

FLASH



EDICIÓN

#1



ÍNDICE

4

Editorial

20

Alguien en Corea del Sur te entiende

6

Hallyu: La ola Coreana

22

Identidad: Editorial de moda

8

A un clic de ti

12

Número 61

26

El universo de BTS

16

En la habitación del arte

28

Playlist: Para una fan como yo

PARA UNA FAN COMO YO

Flash no hubiese sido posible sin el apoyo de mis padres. Agradezco a Milena y Juan por tanto amor, comprensión y dedicación.

Gracias a cada uno de mis amigos que han puesto sus ideas, consejos y atención a mi proyecto, siempre con la mejor disposición y cariño hacia mi proceso.

Gracias a la vida y a la Universidad de Antioquia por ustedes.

A mi asesor Juan David López Morales. A Miguel, Juanita y a los mejores modelos siempre les daré las gracias por creer en mí y materializar mi sueño de lograr hacer una editorial de moda.

A mi novio por su inmenso amor y existencia.

Gracias a Luca por darme cientos de razones para vivir, por ser mi eterno compañero de traspasos y amor. Hasta que nos volvamos a ver.

Y gracias a ti, lector o lectora. Espero que disfrutes de FLASH.

Susana Pérez Cardona

A los 6 años años, mi mayor anhelo era ser la protagonista de un video musical de los Jonas Brothers. Las Barbies de mis repisas eran mi público fiel, mis fans, durante los eternos y desafinados conciertos. La voz de una pequeña Susana no paraba de cantar y tararear en pésimo inglés las canciones de los tres hermanos que conquistaron Disney, hasta proclamarse como una de las bandas más populares de la compañía.

Con sus ojos carismáticos y sonrisa coqueta, mi obsesión cambió a medida que crecí: ahora los pósteres de los Jonas serían reemplazados por un canadiense de 16 años que devoró a la industria musical con su canción "Baby". Lo vi y entendí el amor a primera vista. Me enamoré en cuestión de segundos como si estuviese destinado a suceder.

Justin Bieber es un antes y después en mi vida. Recuerdo con exactitud el momento en que nuestros caminos coincidieron. Fue en una tarde de juegos con plastilina y extrema soledad. Como era costumbre, el televisor estaba prendido en el canal de Nickelodeon cuando pasaron el video musical de "Baby". Encontré en ese momento el significado del amor platónico más fuerte a mis 9 años de vida y quién sería el responsable de las primeras lágrimas, gritos y compras de prendas en color morado para vestir su color favorito.

Todo el tiempo, la industria de la música está en búsqueda del próximo talento que destrone al fenómeno pop del momento y pueda conquistar el corazón de millones de fans. Así, seis chicos británicos e irlandeses tomaron forma en la pelea eterna entre fandom, ventas y mi amor. One Direction se presentó en mi vida. Fue la primera vez que me entregué a una banda de chicos, con diferentes personalidades, pero cada uno con un carisma encantador que atrapó a las adolescentes del mundo. Sin ninguna duda, bastó con dos canciones y un marcado acento británico para enamorarse a mi oído poco acostumbrado a esa clase de entonación.

One Direction tuvo de mi parte la mayor de las devociones, obsesión y amor. Dedicué casi 5 años de mi vida a escuchar, apoyar y llorar a los culpables de mi gusto excesivo por Londres, hasta el punto de comprar cuadros de la ciudad para decorar las paredes de mi habitación y sentirme cerca de ellos.

La vida me hizo fan de personas, personalidades, lugares y cosas que en un inicio toman significado gracias a los artistas que he amado. Ahora, con 22 años, creo que no he amado a una persona como lo he hecho por todos a los que he proclamado como mi futuro esposo.

Tras la separación abrupta de One Direction, vendida como un descanso de 18 meses en 2016, también decidí alejarme de ser fan; estaba agotada del tiempo invertido, los malos ratos y de extrañar algo que nunca va a pertenecerme.

Creí, siempre con amor a mis raíces musicales, como una buena chica de los 2000, pero la vida nunca es lo que esperábamos y el mundo no es controlado por nosotros. La universidad llegó al mapa al mismo tiempo que una pandemia; día tras día el número de muertos por Covid-19 aumentaba mientras mi depresión y ganas de desaparecer aumentaban; el futuro era agobiante.

En los azares del destino, fui víctima de creerme inmune al efecto de BTS. Fui ilusa, cuando afirmé que nunca escucharía K-pop ni volvería a sufrir por un grupo de hombres. Al día de hoy, estos siete chicos me han servido de inspiración, motivación y felicidad desde que su canción "Dynamite" me hizo conocerlos.

Han pasado cuatro años desde que voy de la mano con los integrantes de BTS, me he permitido crecer y experimentar al lado de su música, letras, videos y contenido una nueva etapa en mi vida de fan, sintiendo una cercanía inexplicable con el artista.

Esta es la primera edición de Flash, su nombre viene de la canción "Paparazzi" de Lady Gaga. La revista simboliza agradecimiento, dedicación y recuerdos de cada fase de mi vida desde que entendí mi fanatismo. En esta edición, los lectores encontrarán contenido relacionado con idols de K-pop, historias de fans, conciertos, música y una editorial de moda diseñada para proyectar la identidad de la estética K-pop.

Flash está creado desde la visión de una fan, para ti y para mí.



HALLYU: LA OLA COREANA



A UN CLIC DE TI

Jeon Jungkook

Fotografía: Pinterest

Durante la madrugada del 14 de marzo de 2023, luces neón proyectan la galaxia, una paleta de colores que propone decorar e iluminar las blancas paredes de su lujoso apartamento en Brunnen Cheongdam, una de las zonas más costosas de Seúl.

Cada punto verde que proyecta se posiciona en su rostro y cuerpo, los tatuajes del brazo derecho llaman la atención mientras las luces juegan en su piel. Cubierto por tatuajes que muestran parte de su identidad, como la flor Tigridia Pavonia relacionada con su nacimiento y las letras en cada uno de sus dedos que forman la palabra Army, el nombre de su fandom.

-Vine aquí porque te extraño, te extraño mucho-, exclama mientras es visto por dos millones de personas.

Abrigado por su holgada chaqueta negra con detalles en blanco de la marca Nike, está sentado en su comedor mientras suena de fondo la canción japonesa "Oh no, Oh yes!", de Akina Nakamori. En total comodidad interactúa con sus fans, quienes reafirman día a día la fama e influencia mundial del artista. Una noche más, un nuevo trago para Jeon Jungkook, una transmisión en vivo que se volverá viral en las redes con un sinfín de capturas de pantalla y comentarios de admiración con toques de devoción eterna. Saborea de nuevo su trago High-Ball, un cóctel japonés repleto de hielo, también prueba del recién comprado whisky que ha mezclado con una pizca de agua con gas.

Está preparado para tener una conversación íntima, como esas que ocurren en las madrugadas, bajo los efectos del alcohol y a la espera de reencontrarse con el amigo incondicional que lo acompaña desde hace algunos años.

He estado pasando mis días así y pensé en ti, así que vine. Cuando bebo, no sé por qué me acuerdo de ustedes, son lo primero que pienso; quiero decir, mientras estoy en vivo; no se trata de tener alcohol. Muchas veces después de beber me acuerdo de ti y prendó V Live, como hoy.

Uno de los momentos que produce mayor satisfacción para las fanáticas del K-pop es la notificación de su celular que les avisa que su idol favorito está en vivo. Weverse hace posible este suceso: la app con más de 10.5 millones de usuarios es utilizada por artistas y fans para encontrarse.

Sin importar las diferencias horarias, barreras en el idioma e incluso si la notificación llega en momentos inoportunos, para las fans es casi que un compromiso contestar el llamado que viene desde Corea del Sur.



*-¿Ya comiste Jungkook?, ¡cena!
-¡Deja de tomar, no es bueno para tu salud!
-I love u!*

La energía y el alcohol se delatan en su rostro, los movimientos de su cuerpo hablan por sí solos. Es un hecho que, junto a su bebida y gracias a los comentarios, ha asegurado un tiempo agradable para él y su comunidad. Al verlo un sentimiento de soledad recorre mi mente.

A medida que avanza el tiempo, sus expresiones pierden rigidez y esos grandes ojos luchan por concentrarse en leer y hablar de un solo tema en concreto, sin divagar entre sus miles de pensamientos y la insatisfacción por tener una mala canción de fondo.

Hay lugares que transmiten recuerdos, olores y sensaciones térmicas, he escuchado que las personas también lo provocan; el inicio de la madrugada en Corea pintaba un Jungkook envuelto en un apartamento frío, con poca luz y abrigado, pero como si se tratara de falta de una buena compañía; es un hecho que el ambiente se ha vuelto cálido y acogedor gracias a la actitud amorosa de Jungkook.

Cambia su ropa por una camisa blanca fresca, ahora las luces del proyector y el celular no son las únicas fuentes de iluminación. Una vela se une a la tarea de lograr una mayor complicidad entre él y sus espectadores.

Su actitud es diferente, dice las oraciones de forma lenta, con seguridad y capaz de permanecer tranquilo en medio de una marea de comentarios y millones de corazón morados que significan amor y afecto en su fandom.

-Es bonito, definitivamente ustedes desempeñan una parte muy importante, es demasiado difícil explicar este sentimiento de felicidad ¿cómo digo esto? Sentir esto hasta en los huesos. Tal vez no se pueda decir, pero cuando hago un live me siento tan cómodo y es realmente agradable. Creo que soy muy feliz, en realidad me siento más cómodo cuando estoy con ustedes que alrededor de conocidos. Me estoy volviendo muy solitario.

Lo veo y no puedo evitar pensar en su vida, la edad que tenía cuando inició su carrera ¿En la actualidad me pregunto? ¿Qué hace un hombre cuando su neta existencia es importante para millones? Su cuerpo simboliza en varias personas la imagen de quien les salvó la vida; Jungkook es el salvador de un pueblo: su fandom.



NÚMERO 61



Ilse el domingo 16 de septiembre de 2018 en el concierto de BTS

“La policía de Texas avisó que está prohibido acampar, leí las reglas y no lo voy a hacer”, pensó Ilse cuando habló con su amiga para comprar las entradas para el concierto de BTS. Un mes después, pasó tres días fuera del Forth Worth Convention Center mientras llegaba el momento: “En mi mano tenía escrito el número 61 con tinta naranja”.

A las 6 p.m. del domingo 16 de septiembre de 2018, BTS dio su segundo concierto *sold out* en Dallas, Estados Unidos, anhelado por miles de fans. La banda surcoreana BTS se preparaba para su segunda fecha en Dallas, la cuarta de las once ciudades por las que pasó el tour de conciertos de la era “Love yourself”.

Un público en máxima euforia gritaba desenfrenado y tarareaba a todo pulmón las canciones de la banda. Sus cuerpos bailaban al ritmo que se les antojaba y trataban de imitar la coreografía del video que proyectaban las pantallas en medio de su espera.

300 dólares fue el precio de la más costosa, en el piso general que promete tenerlos cerca, pero no te asegura nada. ¿Si tengo 200 personas al frente de mí, me verán? Esta pregunta rondó por la cabeza de varias armys durante los preparativos para esa noche, cuenta Ilse, creadora de contenido sobre K-pop y army mexicana que ha asistido a varios conciertos de BTS.

Lágrimas y gritos fueron el indicador de algunas de las emociones que acompañaron a las fans por dos horas y media. Luces en negro y la intro usual de sus conciertos fueron el llamado; en menos de dos minutos el escenario vacío por horas fue habitado por los dueños de sus ahorros y suspiros. La marea de army bombs era roja, el ambiente estaba a punto de estallar y los siete integrantes aparecieron con la famosa canción “Idol” al ritmo de la pirotecnia y los efectos visuales.

—¿Cómo te sientes Texas?! ¡Nosotros somos BTS!—, gritó Rm, el líder de la banda.

Los siete, impecables, con diferentes colores de cabello y una belleza que hace pensar que los póster de la pared de la habitación y la photocard guardada en la parte de atrás de tu celular cobra vida para verte y preguntarte cómo has estado.

“Muy guapos, todos se ven delgados, era muy fuerte ver cómo el color de piel era diferente al de las fotos, tienen tonos de piel muy bonitos. Jungkook en ese momento no tenía ni un solo tatuaje, recuerdo que los tres menores de la banda fueron los que vi más de cerca. Ver a Jimin que se nos acercaba tanto, fue WOW”, me cuenta Ilse al recordar la primera vez que los vio.

A veces, eso es todo lo que sueña y espera un fan dispuesto a sacrificar su seguridad, comodidad y tiempo por una mirada que le confirma que su idol favorito existe y le ha regalado el momento de su vida con esa mínima y breve mirada que se convertirá en el recuerdo de la noche que su artista favorito decidió mirarla por dos segundos.

—Te lo dije, ya están empezando a acampar.

—¿De qué hablas? —le preguntó Ilse a su amiga Moni, con la que viajó hasta Dallas.

Ilse abrió un video en su celular para mostrarle a su amiga que, según un medio local, casi 20 fans habían comenzado a acampar para los conciertos del fin de semana. “Nunca había acampado y no estaba en mis planes”, me cuenta Ilse varios años después en una entrevista por Meet.

—¿Qué haría que te quedas en la fila?—le preguntó Moni.

—Si hay más de 200 personas, nos quedamos— decreto Ilse.

Las palabras de Ilse sentenciaron los próximos tres días de su vida. El viernes 14 de septiembre comenzó su odisea por conseguir un buen lugar para el domingo.

200 personas en la fila de un concierto de K-pop simbolizan una de las principales amenazas a la experiencia e interacción con el idol. La búsqueda de aquella mirada de película es casi imposible entre una multitud tan inmensa.

“¡Bienvenida a la fila!”, le dijo la fan que estaba delante de Ilse. Acampar ya no era una opción, sino la única alternativa.

“Recuerdo que llegué a hacer la fila el viernes a las 3 de la tarde, mi concierto era el domingo. La policía de Texas había comunicado la prohibición de acampar. Llegamos con las maletas, ni siquiera tuve tiempo de ir a mi hotel, necesitábamos asegurar nuestro puesto en la fila. Las coreanas eran las primeras en todo el lugar, todas teníamos que acercarnos a ellas para entrar con un número a la fila. Todavía me acuerdo de ese marcador naranja.”

Con libreta en mano, marcadores de colores y organizadas, los nombres de las fans son sustituidos por números que indican su puesto en la fila. Su identidad ahora es la de un número que determina su suerte para el domingo y la de ser simplemente fans de un grupo de jóvenes surcoreanos que han conquistado el mundo entero.

—61 y 62, esos son sus números—, les dijo una de las fans coreanas con poco dominio de inglés.

A partir de ese momento, son parte de las fans que lograron conseguir un puesto antes de las primeras 100 personas. Su aventura en Dallas dio un giro completo: sus planes de visitar museos se vieron nublados por carpas, lluvias extremas, momentos de desesperación, cojines y tiendas de acampar sobre el concreto.

Pasaron dos días. El Starbucks más cercano recibía a las fans para desayunar, comprar algún suplemento para volver a las afueras del lugar del concierto. Entre las primeras 200 personas no vas a tener la mirada si no luchas por ella.

—El equipo de Bighit (agencia de BTS) estuvo aquí, si dejamos todo organizado y limpio antes de la mañana del domingo van a respetar nuestro número .

Con el cansancio a flor de piel, el ejército de fans tenía todo listo para las 9 a.m. del domingo del concierto; impecable y ordenado, como si ese no hubiera sido su hogar por los últimos tres días.

Las horas pasaron, la felicidad aumentó y los nervios crecieron mientras el reloj anunciaba las 5 p.m. Las puertas de su sueño fueron abiertas, tomando fotos entre todas tras lograr su objetivo.

—¿Volverías a hacerlo?—, le pregunto a Ilse.

—No, jamás, pero recuerdo el instante en que las gotas de la botella de Yoongi me mojaron el brazo y dije: “por esto hice la fila”.



Ilse en primera fila para el concierto



Dirección de arte: Susana Pérez Cardona
Fotografía: Miguel Ángel González
Modelos: Ana Muñoz, Alejandro Osorio, Moises Cataño y Sara Sánchez
Producción: Miguel Ángel González y Susana Pérez
Maquillaje: Juan Esteban Londoño
Maquillaje: Juanita Cruz

IDENTIDAD

EN LA HABITACIÓN DEL ARTE

Para la Sidney de 28 años quizás sería un pensamiento lejano imaginar que cuatro años después se convertiría en su propia jefa gracias a su emprendimiento. El escenario de tener una tienda propia dedicada a productos de K-pop ha de ser casi inimaginable mientras escucha una canción de rock de AeroSmith.

Quizás, para la Sidney pequeña que pasó sus días en Bellas Artes, dibujando anime y con talento para las acuarelas, no sonaría tan descabellada la idea de que su futuro estaría envuelto por el arte y una banda.

Sus días y eternas madrugadas de trabajo ya no serían desde Estados Unidos, en la floristería que acompañó a su bolsillo durante unos cuantos meses del 2020, y que ella define fue como estar en el limbo mientras sobrevivía a un ambiente de cansancio extremo y soledad.

En aquella época, el arte no era su trabajo. Experimentó la pandemia en el exterior, lejos del lugar que le vio ser y crecer. Tras renunciar a su trabajo para ir a Estados Unidos a trabajar, el siguiente objetivo era una vida en Canadá, un sueño en pareja que contemplaba tener su Bucaramanga natal a 4156 kilómetros de distancia. Pero los planes cambian y la distancia no solo ocurre entre países. Las personas toman rumbos diferentes, los sueños en pareja dejan de existir y los pensamientos luego de una ruptura son tan confusos como la misma búsqueda de identidad propia luego de estar en una relación. Incluso la música juega un papel importante dentro de muchos vínculos afectivos.

¿Qué es lo que me pertenece?

Tras su estancia en el exterior, decidió a volver a su hogar, Bucaramanga la recibe con un cartel de bienvenida para iniciar de nuevo su camino. Esta vez, su ropa no estuvo cubierta por pétalos de flores ni por una lista de eternos pedidos de ramos destinados a extraños que acaparan casi 12 horas de su tiempo.

Su personalidad melómana la ha acompañado en su vida, tal vez la pasión por la música convierte la vida en el *soundtrack* de una película.

¿Habrá adquirido eso por su eterno gusto a Crepúsculo?

—¡Bienvenida! la recibe su familia.

Necesitaba encontrar canciones que representaran un nuevo capítulo en su vida, música que le pertenezca solo a ella.

¿Se esperaba que su descubrimiento fuesen siete surcoreanos miembros de una banda de K-pop?

Esta pregunta es usual para los fanáticos del K-pop, como si la aparición de estos chicos ocurriera en el momento perfecto, la coincidencia exacta que determina un sinfín de acontecimientos futuros para la Sidney de 2020 que un día común se detuvo a ver el video de “Boy with luv” sin esperar que a partir de ese momento nacería un nuevo amor para su vida que le daría la oportunidad de crear sus propias ilustraciones, productos y convertir a Sid_fanart en una de las tiendas de fans con mayor reconocimiento en el país.

Fue fácil encontrar en cada uno de los integrantes de BTS una emoción diferente que puede representar en su arte. Su gusto por la teoría del color, el arte y el diseño lo pudo ver en la banda desde su apariencia hasta la dirección de arte en sus videos musicales.

—Escuchar música era tan doloroso, hasta que conocí a BTS y me di cuenta de que ellos no me recuerdan a nadie, son míos —. Cuenta Sidney.

En sus ojos, forma de hablar y en la camisa diseñada por ella misma de una ilustración de Namjoon, líder de la banda, se nota el compromiso y dedicación que ha invertido en ser una fan observadora y detallista, lista y emocionada por los aspectos artísticos de la discografía de la banda que se convierten en futuros diseño para su tienda con más de 7.000 seguidores en Instagram.

Las noches de insomnio y trabajo ya no estaban acompañadas por Crepúsculo de fondo mientras realizaba el trabajo de redes de empresas. Ahora, pasa largas noches en vela mientras su inspiración se deja sentir y la silueta de los chicos se traza con su lápiz. Bocetos, dibujos, acuarelas, colores y diseño pasaron de convertirse en una simple distracción a ser su trabajo estable.

Su habitación luce ordenada en medio del caos al ser su único taller, pero que no pierde la esencia de su personalidad. Con luz cálida y una que otra foto de los chicos le recuerdan quiénes son las musas de su empresa y trabajo.

La habitación del arte es su taller, el espacio que la ve ser y crear y donde la acompañan lives de BTS o una buena película de Studio Ghibli mientras diseña una nueva colección o producto de los chicos.

A pesar de su timidez y personalidad introvertida, ha logrado posicionarse y obtener el reconocimiento de ser la dueña y encargada de una de las tiendas con mayor reconocimiento en la venta y creación de productos fanart en Colombia, immovando y creando contenido con gran identidad de marca

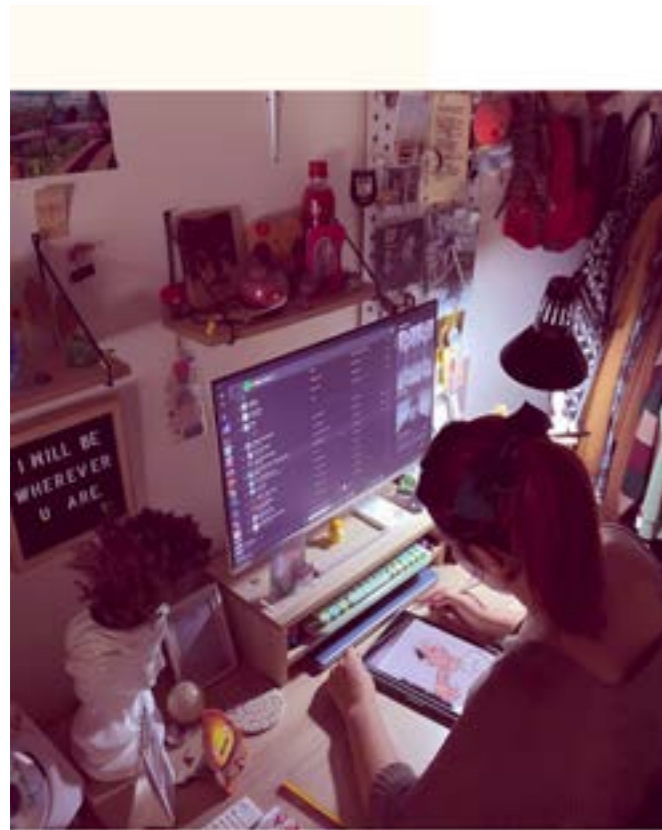
Seguirá creando, imaginando y dibujando a los chicos desde su amor, visión y sobretodo constante admiración mientras convive con las exigencias de crecer en el ámbito laboral desde su habitación del arte.

En la habitación del arte existe la imaginación.

En la habitación del arte los insomnios son permitidos.

En la habitación del arte las máquinas y telas imponen un taller.

En su habitación, Sidney crea su propio arte.



Fotografía:
Instagram @sidneytoulle



Fotografía:
Instagram @sid_fanart



ALGUIEN EN COREA DEL SUR TE ENTIENDE

Para muchos fans, los artistas se convierten en parte esencial de su vida, la música y existencia de su cantante favorito son fuente de felicidad y apoyo para afrontar malestares y problemas de salud mental, incluso pertenecer a un fandom se convierte en una comunidad que lucha por transmitir el mensaje de sus artistas favoritos. En el mundo existen varias fanbase dedicadas al apoyo de grupos de K-pop, proyectos e información para unir a las fans.

Todas estas iniciativas surgen del cariño, gratitud y dedicación de las fans, ahora mismo en redes como TikTok las fans hacen su propia comunidad. Son miles de cuentas repletas de contenido de banda, ediciones de videos y de historias sobre su experiencia al llegar al mundo del K-pop.

Lucy, army de México, de 31 años, tiene una cuenta en TikTok: “@Lucy. Mexicana” con 47 mil seguidores. Su objetivo principal era mostrar su experiencia tras vivir por una temporada en Corea del Sur como latina, consejos y contenido sobre la vida coreana. Cuenta que desde temprana edad sintió gusto por la cultura asiática, recuerda con cariño la comida china que preparaba su abuela cuando era tan solo una niña.

Alrededor del mundo, son millones los fanáticos del K-pop que entregan y dedican gran parte de su día a día a tener compromiso y lealtad con su idol, personaje al que atribuyen amor, aspiraciones y responsabilizan como su salvador, como aquel que a través de sus canciones ha logrado transmitir mensajes que empatizan con los sentimientos del fan.

“Nunca había sido fan de ninguna banda, de películas sí. El señor de los anillos es lo único, incluso tengo tatuado mi nombre en él. Eso hasta que conocí a BTS y al army”, cuenta Lucy.

Bandas como BTS se han mostrado en repetidas ocasiones interesadas por la salud mental de sus fanáticas; sus integrantes promueven la importancia de vivir la vida bajo el amor propio, la autoestima y el cuidado personal. Incluso el inicio de su carrera presenta el desarrollo de un adolescente encontrando su lugar en el mundo, problemas con la autoridad y una crítica al sistema.

Yoongi, de BTS, siempre se ha visto abierto a hablar en sus canciones sobre el suicidio, la depresión y convivir con trastornos mentales, letras que suelen ser un alivio para sus fans.

Para Lucy, la depresión crónica ha sido su realidad desde temprana edad. Durante su adolescencia, no tenía un diagnóstico por lo que su “aparente” tristeza era vista como rebeldía o como momentos difíciles durante esa etapa de su vida.

Ella se enfrentó a vivir repleta de expectativas y presión por alcanzar un ideal de perfección imposible de sostener, ser el ejemplo de la hermana mayor al crecer y destacar en actividades escolares.

A lo largo de su proceso descubriendo la razón de sus repentinos episodios de malestar y tristeza, ha vivido picos depresivos que han significado complicaciones para su calidad de vida y su desempeño en diferentes áreas de la cotidianidad.

En 2020, la depresión era constante, como ella misma relata; el sentimiento de vacío y tristeza extrema eran parte de su día a día. En ese momento, toda acción y pensamiento solo resultaban agotadores.

En búsqueda de distracciones y de tratar de mejorar, comenzó a hacer ejercicio desde su casa, con poco ánimo pero intentando tener un avance.

“Recuerdo que estaba tirada en el piso intentando hacer ejercicio, y buscando videos de la youtuber de casos de misterio que solía escuchar, apareció el video de ‘Boy with Love’, lo vi una, dos y tres veces, nada más me quedaba viéndolos. Dije: ‘Ellos hacen que el baile se vea muy fácil’, entonces eso me hizo parar e intentar aprender el baile: busqué hasta el tutorial. Eso fue lo que me sacó, estuve un mes así”, dice Lucy

En canciones como: “Answer: Love Myself” cantan sobre la importancia del amor propio para mejorar la calidad de vida. En 2018 BTS lanzó su tercer álbum, “Love Yourself: Answer”, que obtuvo más de dos millones de copias. En esta oportunidad, parte de las ventas serían donadas a la campaña de la banda “Love Yourself” con Unicef.

La conexión creada entre las fans de K-pop y su banda favorita trasciende las barreras de culturas, distancias e idioma. “Recuerda que hay alguien aquí en Corea del Sur, en la ciudad de Seúl, que te entiende”, dice Jimin, integrante de BTS para el video Dear Class 2020. Estas palabras y la existencia de la banda han servido de apoyo a miles de fans.

“Empecé a escuchar su música en coreano, busqué las traducciones de sus canciones y sus mensajes, empezaron a llegarme sus letras. Como: ‘Best of me y Euphoria’, cuenta ella.

Lucy afirma que BTS le dio la puerta para conocer sobre la cultura coreana y poder ser parte del army: “En army encontré una compañía, amistades y refugio. Recuerdo que la gente se burlaba de mi gusto por los coreanos y el K-pop. Mi pareja de esa época hablaba de eso con mi mamá, no entendían”.

Actualmente, su vida está en Corea del Sur, donde pasará varios años estudiando el idioma y la historia del país. Sus travesías durante esta nueva etapa de vida están documentados en su cuenta de TikTok: @Lucy.mexicorea.

Para muchos como Lucy, el K-pop ha significado un escape de su realidad, conocer e interactuar con el contenido de los artistas ha generado cambios positivos en sus vidas. Ahora su motivación, lo que llena de sentido sus vidas, es llegar a conocerlos, aprender su idioma, crear contenido a partir de la música de sus artistas e incluso viajar a Corea del sur.

A 3694 kilómetros, en Bogotá, Colombia, está Natalia, también de 31 años que al igual que Lucy es fan de BTS. Ambas comparten su amor por la banda, tienen a Jungkook como Bias y han convivido con la depresión desde hace varios años. Natalia también tiene una cuenta en Tikt Tok: @mor.natt con 11 mil seguidores; gran parte de su contenido es dedicado a BTS, charlas y libros pues la lectura es una de sus actividades favoritas.

BTS apareció en su vida en el momento perfecto, en abril del año pasado.

“Nunca había encontrado una banda o artista con el que sintiera tanto match, me gustaban muchas cosas, pero no al punto de decir que era mi banda favorita o que estaría con ellos hasta morir, no”, cuenta Natalia al recordar parte de sus gustos de adolescencia.

El algoritmo de Instagram le mostró un video de BTS haciendo una presentación en vivo y su curiosidad despertó.

“Me enganché, no lo pude evitar. En abril del año pasado empezaron a salir un montón de videos, a inicio de año estaba en un bajón depresivo, mal, renuncié a mi anterior trabajo y me sentía en un lugar muy oscuro”.

El 4 de mayo de 2023 publicó en su cuenta de TikTok un video donde contaba lo obsesionada que estaba con BTS, la cultura coreana y cómo era la primera vez que convivía con ese tipo de emociones, el conocer un nuevo mundo. El video obtuvo 922 comentarios de fans de la banda que la apoyan y empatizan con su sentir.

“Son siete personajes, siete chicos con diferentes personalidades que permiten que puedas hacer click con ellos dependiendo de tus gustos. Cada uno tiene una personalidad que te hace decir ¡Wow! existe un magnetismo de verlos siendo como una persona real; por ejemplo Suga, persona con la que conecto bastante por el tema de la depresión, lo admiro”.

“Él decidió quedarse en la vida y me hace pensar que yo también puedo quedarme, decidí hacerlo, aferrarme a la banda. En temas de salud mental es importante aferrarnos a lo que nos hace sentir algo, en mi caso: ellos.”

Para las fanáticas del K-pop, ni miles de kilómetros de distancia, ni la diferencia de idioma ni la poca probabilidad de conocerlos son impedimentos para entregar gran parte de su vida a los artistas, como cuenta Natalia: “Han salvado mi vida. Verlos me curó de una constante tristeza”.





EL UNIVERSO DE BTS

La industria del K-pop, sus bandas y artistas generan bastante contenido para sus fans: desde videos musicales, detrás de escena, conciertos con transmisiones en vivo y programas de entretenimiento de las bandas. Es una industria que promueve el excesivo consumo de material del famoso para mantener la atención e interacción de las personas.

El universo del K-pop crea en las fans diferentes respuestas tras el consumo del contenido. Algunas deciden crear cuentas en redes sociales dedicadas a publicaciones sobre el cantante para demostrarles su apoyo; se dedican a hacer ediciones con canciones virales de TikTok y a mantener al tanto al resto del fandom sobre las noticias de su idol favorito.

Otras fans deciden expandir el panorama; omiten lo obvio y se sumergen en un amplio estudio de videos musicales, letras de canciones y simbología. En general, estudian el material de las bandas desde lo cultural, lo artístico, lo político y lo literario. Luego comparten sus análisis en diferentes redes sociales.

En TikTok, la cuenta de [@nahomietod](#), con 62 mil seguidores, publica este tipo de videos desde 2021. Allí comparte con su público su interpretación y hallazgos tras el estudio del contenido de la banda BTS. Uno de sus videos con mayor número de vistas es hablando sobre el simbolismo de Jimin, exploración de género y sexualidad.



Nahomi Nieto

Nahomi Nieto es egresada de literatura, maestra de inglés y fan de BTS. Ha creado videos que proyectan su conocimiento en diferentes ámbitos sociales y culturales, pero cruzados con la atención que ha prestado a los integrantes de la banda para poder construir el contenido de su cuenta de TikTok.

¿Cómo construyes tus análisis para crear tus videos?

Tenía los perfiles artísticos de BTS muy bien estudiados, esa era la manera en la que yo apoyaba a la banda. Desde BTS no me he vuelto fan de esa manera de nadie, pero antes de ellos sí he sido fan a ese punto de varios artistas; desde chiquita, casi desde mis 14 años, he querido crear este tipo de contenido. Uno de mis hobbies era mirar entrevistas y leer las letras, ese es mi primer paso: leo las letras y luego las entrevistas.

¿Cuáles han sido las líneas de interés para tus videos desde el contenido de BTS?

BTS tiene líneas específicas y sus proyectos individuales tienen otras líneas, entonces es importante ver el comienzo de eso. En sus inicios, BTS tuvo influencias musicales del Hip Hop y canciones con una crítica social. En ese tiempo BTS se iba en contra de los mayores en canciones como "Spine Breaker", donde parodian a los mayores cuando les dicen a sus hijos que son unos vagos. Ese tipo de líneas y canciones eran las que más me interesaban, de crítica social, entonces por ahí puedes rastrear tintes de marxismo o al menos una noción anticapitalista; eso está en las letras y Yoongi ha hecho referencias específicas a eso. Me interesaba mucho. Otra línea por la que BTS mostraba interés era el arte, también esa ventana del amor y su manera no normativa de percibirlo, como Yoongi y Namjoon manteniendo pronombres neutros, la manera en que ellos exploran el género y el deseo como por otros lugares.

¿Cuál fue uno de tus objetivos al publicar tu contenido?

Uno de los puntos por el que hacía el contenido era porque había notado que existía una desconexión muy grande entre lo que estaba diciendo BTS y lo que luego hablaban que opinaba la banda. Los análisis también partían de acercar más a BTS a nosotros porque lo que yo hacía era desde mi bagaje cultural y el conocimiento que he podido recolectar a través de los años, pero también de la atención que le había puesto a BTS y por eso podía compartirlo y hacer análisis. Me parece que eran cosas que ya decía BTS. Yo podía ampliarlas por mis conocimientos, pero todo iniciaba con BTS.

¿Qué notaste en BTS cuando comenzaste a escucharlos?

Una de las cosas que más me sorprendió cuando empecé a escuchar a BTS es que genuinamente son muy inteligentes, me sorprendía mucho su inteligencia porque debutaron muy jóvenes. Las primeras canciones que me gustaron no eran los singles, me adentré por otro lado de BTS y me di cuenta de que era muy diferente a lo que había percibido cuando mi amiga me los recomendó a los 16 años.

¿Cómo crees que funciona ese universo creado por el K-pop?

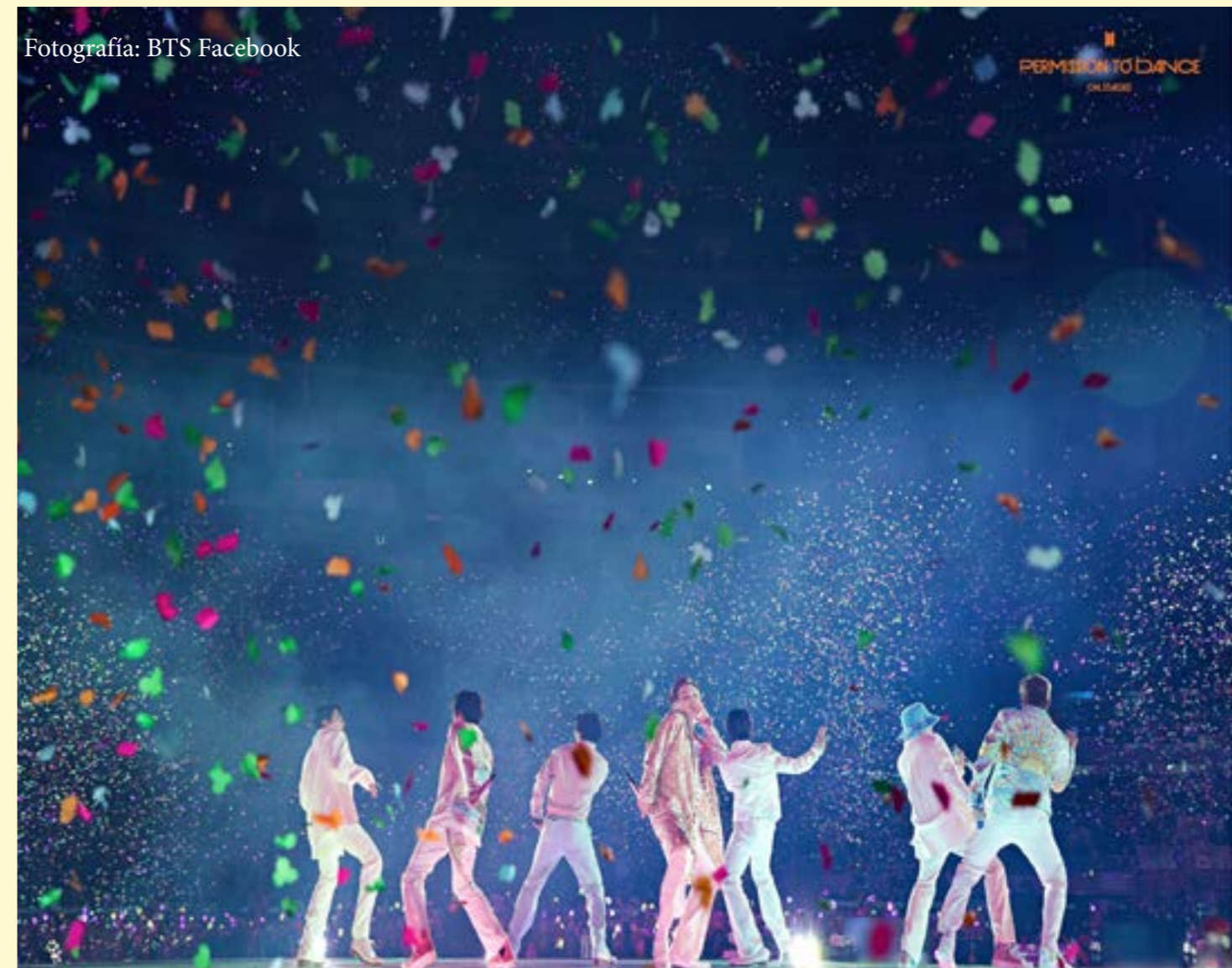
Básicamente se crea un universo-mercancía que se pueda dar a la mayor cantidad de personas, crean un mundo de entretenimiento circular muy completo que supla todas las necesidades que alguien pueda tener, necesidades emocionales e intelectuales.

BTS puede cubrir eso de maravilla, tiene cosas culturales más retadoras, pero tienes un montón de contenido que te da extremo confort. Ese mundo crea fans que son demasiado apasionados y es muy entendible que una fan se dé cuenta de todas las necesidades que le suple BTS sin tener un deber de hacerlo, por eso las fans se sienten agradecidas después de todo el apoyo que sienten y les cogen un cariño impresionante, después de eso todo se debe mover en la manera en la que quieres comprar todo lo que ellos saquen porque quieres que todos ellos estén bien.

¿Por qué crees que en el K-pop se genera un vínculo diferente al que se da con artistas de occidente?

Esa es la manera en que está diseñado el K-pop. Yo creo que los pilares del K-pop son: el performance, en ese pueden salir más cosas como videos musicales, el baile y las presentaciones en vivo; luego está la música y luego los fans.

El fandom siempre fue muy importante para el K-pop; no sé si específicamente en Corea porque me parece que los japoneses también son así, pero en el K-pop crean un mundo circular en el que el fan tiene como de todo un poquito. No creo que las agencias de los artistas tengan cultos como tal, pero sí crearon un culto, solo que no está visto de esa manera. Ser fan es muy bonito y puede salvarte, pero como todo en la vida hay que tener límites, no se puede llevar el fanatismo a otro nivel.

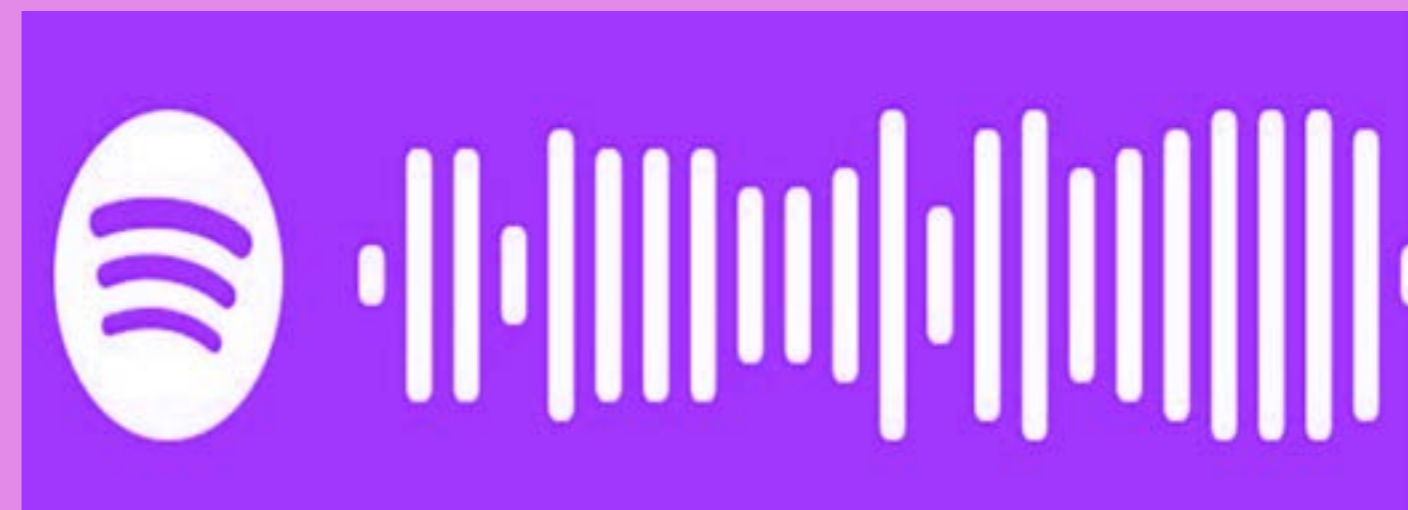


BTS concierto: Permission to Dance on Stage en Estados Unidos

PLAYLIST



¡DISFRÚTALA!



PARA UNA KPOPER COMO YO

Kodak EasyShare M530

