



**Universidad de las Américas Puebla**

K-Dance: Starfly. El valor asignado del concepto de la “belleza” en *idols* femeninas mostrados en *el K-pop*, percibido por la interpretación del grupo de *dance cover* de *Kpop*:

*Starfly* en San Andrés Cholula, Puebla.

Yesica Vanesa Camacho Martínez

ID 166006

Relaciones Multiculturales

Diseño y Evaluación de Proyectos Multiculturales

Dr. Martin Jerper Larsson.

## Índice

Antecedentes históricos .....	2
Delimitación práctica.....	3
Relevancia conceptual .....	4
Metodología.....	4
Técnicas de investigación.....	5
<i>Kpop (Korean Popular Music)</i> .....	6
La representación de la mujer coreana en la industria del entretenimiento ( <i>Kpop</i> )	7
<i>IVE</i> .....	10
<i>Fandom y dance cover</i> .....	12
<i>K-Dance: Starfly</i> .....	13
Conclusiones.....	24
Anexo 1_ Material extra .....	26
Referencias .....	26

## Antecedentes históricos

Posteriormente a la Segunda Guerra Mundial (1939-1945) y a la Guerra de Corea (1950-1953), la República de Corea o Corea del Sur se equiparaba a un territorio minado cuya economía y política reflejaba una crisis financiera que se asemejaba a la bancarrota de un país. (KBS WORLD SPANISH, 2015).

Con tal escenario de inestabilidad, llegó a flote el “Milagro del Río Han” definido como el resultado de la gran inversión en las actividades de Inversión y Desarrollo (I+D) los *chaebols*<sup>1</sup> los cuales, serían pieza clave para que la actual República de Corea produjera un impacto positivo en su desarrollo tanto social como político y económico entre los años 60’s a los 80’s (López, 2015, p.173).

Además de que, se posicionaría a Corea del Sur como uno de los Cuatro Tigres Asiáticos alrededor de 1990 bajo un discurso que se sostendría bajo el “progreso” y el “desarrollo”, en palabras de López y Ryzhkov (2017) la República de Corea fue una nación que “salió de las cenizas para convertirse en un país donante en un periodo récord” (p.123).

A su vez, en 1994 el gobierno coreano decidió financiar y promocionar la industria cultural como parte de una estratégica política con el objetivo de promover, difundir y lucrar con una imagen sólida y rentable de Corea del Sur que fuera reconocida fuera de sus límites fronterizos. (López, 2015; Olmedo, 2017).

Asimismo, con la expansión del capitalismo y con la popularización de la globalización se permitió que Corea del Sur moldeara una interconexión global que facilitó el acceso mediático e informático al país a través de la internacionalización del consumo y, por ende, de la concentración del capital.

Ello configuró al *Hallyu* u ola coreana definido como un “fenómeno sociocultural de características híbridas, el cual contiene tanto elementos de la cultura popular coreana, tradicional y moderna, como elementos de la llamada cultura global, mezclándolos de una manera peculiar en el contexto local” (López, 2015, págs. 171-172)<sup>2</sup>, en donde se re-define

---

<sup>1</sup> Modelo empresarial familiar similar a los grandes conglomerados con tendencia a la concentración del capital, verbigracia: Samsung.

<sup>2</sup> Ello, es complementado con el término de “glocalización” dado que al existir una interacción dinámica entre elementos locales (particulares, “tradicionales”) y globales (“universales”, importados) se han creado y

la identidad coreana como una “marca país” que continuamente, se propaga e interactúa con otras culturas del mundo<sup>3</sup>.

De la misma manera, las representaciones del *Hallyu* más visibles, las podemos encontrar en la industria del entretenimiento, tales como: el *Kpop* (música pop coreana), los *Kdramas* (telenovelas coreanas), los *manhwas* (cómic coreanos), el *Kstyle* (moda coreana), el *Kbeauty* (maquillaje, *skincare*), el *Kfood* (gastronomía), entre otros.

Un punto por destacar es que, según López, (2015): “El *Kpop* se ha convertido en el elemento popular dentro de la llamada cultura pop coreana que, a su vez se convierte en la imagen del país hacia otras latitudes. (p.171). Además, a partir de la visualización de las distintas producciones culturales a través del contenido mediático coreano, los seguidores de la industria coreana (*Kpop*) han agregado distintas prácticas sociales a sus actividades cotidianas tales como los *dance covers*<sup>4</sup>.

Es importante destacar, el rol de los *idols* como una ligadura al *Hallyu*, es decir, artistas relacionados al ámbito del entretenimiento coreano que representan, directa o indirectamente, los valores y la imagen coreana por lo que, frecuentemente nos encontramos ante la categoría de “belleza”, en donde dentro del contexto surcoreano, el ser un *idol* significa poseer una cualidad de estética.

### **Delimitación práctica**

Se trabajó con un grupo de *dance cover*; *Starfly*, el cual cuenta actualmente con seis miembros activos y un miembro inactivo. Las siete personas son de nacionalidad mexicana y oyentes activas de *Kpop*, su rango de edad es de 12 años<sup>5</sup> a 22 años. El grupo ensaya activamente en San Andrés Cholula, Puebla, Puebla.

---

moldeando nuevos significados y significantes culturales los cuales, re-definen las mismas categorías sociales y culturales. (Caldwell, 2004).

<sup>3</sup> Si bien ello ha sido beneficioso en el contexto coreano también se ha limitado la imagen de la cultura coreana a la cultura pop que ha producido el *Hallyu*.

<sup>4</sup> Consiste en recrear la coreografía original de un artista corea que es movido dentro de la industria del entretenimiento, dentro de este contexto, coreano (*Kpop*).

<sup>5</sup> Se concedieron los permisos de padres de familia para las debidas entrevistas y uso de imagen.

## **Relevancia conceptual**

Teniendo en cuenta que, la belleza es un tema subjetivo que es directamente relacionado a la feminidad y, de que existen diferentes perspectivas en las que el concepto “belleza” difieren entorno al contexto y a las distintas interseccionalidades, se debe de considerar que el término de “belleza” y “feminidad” no es universal, sino que existen conceptos que dominan la realidad social en donde, el cuerpo es cosificado a cada contexto.

Además, de que el tema es poco explorado por la academia por lo que traería nuevas discusiones al ámbito educativo acorde a las nuevas formas de socialización entre los jóvenes oyentes de *Kpop*.

De la misma manera, en el caso de la ola coreana; la categoría de *idol* es encapsulada y transmitida a diferentes partes del mundo. Si bien, existe una carga simbólica y social de lo que representa ser “mujer” actualmente en diferentes contextos sociales, es importante escuchar diferentes voces pues, en el caso del *dance cover*, debido a que se utiliza una forma kinestésica para describir e imitar identidades, sentimientos y cuestionamientos ante el ¿qué es ser bello?, ¿qué es ser femenino?

Retomando lo anterior, se realizó la siguiente pregunta de investigación: ¿cómo son las técnicas interpretativas y conceptuales en las que el cuerpo se manifiesta al crear un *dance cover* con las integrantes del grupo de *dance cover* de *Kpop*: *Starfly*?

Para contestar tal pregunta, se planteó como objetivo general el identificar si existen categorías de “femineidad” así como una reproducción de conceptos con la misma durante la creación de una coreografía de *dance cover* de *Kpop*. Además de que, como objetivos específicos se expone mostrar cómo se manifiesta el cuerpo como una herramienta kinestésica de movilidad al crear una coreografía de *dance cover* de *Kpop*. Así como, analizar de qué manera el *hallyu* y el *Kpop* han impactado en los proyectos de vida de los jóvenes.

## **Metodología**

La metodología de investigación utilizada será la descripción densa, ello es debido a que, la antropología social propone explicar y describir la forma en que las sociedades se relacionan entre un plano global y uno local (glocalización), siendo ello un efecto del capitalismo y la globalización, es decir, del sistema mundial. Además, que se aplica un análisis situacional,

un análisis morfológico y un drama social que complementarían el cambio social. (Gluckman, n.d.)

Ello es importante para la construcción del objeto de estudio debido a que, el *Hallyu* se ha posicionado como una estrategia de expansión consumista cuyo foco de atracción es captar la atención del consumidor pues debido a la distancia geográfica y otros factores, en ocasiones a las personas no se le es posible realizar viajes por lo que, la manera en que funciona la interacción entre el contenido mediático y el consumidor son las redes sociales.

Es así como, el escenario global, es decir la ola coreana ha impactado mediante las redes sociales el plano local de las personas consumidoras del contenido mediático coreano lo cual, correspondería a un análisis situacional en donde los jóvenes de nacionalidad mexicana han reconfigurado sus actividades cotidianas debido a los efectos producidos por un sistema mundial dominante.

Mientras que, en una descripción densa se interpreta y explican los conceptos de la “feminidad” a través del contexto y perspectiva de los integrantes del grupo de *dance cover*: *Starfly*, llegando a surgir una serie de símbolos y signos que sostienen un sistema de interacción.

### **Técnicas de investigación**

Para ello, las técnicas de investigación que serán utilizadas serán la plática informal, la entrevista, la observación participante<sup>6</sup> y la narrativa espacial ello debido a que, la observación participante es el primer paso de acercamiento, así como la entrevista y plática formal. Se destaca el uso de la narrativa espacial debido a la importancia del espacio en el que se desarrollan las actividades ya que, en muchas ocasiones los grupos de *dance cover* no tienen un espacio propio para practicar, ensayar o presentarse por lo que, el espacio público tal como un parque, una avenida, entre otros, se vuelve parte de una dicotomía que configura una práctica social.

---

<sup>6</sup> Cabe de destacar que, desde 2017 soy seguidora activa de *Kpop*, además, de participar activamente en la comunidad *online* de fans (*WhatsApp, Facebook, Twitter, Instagram, Tiktok, entre otros.*) Por lo que, he podido recabar información y datos para el estudio de caso desde una perspectiva “interna” además de que resultó más sencillo interactuar con personas oyentes de *Kpop*.

## **KPOP (*Korean Popular Music*)**

Si bien, existen antecedentes en donde el *Kpop* había sido difundido desde la década de los 90's, (*Seo Taiji and Boys*) no fue hasta el 2012 con el vídeo de “*Gangnam Style*” del cantante, productor, compositor y CEO; *PSY*, se volvió viral al ser el primer vídeo de YouTube que superó los mil millones de vistas en la historia de la plataforma de música. (*The New York Times*, 2022) por lo que, el *Kpop*, poco a poco, se volvió un fenómeno global de difusión masiva entre los consumidores jóvenes de música.

Se destaca que, cada grupo de *Kpop* está adscrito bajo a una agencia de entretenimiento<sup>7</sup>, las cuales se encargan de entrenar a los *trainees*<sup>8</sup> bajo un duro entrenamiento<sup>9</sup> durante un periodo de tiempo (aproximadamente de 2 meses a 6 años, aunque ello suele variar).

Una vez, los aprendices se vuelven *idols*, la empresa es la encargada de promocionar el grupo en donde las actividades que se desarrollan tienen que ver con la preparación de *comebacks*<sup>10</sup>, promoción durante dos a tres semanas en actuaciones en *shows* de televisión, festivales, giras mundiales, conciertos, venta de mercancía oficial, *fansigns*<sup>11</sup>, entre otros. (Olmedo, 2017)

Otro punto que considerar es el impacto del *Kpop* en el ámbito económico ya que según Forbes COLOMBIA (2022): “el *Kpop* en general aportó 12 mil millones de dólares para la economía del país en 2019”. (párr.8). En palabras de Olmedo, (2017) el *Kpop* “ha conseguido situarse entre las potencias mundiales al convertir su cultura en un producto para la exportación” (p.9).

---

<sup>7</sup> Entre las más conocidas están la SM Entertainment (fundada por Lee SooMan en 1995), YG Entertainment (fundada por Yang Hyun-suj en 1996), JYP Entertainment (fundada por JY Park en 1997), HYPE Corporation (fundada por Bang SiHyuk en 2005).

<sup>8</sup> Aprendices de *Kpop*.

<sup>9</sup> Canto, baile, ejercicio, dietas, idiomas, entre otros.

<sup>10</sup> Lanzamiento de nueva música.

<sup>11</sup> Evento de interacción entre el idol y el fan, usualmente se dan firmas de autógrafos y 60s para poder comunicarse con el idol.

Por otro lado, acorde a la base de datos de *Twitter* en el 2021, México se posicionó como el 6to lugar de los países que más twittearon acerca del *Kpop* siendo ello un total de 7.8 mil millones de tweets a nivel mundial, reflejando la magnitud del contenido cultural



[Imagen 1]. Países que más twittearon acerca de Kpop en el 2021

Fuente: Twitter Inc. (2022). #KPopTwitter rompe nuevo récord con 7.8 miles de millones de Tweets. [Imagen]. Recuperado de [https://blog.twitter.com/es\\_la/topics/insights/2022/america-latina-nos-encanta-kpop](https://blog.twitter.com/es_la/topics/insights/2022/america-latina-nos-encanta-kpop)

### La representación de la mujer coreana en la industria del entretenimiento (*Kpop*)

Acorde a López y Ryzhkov (2023)

Corea es una sociedad representada por diversas corrientes y prácticas religiosas tales como el chamanismo, el taoísmo, el budismo, el confucianismo y la influencia de Occidente. Por lo que, a lo largo del tiempo, en la península coreana se han relatado las participaciones y hazañas de diversas mujeres que han incidido en la configuración histórica de ésta. Con menos menciones que los hombres, las mujeres coreanas han logrado trascender, aún sin el debido reconocimiento siendo colocadas, por una historia narrada por hombres, en un plano subalterno. (p.7)



Teniendo en cuenta lo anterior, la imagen de la mujer coreana a través del *Hallyu*<sup>12</sup>, se ve configurada y exaltada por los estándares sociales de belleza (interna y externa) tales como cuerpos delgados, pieles claras, perfectamente maquilladas, sonrientes, caras ovaladas, barbillas puntiagudas, párpados dobles, con personalidad libre (concepto de “juventud inagotable”) e independiente que abarca distintos conceptos (inocente, *girl crush*, *tomboy*, etc.) (López, 2015, pág. 186; Martínez, 2020, pág.19).

En complementación, Rosado, (2019) menciona que “el *Kbeauty* ha profundizado estos estándares para perpetuar las estructuras machistas hacia la mujer, por lo que las mujeres están en constante contacto con anuncios en la televisión, radio, transporte público y redes sociales que crean una idea de la femineidad irreal y violenta” (párr.7) y aparentemente “ideal” que le da un valor social inalcanzable a la mujer coreana contemporánea en la industria del entretenimiento.

Además de que, la sociedad coreana (en especial las personas con un vasto poder adquisitivo económico) ha normalizado, consumido y practicado la cirugía plástica debido a que es utilizada como una herramienta que ayuda a alcanzar un estándar de belleza que es simbolizado como el procedimiento para ser una persona exitosa que convierte a Seúl, la capital del turismo quirúrgico. (Martínez, 2020). Siendo ello, un énfasis a que el *Kpop* ha llevado a la cosificación y a la objetivación de sus cuerpos.

De la misma manera, López a través de una conferencia menciona que:

El *Kpop* es parte de una violencia sistemática el cual, se encarga de producir a mujeres con un perfil específico a través de un montón de cirugías estéticas que apelan a que la estética femenina sea asociada con lo occidental. Porque sí, estas chicas, generalmente son sometidas a cirugías de apertura de ojo para que el ojo sea más redondo, se someten a procedimientos para alargar las piernas, se liman los huesos de la cara como las quijadas y pómulos para hacerse caras más afiladas, se blanquean la piel y ello, nos habla que existe una anhelación por parecerse a esas figuras

---

<sup>12</sup> “La imagen de la mujer coreana contemporánea mostrada en el *Hallyu* no necesariamente representa a la mayoría de las mujeres del país”. (López, 2015, p.174).

occidentales que son promovidas como mujeres ideales y deseadas. Muchas veces, a las *idols* las confunden como modelos de mujeres exitosas simplemente porque ganan mucho dinero pero en realidad ni ganan mucho porque es una industria que se mueve por intereses de varones que les marcan cánones específicos de belleza y que además ellas deben de responder porque si no ellas no pueden funcionar dentro de ese espacio. (López 2023).

A continuación como ejemplo, se muestran a dos *idols* de *Kpop*, Nancy Jewel del grupo *Momoland* siendo ganadora del 2do lugar los “100 rostros más bellos de 2022”, a cargo de TC Candler; un concurso anual que cataloga a las 100 mujeres más estéticas del mundo el cual, es realizado por críticos del mundo del espectáculo.



[Imagen 2]. Nancy Jewel del grupo de chicas (*girlgroup*) *Kpop Momoland* obtiene el 2º lugar en los “100 rostros más bellos de 2022”

Kpop Let's Go (28 dic 2022). “Los 100 rostros más bellos de 2022” de TC Candler [Imagen]  
Recuperado de [https://kpopletsgonews.net/kpop-idols/estas-son-las-idols-de-k-pop-que-hicieron-su-  
aparicion-en-la-popular-lista-anual-los-100-rostros-mas-bellos-de-2022-de-tc-candler/](https://kpopletsgonews.net/kpop-idols/estas-son-las-idols-de-k-pop-que-hicieron-su-aparicion-en-la-popular-lista-anual-los-100-rostros-mas-bellos-de-2022-de-tc-candler/)

De la misma manera, se recalca que Wonyoung<sup>13</sup>, grupo del *IVE*, obtuvo el 44° lugar en el mismo concurso.



[Imagen 3]. Jang Wonyoung del grupo de chicas (*girlgroup*) *Kpop IVE* obtiene el 44° lugar en los “100 rostros más bellos de 2022”

Kpop Let's Go (28 dic 2022). “Los 100 rostros más bellos de 2022” de TC Candler [Imagen]  
Recuperado de <https://kpopletsgonews.net/kpop-idols/estas-son-las-idols-de-k-pop-que-hicieron-su-aparicion-en-la-popular-lista-anual-los-100-rostros-mas-bellos-de-2022-de-tc-candler/>

## IVE

IVE es un *girlgroup* de *Kpop* conformado por 6 chicas (5 chicas coreanas y 1 chica japonesa) debutando bajo la agencia *Starship Entertainment* el 1 de diciembre de 2022 bajo el *single*<sup>14</sup> “*Eleven*” la cual, ocupó la posición #12 en *World Digital Song Sales* de *Billboard*, la posición #96 en *Gaon Digital Chart* y, después de 4 días de debut, la canción ingresó al TOP20 en las plataformas coreanas de reproducción de música siendo *Bugs*, *Melon*, *Genie* y *FLO*. (WikiDrama, 2023; Kpop facts, 2022).

La agencia se ha caracterizado por tener aprendices femeninas altas, delgadas que son destacadas por baile, canto y visual, por lo que no es de sorprender que un día antes de debutar, sus redes sociales oscilaban entre 635,000 de seguidores en *Instagram*, 532,000 de

<sup>13</sup> Apodada como la “centro de la nación” debido a su prestigiosa carrera como cantante desde que fue ganadora del 1er lugar del programa de supervivencia “*Produce 48*” en 2018, con 338,3366 votos.

<sup>14</sup> Sencillo; una canción.

seguidores en *Twitter*, 406,000 de suscriptores en su canal de *YouTube*, 107,000 de seguidores en *Facebook* y 90,000 seguidores en *TikTok* siendo uno de los actos coreanos más esperados del año, acorde a los datos obtenidos de *Kpop facts*, (2022).

Meses más tarde, el 5 de abril de 2022 realizaron su *comeback* el cual, promocionaba su segundo *single* titulado como “*Love Dive*” el cual, fue certificado como un álbum doble platino por la KMCA (*Korean Music Copyright Association*) tras vender 500,000 copias de discos en *Gaon Chart*, a su vez de que recibió el SOTY (*Song of the Year*) en los MAMA 2022. (*Mnet Asian Music Awards*, el cual es la ceremonia de premiación anual más importante de Corea del Sur en el que se otorga un reconocimiento y prestigio a los artistas que más se destacaron en el año). Se destaca que, fueron las ganadoras del premio en la categoría “Mejor Nuevo Artista Femenino” del 2022 en los mismos premios. (MAMA Awards, 2022).

Actualmente, su vídeo de “*Love Dive*” cuenta con 209,989,428 millones de vistas registradas hasta el 7 de abril del 2023 así como 2.5M de “me gusta” en la plataforma de *YouTube*.

A continuación se muestra una imagen del grupo promocionando su canción *Love Dive*.



**[Imagen 4].** De izquierda a derecha: Liz (2004), Rei (2004), Leeseo (2007), Wonyoung (2004), Yujin (2003), Gaeul (2002) promocionando su segundo sencillo *Love Dive*.

Ro\_u\_ka. (2022). “love dive” [Imagen]

[https://twitter.com/search?q=love%20dive&src=typed\\_query&f=image](https://twitter.com/search?q=love%20dive&src=typed_query&f=image)



**[Imagen 5].** IVE promocionando su segundo sencillo *Love Dive*, *concept photo “IVE”*.

IVEstarship. (2022). The 2<sup>nd</sup> Single Album “love dive” [Imagen]

[https://twitter.com/search?q=love%20dive%20concept&src=typeahead\\_click&f=image](https://twitter.com/search?q=love%20dive%20concept&src=typeahead_click&f=image)

Se destaca que, su canción principal “Love Dive”, representa un concepto “oscuro, *fancy* y moderno” en el cual, las integrantes del grupo interpretan una temática de un cupido moderno que planea brillar en el escenario con el fin de conquistar los corazones de su *fandom: Dive*

### **Fandom y dance cover**

Olmedo, (2017) define al *fandom* como

un grupo de fans que comparten un interés común. Aunque en el *Kpop* existen muchos clubs de fans específicos para cada grupo y solista, que varía de edad, nacionalidad, género, entre

otros. No obstante, el contenido que se genera para los fanáticos es capaz de viajar libremente a través de las barreras culturales, sintiéndose así parte de una comunidad global. (p.41).

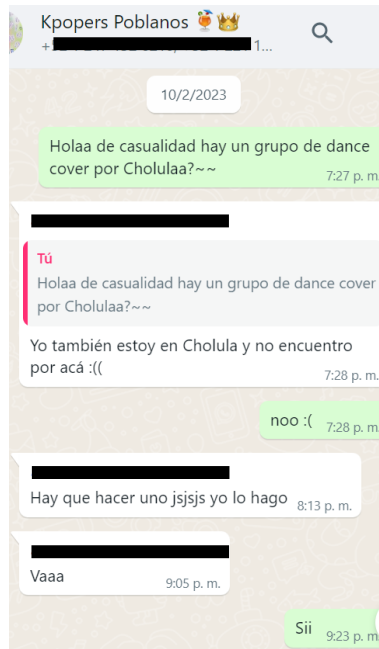
En complemento, Campos-Castro (2023), opina que “los grupos de fans que interactúan en internet y que se identifican con algún grupo de *Kpop*, adquieren un nombre que los define” (p.3). Acorde a Olmedo (2017), los fans no solo consumen el género musical, sino que crean y promocionan actividades tanto online como offline las cuales se pueden categorizar de la siguiente manera:

- A. **Fandoms**. En un ejemplo, los seguidores de *IVE* son llamados *Dive* el cual significa “*Dive into IVE*” dando a entender que tanto el grupo como los seguidores son parte de una misma familia.
- B. **Fanclubs**. Colectivos que organizan eventos de un grupo o artista determinado, ello incluye comidas, fiestas, donaciones o traslados a conciertos.
- C. **Dance covers**. Agrupaciones que practican y recrean una secuencia kinestésica de coreografías complejas e interpretativas del género *Kpop*.

### **K-Dance: Starfly**

Para realizar trabajo de campo, mi búsqueda comenzó por contactar grupos de *dance cover* de *Kpop*, sin embargo, éstos se situaban en el Parque El Carmen, dado el traslado, opté por buscar un grupo que practicara en la zona de San Andrés Cholula, Puebla.

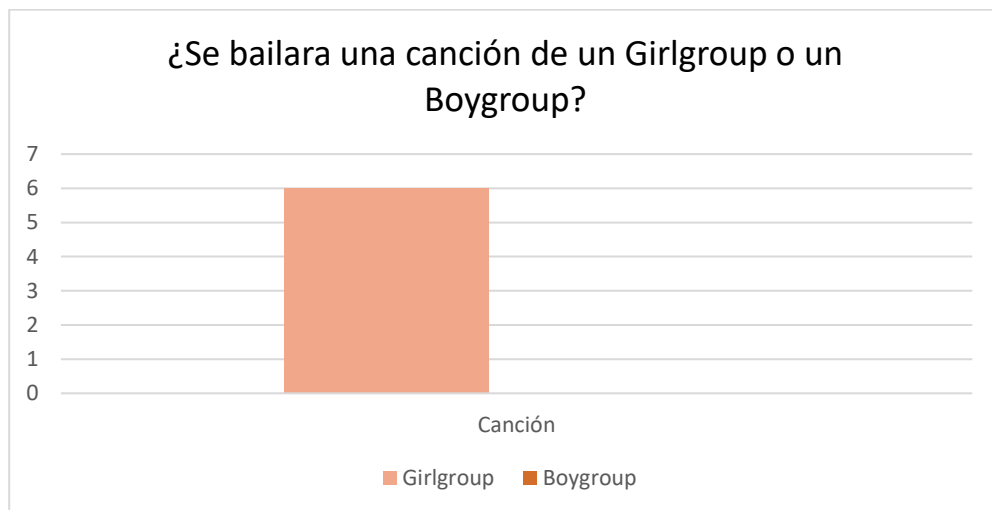
Al estar en varios grupos de comunidades de *fans*, la búsqueda no tardo mucho pues se me recomendó que entrara en un grupo de *WhatsApp* llamado “*Kpopers Poblanos*”.



**[Imagen 6].** Primer acercamiento por un grupo de WhatsApp [Imagen]

Poco a poco, empezamos a reclutar más miembros<sup>15</sup> siendo el número final de 7 integrantes, posteriormente se realizaron dos votaciones.

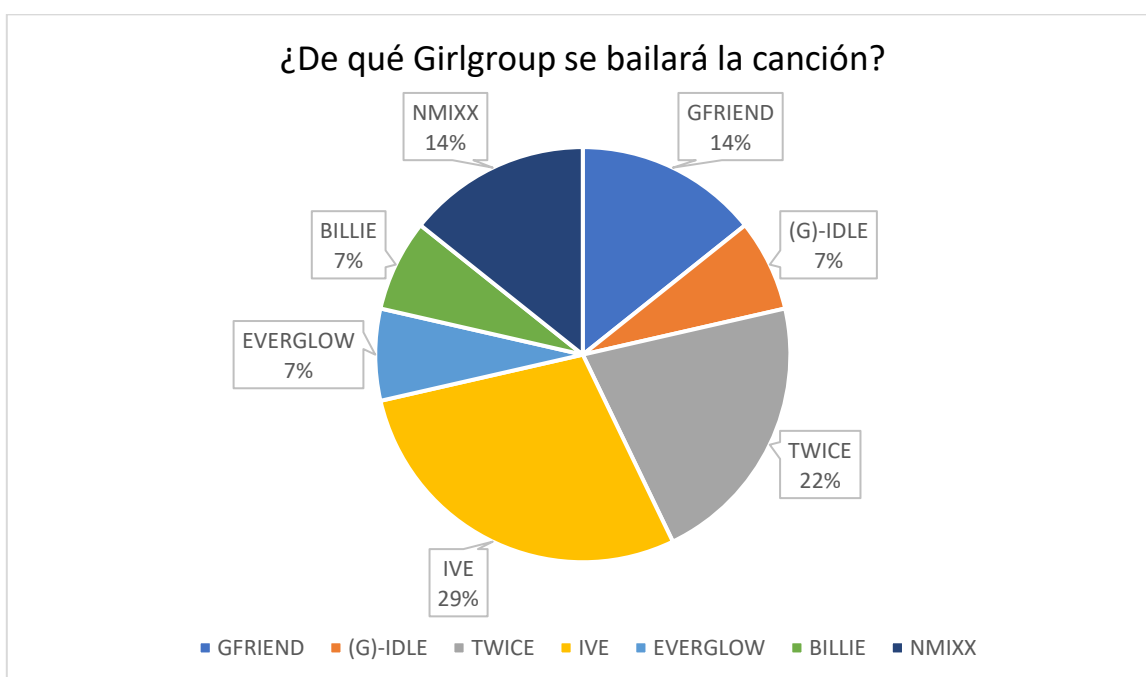
La primera en relación si se bailarían una canción de un *girlgroup* o de un *boygroup*, siendo por decisión unánime una canción de un *girlgroup*.



**[Gráfico 1].** Fuente propia.

<sup>15</sup> No se requirió experiencia, ni presupuesto solamente ganas de participar y divertirse y disponibilidad de tiempo.

La segunda votación consistió en decidir cuál canción de un *girlgroup* se bailarían, por lo que hubo siete opciones en las que se dio la oportunidad de poseer dos votos cada integrante siendo el grupo *IVE* fue el grupo ganador con 4 votos asignados al 29%, *TWICE* el segundo lugar con 3 votos representando al 22% de las opciones y un empate por el tercer lugar entre el grupo *NMIXX* y *GFRIEND* con 2 votos cada uno que simbolizaba el 14% respectivamente.



[Gráfico 2]. Fuente propia.

Por unanimidad se decidió que la canción seleccionada sería “*Love Dive*” ya que parecía la canción más sencilla a interpretar. Al ser el primer grupo de *dance cover* en el que todas participábamos, no conocíamos por donde iniciar, si escoger una miembro y seguir el patrón, o aprender el coro y organizarnos cuando nos pudiéramos ver, pues éramos totales desconocidas sin un lugar para ensayar.

Sin embargo, las opciones que se propusieron fueron la casa de una integrante, un jardín cerca de una iglesia de San Andrés Cholula, Puebla, y los jardines de la Universidad, por lo



que la segunda opción fue escogida como lugar de encuentro, con un horario de entrenamiento los sábados de 11am a 4pm.

En el primer ensayo, se concordó aprender el coro de la canción para poder re-organizar las posiciones de la coreografía pues el baile original es de 6 integrantes, por lo que debíamos de repartir partes para que, al menos, todas tuviéramos una parte en el centro. Ello fue una tarea difícil ya que, dos integrantes faltaron al ensayo por lo debíamos de dejar espacios determinados como se muestra en la [Imagen 7].



[Imagen 7]. Primer ensayo grupal. [Fotografía]

Fuente propia.

Luego de ello, se decidió escoger una integrante del grupo de *IVE*, para poder realizar con mayor rapidez la coreografía y la séptima persona sería quien aprendería los pasos generales y compartiría líneas con la integrante más penosa del grupo.

En cada ensayo era necesario una bocina y dos celulares; uno para poner la música y ver el vídeo de la práctica original, el otro era necesario para grabar la practica pues al no haber espejos la coordinación era otro tema que dominar. Además de productos de cuidado de la piel y agua potable.

El primer ensayo terminó con éxito el coro, para el segundo ensayo nos reunimos las siete integrantes, sin embargo, se complicó la práctica por el tema de los espacios y el no recordar bien la coreografía. Para esta sesión, una chica, por cuestiones personales, tuvo que salir del grupo. Para el tercer encuentro, se volvió a reorganizar la coreografía y se ayudó a las dos

chicas que compartían líneas a reagruparse. Para este día, el baile estaba casi aprendido, de la misma manera se empezó a trabajar en la similitud del vídeo de práctica del grupo *IVE* como se muestra a continuación:



**[Imagen 8]** Tercer ensayo, la imagen de la izquierda corresponde *al dance practice* del grupo *IVE*, la imagen de la derecha corresponde a la recreación del grupo de *dance cover*.

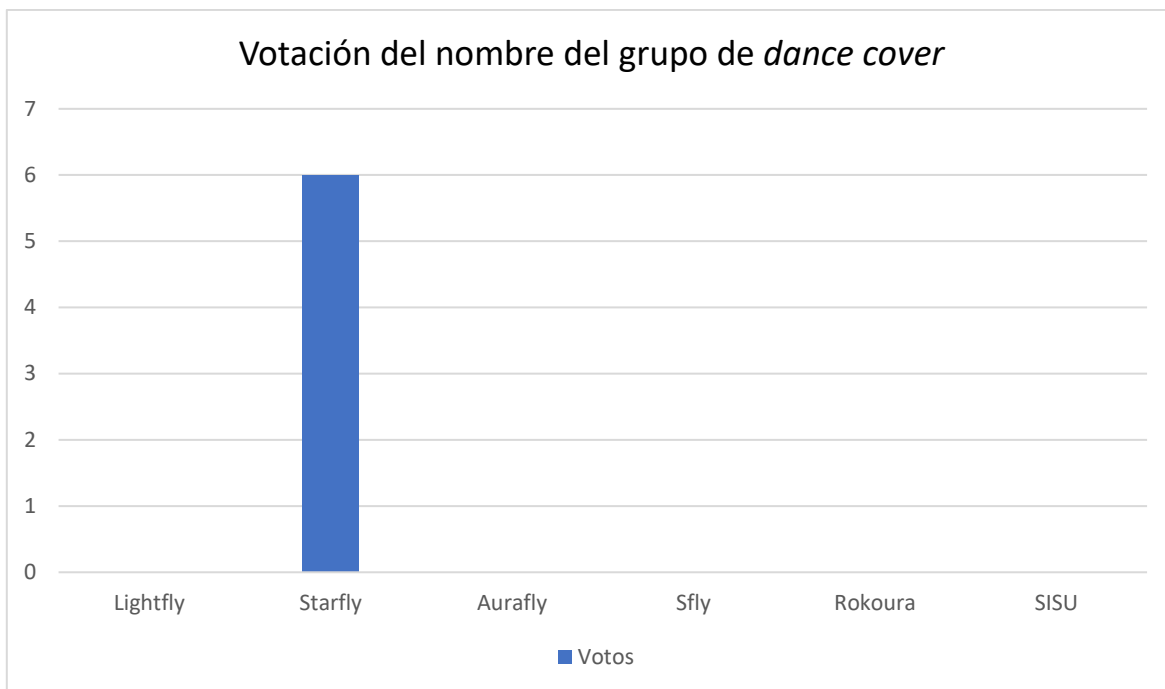
Imagen de la derecha. IVE [IVEstarship]. 11 abril 2022. “LOVE DIVE” DANCE PRACTICE [video]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=Bo2aD\\_I7-1U](https://www.youtube.com/watch?v=Bo2aD_I7-1U)

Imagen de la izquierda. Fuente propia.

A este punto, la elección del nombre del grupo se volvió una preocupación por lo que, las miembros se reunieron y discutieron los posibles nombres. Se habló de que el nombre es la presentación del grupo pues se abarcaba el concepto, el aura y energía del grupo.

- “*No tenemos un aura oscura*” mencionó una integrante en un ensayo.

Para ello, se creó la siguiente votación con las propuestas realizadas durante un ensayo.



Fuente propia.

- Lightfly
- **Starfly- Cada integrante como una estrella encontrara su propio brillo.**
- Aurafly- Combinación de vuelo con aura.
- Sfly- Seis mariposas.
- Rokuora- Seis auras en japonés.
- SISU- Energía, determinación ante las adversidades que son más duras de lo habitual en finlandés.

Siendo el nombre ganador por unanimidad, “*Starfly*”

Se menciona que, para poder aprenderse la coreografía existen distintos métodos:

- Efecto Mirror. Se invierte la coreografía original para que al repetir los pasos, parezca una imagen en el espejo.
- *Slow* versión. Bajo la configuración de YouTube se modifica la velocidad a 1.5x o .75x para una mejor apreciación de los pasos.
- Tutoriales. Serie de pasos a seguir con una explicación breve.

Además de ello, en los ensayos las integrantes nos ayudábamos entre todas en caso de tener una duda o complicación en un paso. En ocasiones, teníamos que repetir en muchas ocasiones la misma parte debido a que no había coordinación entre las miembros.



**[Imagen 9].** Fotografía de 7mo ensayo, de izquierda a derecha. Comparativa con vídeo de práctica de grupo de *Kpop*; *IVE*.

Fer siguiendo a Gaeul, Mar siguiendo a Leeso, Karen siguiendo a Liz, Yesi siguiendo a Rei, Gaby siguiendo a Yujin y Lucy (maknae) siguiendo a Wonyoung.

Imagen de la izquierda. IVE [IVEstarship]. 11 abril 2022. “LOVE DIVE” DANCE PRACTICE [video]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=Bo2aD\\_I7-1U](https://www.youtube.com/watch?v=Bo2aD_I7-1U)

Imagen de la derecha. Fuente propia.

Como dato extra, se bromeaba que cada vez que practicábamos grupalmente era nuestra época de *trainees*, por lo que se da pie al argumento de que el practicar *dance covers* es un reflejo de una vida de *idol* por parte de las integrantes.

En donde, nuestro *fandom* bautizado como “*Clowns forever*” que representa todas las experiencias, esfuerzos e intentos fallidos que las integrantes han pasado durante la creación del *dance cover* como caídas, tropiezos, fallas tecnológicas, entre otros. Además de que simbólicamente representa que tanto las integrantes como los seguidores del grupo serán el complemento del otro que les hará brillar.

Es por ello, que como broma, se retoma que el *lightstick*<sup>16</sup> representativo de *Starfly* es una “paleta payaso”.



[Imagen 10] Amazon, (2023). Ricolino Paleta payaso de *Marshmallow* con chocolate y gomas. <https://www.amazon.com.mx/Paleta-Payaso-Marshmallow-chocolate-unidades/dp/B0070OOT5Q>

Así mismo, se contó con una imagen simbólica que representaba un rito de paso hacia nuestro *debut* con *photocards* incluidas hacia el mundo del espectáculo.



<sup>16</sup> Aparato de luz esencial para la industria de entretenimiento surcoreana pues son un complemento que los fans usan en los conciertos o presentaciones de sus artistas favoritos. Cada artista o grupo tiene uno que simboliza un color o concepto.

[Imagen 11] Foto promocional de *Starfly*

Fuente propia.



[Imagen 12] *Photocards*<sup>17</sup> promocionales de *Starfly*, edición *LOVE DIVE*

De izquierda a derecha: Karen, Gaby, Mar, Fer, Yesi.

Fuente propia.

Si bien, no se acordaron la función de los roles como en un grupo de *kpop*<sup>18</sup>, en la mayoría de las ocasiones se menciona acerca de que Lucy, miembro de *Starfly* era nuestra *maknae* (miembro más pequeña del grupo) con la edad de 13 años.

---

<sup>17</sup> Tarjetas coleccionables de *idol*.

<sup>18</sup> Líder, visual, *main vocal*, *main dancer*, etc.

Volviendo a los ensayos, otro inconveniente que se tuvo que enfrentar era la parte del baile del *dance break*, en donde, en ocasiones nos caíamos debido a que el espacio físico no permitía practicarlo de la mejor manera, mientras que en el espacio particular los espacios eran muy pequeños para poder equilibrar el peso de nuestros cuerpos por lo que, lo practicábamos cuando nos reuníamos.



[Imagen 13] Práctica de *dance break* [Fotografía]

Fuente propia.

Una vez, dominado los pasos generales de la coreografía, el siguiente paso era dominar las expresiones fáciles acorde a la canción, es decir, “*ser coqueta pero también narcisista*” como siguió Fer.

- “*Prepárense porque las voy a ligar*” dijo Gaby al ser su turno para recibir su retroalimentación individual.

Después de cada retroalimentación por pares e individual, los puntos abarcados fueron los siguientes:

- Sonreír.
- Realizar *lipstnc*, es decir una sincronización de los movimientos de los labios ya que, inconcientemente se hacían gestos que quedaban acorde a la canción.
- Practicar con un espejo en nuestros tiempos libres.
- Imitar los gestos de la persona que seguíamos.

Ello, con el fin de que más allá de consolidar un *performance* limitado al baile, se agregara una personalidad a la interpretación al entrar el “rol” de un *idol*.

En palabras de Copa y Poma (2017)

Además de bailar las coreografías, también se esfuerzan por imitar al grupo o intérprete de música coreana. Cada miembro se caracteriza según el artista de su agrado, copiando su vestimenta, corte de pelo, pasos de baile, actitudes, movimientos particulares. El principal logro de un grupo de baile es poder duplicar la coreografía exacta que ha sido realizada originalmente por el grupo coreano. (párr.56).

Es así que, la próxima meta del grupo de *dance cover Starfly* es ser seleccionadas para el evento “*K-pop Cover Dance Festival México 2023*” patrocinado por el Centro Cultural Coreano en México, el cual consiste en subir un vídeo ya sea, individual o por equipos, en donde se muestren bailando una coreografía de *Kpop*, aquellos que sean seleccionados podrán tener la oportunidad de participar en la Final de México el 9 de julio en Teatro Metropolitano en la CDMX. El ganador será representante del país mexicano en la *K-pop Cover Dance Festival* en Corea. (Centro Cultural Coreano en México, 2023).

Para finalizar, se les realizó dos preguntas a las miembros de *Starfly*: ¿Cómo han sentido la experiencia de crear un *dance cover*?, y para ti, ¿qué es “bello” en el contexto de *dance cover*?

Mar:

Yo diría que por mi parte me siento con más confianza y realizada, ya que no sabía que si podía llegar a aprenderme la coreografía, normalmente como que no me salían y bueno, sigue sin salirme por completo pero creo que he avanzado mucho. Además... pues creo que todo el asunto del *dance cover* tiene lo suyo, al final es como que montar los pasos, el apoyarse en los demás miembros y en si, en toda la experiencia que te deja esta muy cool y eso es lo bonito. (Testimonio Mar, miembro de *Starfly*, 2023).

Karen:

Creo que me me hace sentir que puedo de alguna forma mostrar "mi otro lado" que usualmente no expreso. Además de que como tal en *dance cover* en grupo hace que conozca a otras personas y aprenda de ellas.



Creo que la belleza que tiene el *dance cover* es que se puede recrear lo que hace un grupo profesional y "original" de *Kpop* y está al alcance de todos. No se necesita ir a otro país para presenciar algo parecido.

Además de que al ser, la gran mayoría de quienes hacen covers, seguidores de los grupos que se bailan o del género musical, se puede ver esa pasión y diversión cuando se meten en el personaje y tratan de interpretarlo lo más fiel que puedan, pero también con su propio estilo.

También, esa belleza que tiene y que atrapa es que una misma persona puede interpretar y meterse en dos o más "roles" con una personalidad distinta, es decir, puede hacer de dos o más estilos. Para una canción, cambia su personalidad y estilo a algo tierno, elegante, delicado, femenino, pero para la siguiente coreografía puede cambiar fácil y rápidamente a una imagen "ruda", seria, pero sencilla, etc.

Es muy dinámico y algo que lo hace llamativo es que no sólo es entrar en personaje, sino que también está involucrado el vestuario. Creo que el tiempo y dedicación que se le da a ver qué se va a usar, qué color, en base a qué presentación, si se va a mandar a hacer, o comprar, etc., impresiona. Y el resultado es parte de lo que lo hace bello. (Testimonio Karen, miembro de *Starfly*, 2023).

Fer:

En lo personal me apasiona mucho el baile pero usualmente lo practico sola en casa y rara vez con demás personas, pero el hacer este grupo de *dance cover* como que se me hizo muy lindo pues puedo compartir mi mayor *hobby* con otras personas que tienen gusto por el mismo género musical. Creo que como en todo hay sus dificultades pero con práctica y apoyo entre las miembros hemos logrado improvisar nuestro baile, pues las habilidades que tenemos cada una hacen que aprendamos para mejorar.

El compartir tu gusto por el *kpop* y el baile con otras personas creo que es lo que hace que llame mucho la atención. No es algo sencillo ya que en nuestro caso éramos desconocidas y por medio de este proyecto vamos estableciendo una amistad pero también trabajo en equipo para un interés en común.

Además el intentar recrear una coreografía y se vea lo más parecida al original, es un proceso que al menos a personas que disfrutan del baile puede causar cierta satisfacción. Esto debido a que en el baile se implican diversos elementos, como expresiones fáciles, técnicas de baile,

coordinación y lo más importante transmitir el mensaje de la canción. (Fer, miembro de *Starfly*, 2023).

## Conclusiones

Se retoma que tanto el idioma como la distancia geográfica no ha sido un impedimento para que los seguidores de *Kpop* hayan trascendido las fronteras al adaptar el contenido coreano a los distintos contextos, sociedades y prácticas sociales en el cual, existe una reproducción de símbolos y realidades de la cultura coreana que han sido adaptados tras el consumo de los productos culturales coreanos tal como el *Kpop* en el cual, podemos encontrar los *fanfics*, las traducciones gratuitas y los *dance covers*.

Por medio de la investigación en el trabajo de campo, se detectaron diferentes categorías de la femineidad que define lo que es “bello” o no como sujeto femenino, ello se vio claramente en la interpretación del cuerpo (al ser movimientos limpios, delicados y estéticos) al realizar la actividad kinestésica con continuidad.

Además de que, complementa un discurso violento acerca del cómo debería ser idealmente una mujer en un contexto coreano en donde, la presión social por ser perfecta radica en los comportamientos de las personas que han sido socializadas como mujeres.

Asimismo, se habla de la problematización del concepto de “belleza” pues ello, dentro del contexto del *kpop* es mostrado como un concepto versátil que implica una reflexión crítica sobre las diversas construcciones sociales.

Sin duda, algo que ha impactado como parte de la reproducción de conceptos en el grupo de *dance cover Starfly*, es el cuidado de la piel ya que en los ensayos nunca podía faltar una botella con agua, un sombrero o gorra, crema y el bloqueador solar. Así como al “entrar en rol” con las expresiones fáciles que son un elemento clave al representar la canción.

A través del trabajo de campo, pude explorar un poco más a fondo las perspectivas y las vivencias a través de la creación de un *dance cover*, en el cual se resaltaba que no era una actividad obligatoria o extra que representaba una carga emocional o académica, sino que, se fomentaba un espacio de interacción entre personas con los mismos gustos musicales que compartían experiencias colectivas y significativas, pues al inicio comete que el grupo se formó de manera espontánea por lo que, nadie se conocía entre sí, sin embargo con el paso

de las reuniones y ensayos semanales, la convivencia y la amistad han crecido de una forma natural, abriendo un espacio para la reflexión y la percepción crítica.

A su vez, el imaginar un futuro como un miembro de un grupo de *dance cover* ha creado e impactado en los proyectos de vida del grupo *Starfly*.

Finalmente, se retoma que para poder crear un buen *performance* se necesita imitar al artista para poder “entrar en rol” y crear una sinergia entre todas las miembros integrantes de un grupo y no solo seis personas bailando conjuntamente pues el cuerpo como un instrumento kinestesico configura un discurso que reproduce conceptos de femineidad que van de la mano con esfuerzo y dedicación.

### **Anexo 1\_ Material extra:**

Vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=i-Iwtp48gik&t=568s>

Proceso de creación de dance cover durante la estadia del trabajo de campo. *K-Dance: Starfly*. Fuente propia.

### **Referencias**

Amazon, (2023). Ricolino Paleta payaso de Marshmallow con chocolate y gomas.

<https://www.amazon.com.mx/Paleta-Payaso-Marshmallow-chocolate-unidades/dp/B0070OOT5Q>

Caldwell, M. (2004). *Domesticating the French Fry Journal of Consumer Culture*, 4(1), pp.5-26

Campos-Castro, R., (2023). Kpop y dance cover en Puebla: Una didáctica émica transcultural. *MAGOTZI*, 11(21). Pp. 1-10

<https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/ia/article/view/9854/9715>

Centro Cultural Coreano. (2023). *Mexico Korean Culture*.

<https://www.facebook.com/100050274948450/posts/pfbid027sR16ZZ1NizVUNGmmdog3tXRc4TrQnr1xdYhJHUvqidGh5LpxCC1sXucqzkJvCCEI/?mibextid=Nif5oz>

Copa, J., Poma, W. (2017). Fandoms. Agrupaciones juveniles seguidoras del K-pop en la ciudad de La Paz. *Temas Sociales*. 41.

[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S0040-29152017000200009&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S0040-29152017000200009&script=sci_arttext)

Forbes COLOMBIA (2022). *Las cifras detrás del Kpop, el género musical que es uno de los motores de la economía de Corea del Sur*. <https://forbes.co/2022/01/28/forbes-life/las-cifras-detras-del-k-pop-el-genero-musical-que-es-uno-de-los-motores-de-la-economia-de-corea-del-sur>

Gluckman, M. "The bridge": Analysis of a social situation in Zululand. En J. Vincent (ed), *The anthropology of politics: A reader in ethnography, theory, critique*, pp. 53–58.

IVEstarship. (2022). The 2<sup>nd</sup> Single Album "love dive" [Imagen] [https://twitter.com/search?q=love%20dive%20concept&src=typeahead\\_click&f=image](https://twitter.com/search?q=love%20dive%20concept&src=typeahead_click&f=image)

IVE [IVEstarship]. 11 abril 2022. "LOVE DIVE" DANCE PRACTICE [video]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=Bo2aD\\_I7-1U](https://www.youtube.com/watch?v=Bo2aD_I7-1U)

KBS WORLD SPANISH. (22 sept 2015). *Corea supera la crisis financiera de 1997*. [https://world.kbs.co.kr/service/contents\\_view.htm?lang=s&menu\\_cate=history&id=&board\\_seq=3844&page=3&board\\_code=#:~:text=El%2023%20de%20enero%20de,que%20era%20de%20850%20wones](https://world.kbs.co.kr/service/contents_view.htm?lang=s&menu_cate=history&id=&board_seq=3844&page=3&board_code=#:~:text=El%2023%20de%20enero%20de,que%20era%20de%20850%20wones).

Kpop facts, (2022). IVE. <https://kpopfacts.com/ive-integrantes-pre-debut-debut-discografia-y-datos/>

Kpop Let's Go (28 dic 2022). "Los 100 rostros más bellos de 2022" de TC Candler [Imagen] Recuperado de <https://kpopletsgonews.net/kpop-idols/estas-son-las-idols-de-k-pop-que-hicieron-su-aparicion-en-la-popular-lista-anual-los-100-rostros-mas-bellos-de-2022-de-tc-candler/>

López, N., (2015). El rol del Hallyu como cultura pop en la creación y la difusión de la imagen de la mujer coreana contemporánea. *Revista mexicana de estudios sobre la Cuenca del Pacífico*. 9(18), pp.171-195 <http://dspace.uan.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/186/El%20rol%20de%20Hallyu%20como%20cultura%20pop%20en%20la.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

López, N., Ryzhkov, A., (2017). La República de Corea: Cultura, globalización y cambios social. *OASIS*. 26, pp.123-141. <http://pueaa.unam.mx/uploads/materials/Lopez-y-Ryzhkov-2017.pdf>

López, N., Ryzhkov, A., (2023). Mujer coreana en contexto: su rol histórico y el resurgimiento de los movimientos feministas en la generación del no silencio. *Revista Internacional de Estudios Asiáticos*. 2(1), pp.2-32. <http://pueaa.unam.mx/uploads/materials/2023.-MUJER-COREANA.pdf>

López, N., (2023, 2 de mayo). Rol de la Mujer en la Sociedad coreana [Conferencia]. Programa Universitario de Estudios sobre Asia y África.

MAMA Awards (2022). Ganadores

[https://www.google.com/search?q=ganadoras+del+mama&client=opera&hs=iNV&sxsrf=APwXEddn0DO9vw4IyHTfRi-PgSeoAWTwpG%3A1682461882306&ei=ulRIZM6jEoHDkPIP4-G-uAk&ved=0ahUKewjO6N72isb-AhWBIUQIHeOwD5cQ4dUDCA4&uact=5&oq=ganadoras+del+mama&gs\\_lcp=Cgxn3Mtd2l6LXNlcnAQAzIGCAAQFhAeOgoIABBHENYEELADOGUIABCABDoFCCEQoAE6CAghEBYQHhAdSgQIORgAUN4EWMQSYIoUaAJwAXgBgAHOAYgBiAeSAQUwLjUuMZgBAKABAcgBCMABAQ&sclient=google-wiz-serp](https://www.google.com/search?q=ganadoras+del+mama&client=opera&hs=iNV&sxsrf=APwXEddn0DO9vw4IyHTfRi-PgSeoAWTwpG%3A1682461882306&ei=ulRIZM6jEoHDkPIP4-G-uAk&ved=0ahUKewjO6N72isb-AhWBIUQIHeOwD5cQ4dUDCA4&uact=5&oq=ganadoras+del+mama&gs_lcp=Cgxn3Mtd2l6LXNlcnAQAzIGCAAQFhAeOgoIABBHENYEELADOGUIABCABDoFCCEQoAE6CAghEBYQHhAdSgQIORgAUN4EWMQSYIoUaAJwAXgBgAHOAYgBiAeSAQUwLjUuMZgBAKABAcgBCMABAQ&sclient=google-wiz-serp)

Martínez, L. (2020). La introducción de la cosmética de Corea del Sur en el mercado español. *Universidad Pontificia*. Madrid.

<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/37230/LA%20INTRODUCCION%20DE%20LA%20COSMETICA%20DE%20COREA%20DEL%20SUR%20EN%20EL%20MERCADO%20ESPANOL-Martinez%20Martinez%20Laura.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Olmedo, T. (2017). El Kpop en España: una aproximación a la industria musical localizada a través del fenómeno fan y las redes sociales. *Repositorio Institucional de la Universidad de Valladolid*.  
[https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/28019/TFG\\_F\\_2017\\_192.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/28019/TFG_F_2017_192.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Ro\_u\_ka. (2022). “love dive” [Imagen]

[https://twitter.com/search?q=love%20dive&src=typed\\_query&f=image](https://twitter.com/search?q=love%20dive&src=typed_query&f=image)

Rosado, I. (2019). Violencia de género en Corea del Sur. *Programa Universitario de Estudios sobre Asia y África*. <http://pueaa.unam.mx/multimedia/violencia-de-genero-corea-del-sur>

Saavedra, C. (2022). Es mejor si eres tomboy: construcción de identidad de género en la performance de las practicantes de covers del kpop limeño. *Desde el Sur*, 14(2), <http://orcid.org/0000-0002-2644-6372>

Twitter Inc. (2022). #KPopTwitter rompe nuevo récord con 7.8 miles de millones de Tweets. [Imagen]. Recuperado de [https://blog.twitter.com/es\\_la/topics/insights/2022/america-latina-nos-encanta-kpop](https://blog.twitter.com/es_la/topics/insights/2022/america-latina-nos-encanta-kpop)

WikiDrama, (2023). IVE. <https://drama.fandom.com/es/wiki/IVE>

Young, J., Kim, V., (2022). “Gangnam Style” llevó el K-pop al mundo, pero atormentó a su creador. *The New York Times*.

<https://www.nytimes.com/es/2022/12/10/espanol/gangnam-style-psy.html>