todos sus seguidores quieren tratar de lucir igual a ellos.</p>		
20/7/2021	cultura	<p>El producto cultural se vende principalmente a través de la comercialización de la imagen de los ídolos o celebridades del panorama musical, cinematográfico o televisivo, y son el gancho principal para la captación de fans. Aquí entrarían en juego la industria de la moda, la cosmética y la estética. Industrias que, por medio del hallyu, han obtenido grandes beneficios y una enorme atención popular, especialmente la industria estética y cosmética. La gran facilidad de difusión que tienen por medio de redes sociales como Instagram, Facebook, y en estos últimos meses tik tok la cual se presta para tener un mayor acercamiento con las personas, dando trucos de belleza de moda, bailes, música entre otras.</p>		