

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DEL PERÚ**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**



**La influencia de los k dramas sobre la perspectiva de la masculinidad y  
belleza masculina de jóvenes peruanos de entre 19 y 27 años como  
espectadores de doramas**

Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Antropología  
presentado por:

Silva Gonzales, Judith Eunice

Asesor(es):

Fuller Osores, Norma Josefina

Lima, 2022

## AGRADECIMIENTOS

Aprovecho este espacio para agradecer a Dios por abrir las puertas para que esta investigación pueda desarrollarse naturalmente.

Asimismo, quiero agradecer el apoyo de mi familia, y el de mi asesora Norma Fuller quien fue mi guía durante este proceso de investigación.

Finalmente, quiero agradecer a Cristina Rojas por su ayuda al conectarme con personas interesadas en formar parte de este trabajo. En ese sentido, quiero agradecer a los informantes quienes con gran disposición y entusiasmo accedieron a formar parte de esta investigación.



## RESUMEN

La cultura popular coreana se expande alrededor del mundo a través del k pop y los k dramas, que dan gran importancia a la estética y presentación de sus artistas. La bibliografía revisada expone las características de los seguidores del hallyu en Perú, la percepción de masculinidad de los jóvenes varones peruanos y la promoción de la llamada “masculinidad suave” que proyecta el hallyu a través de los dramas y el k pop.

El marco conceptual de este trabajo parte del capitalismo artístico, pues el objetivo de la presente investigación se enfoca en la influencia que ha alcanzado el hallyu en relación al tipo de masculinidad y belleza masculina que promueve a través de la presentación de sus artistas. Por lo que, se plantea realizar la investigación desde un enfoque etnográfico e ingresar al campo a través del muestreo no probabilístico de la bola de nieve. Así, se planea realizar observación participante en las comunidades de Facebook de doramaniacs, encuestas a los seguidores de una cuenta de Facebook creada para reunir al universo de estudio y entrevistas a profundidad. La bibliografía revisada lleva a concluir que si bien hay estudios sobre la llegada del hallyu a Latinoamérica que logran captar las características principales de la influencia a través de estudios más cuantitativos que cualitativos, considero importante realizar un estudio cualitativo que recoja la información a partir del contexto del sujeto investigado y de sus propias palabras.

Palabras clave: dramas coreanos, capitalismo transestético, masculinidad, belleza masculina.

## RESUMEN

Korean popular culture is expanding around the world through k pop and k dramas, which attached importance to esthetic and the image of their artists.

The bibliography reviewed presents the features of the Hallyu followers in Peru, the masculinity perception of young Peruvian boys, and the promotion of the so-called 'soft masculinity' that projects Hallyu through dramas and k-pop.

This paper has its conceptual framework, to begin with, artistic capitalism because this investigation focus on the influence that Hallyu has achieved concerning the kind of masculinity and masculine beauty that promotes through the introduction of its artists. Therefore, the investigation was realized from an ethnographic approach and introduced to the field through a non-probabilistic sampling of the snow bowl. Hence, it is planned to perform: a participant observation into the Facebook communities of doramaniacas, surveys to the followers from a Facebook account created to reunite the whole universe of study, and finally in-depth interviews.

The bibliography reviewed leads to conclude that studies about the arrival of Hallyu in Latin America achieve to capture the principal features of the influence through methods more quantitative than qualitative. Consequently, I consider important to carry out a qualitative study that gathers the information from the context of the screened individual and from its own words.

Keywords: Korean dramas, trans aesthetic capitalism, masculinity, and masculine beauty.

## ÍNDICE

Introducción.....	1
Capítulo I: El problema de investigación .....	2
1.1. Presentación del problema de investigación.....	2
1.1.1. Expansión del hallyu en Asia.....	2
1.1.2. Expansión del hallyu en América.....	3
1.2. Preguntas de investigación.....	6
1.3. Objetivos.....	6
1.4. Estado de la cuestión.....	7
1.5. Marco teórico .....	12
1.5.1. Capitalismo artístico-enfoque marxista.....	13
1.5.2. Melodrama.....	13
1.5.3. Belleza idealizada.....	15
1.5.4. Masculinidad versátil .....	16
Capítulo II: Metodología empleada .....	19
2.1. Sujetos de estudio .....	19
2.2. Espacios virtuales .....	20
2.3. Técnicas de recojo de información .....	22
2.4. Balance acerca del trabajo de campo y el acercamiento etnográfico .....	24
Capítulo III: Los inicios de un espectador de doramas.....	29
3.1. Primer vistazo: Entre la curiosidad por la diferencia y el atractivo de los actores .....	29
3.2. La popularidad crece por actores y romances .....	31
3.3. Balance del capítulo.....	31
Capítulo IV: Influencia de los k dramas en diferentes aspectos de vida .....	32
4.1. Doramas extienden las fronteras de la imaginación y amplían posibilidades .....	32
4.2. Balance del capítulo.....	34
Capítulo V: Visionado de dramas.....	36
Capítulo VI: Ampliación de la masculinidad .....	37
6.1. Desilusión: Personaje masculino vs realidad surcoreana .....	37
6.2. ‘Hay muchas formas en que puede ser un chico’ .....	39
6.3. No hay conflicto: ser hetero y cuidar tu imagen personal .....	41
6.4. Quebrando el patrón binario: ‘Una persona puede ser lo que quiera’ .....	42

6.5. Balance del capítulo.....	43
Capítulo VII: Belleza masculina.....	45
7.1. Héroes perfectos o pedantes agresivos.....	45
7.2. Cuando la belleza física es utópica y la realidad, distinta .....	46
7.3. Ampliación de perspectiva sobre belleza masculina.....	47
7.4. Balance del capítulo.....	48
Capítulo VIII: La perspectiva propia vs la perspectiva de la sociedad.....	50
8.1. Masculinidad vs masculinidades vs constructo social.....	50
8.2. La conducta sobre la belleza subjetiva .....	51
8.3 Balance del capítulo.....	52
Conclusiones preliminares .....	54
BIBLIOGRAFÍA.....	60



## Introducción

En el presente trabajo se desarrollará el proyecto de investigación enfocado en el estudio de la influencia del hallyu en la juventud peruana. El planteamiento del proyecto consiste en investigar la influencia de los dramas coreanos (k dramas) en la perspectiva de los jóvenes peruanos a través de encuestas, entrevistas a profundidad y grupos focales que logren recoger el punto de vista de los participantes, y desde sus propias palabras. En ese sentido, se trata de estudiar y comprender los cambios o transformaciones que han podido tener lugar en la mentalidad juvenil en relación a la masculinidad y la belleza masculina que son dos aspectos que resaltan de los dramas coreanos. Asimismo, se busca comprender las razones que llevaron a los jóvenes a ver doramas y qué aspectos de su vida se vieron influenciados por el visionado de los mismos.

El trabajo está dividido en ocho capítulos, a los que se añade la introducción, conclusiones, bibliografía y anexos. En el primer capítulo se presenta el problema de investigación, las preguntas y objetivos, el estado de la cuestión y el marco teórico. En el segundo capítulo se desarrolla un balance de la metodología empleada. El tercer capítulo explica cómo surge el acercamiento de los sujetos de estudio a los dramas coreanos. En el cuarto capítulo se expone en diferentes grados, los aspectos influenciados por los doramas en la vida de los participantes. En el quinto capítulo, se explica el porqué de la influencia de cualquier drama en las perspectivas del espectador sobre masculinidad y belleza masculina. En el sexto capítulo, se desarrollan los diversos patrones de pensamiento de los participantes que evidencian la ampliación de la masculinidad a otros campos. En el séptimo capítulo se explica cómo la belleza mostrada en los doramas termina siendo utópica para los participantes y cómo su propia concepción de belleza se vuelve subjetiva. El octavo capítulo se enfoca en las diferencias de opinión que existen entre los participantes y la sociedad en la que viven. Por último, se exponen las conclusiones referidas, en líneas generales, a la ampliación de conceptos de masculinidad y belleza masculina; así como a su ambigüedad.

## Capítulo I: El problema de investigación

### 1.1. Presentación del problema de investigación

En los últimos años, la popularidad de la cultura coreana se ha ido expandiendo globalmente gracias al impulso de la famosa 'ola coreana' (hallyu). El hallyu se refiere a la creciente popularidad de la cultura popular coreana en relación a la música, dramas de televisión, películas y estilos de moda (Ko et al., 2014). Es decir, la ola coreana significa la expansión de la popularidad de la cultura coreana a nivel global a través de la producción de películas, dramas coreanos, música pop y estilos de vestir cuyo contenido fue bien recibido a lo largo de los años por diferentes países. No obstante, cada país recibió de forma diferente esta popularidad, ya que el período de tiempo en que creció la popularidad de la cultura coreana fue diferente dependiendo del lugar así como las edades promedio de los consumidores de esta ola. Así, es importante señalar cómo se expandió tanto en Asia como en Latinoamérica. En ambos casos el Hallyu se popularizó gracias a la televisión y continúa haciéndolo a través del internet gracias a las nuevas tecnologías (celulares, laptops, tabletas).

#### 1.1.1. Expansión del hallyu en Asia

A partir de los años 90 la cultura surcoreana logra atraer al público de países como China, Taiwán y Hong Kong a través, principalmente, de los dramas coreanos. Fueron actores como H.O.T., Kim Hee Sun y Ahn Jae Wok quienes contribuyeron a que esta ola cruce fronteras (Embajada de la República de Corea en Honduras, 2019).

Luego de la difusión del hayllu en los países sino parlantes, se expandió en Japón país con el cual Corea del Sur tiene un intenso intercambio cultural. Este género hizo furor entre las amas de casa japonesas con la difusión en 2004 de la serie "Sonata de Invierno" protagonizada por Bae Yong-Jun y Choi Ji-Woo. El segundo boom de la ola surcoreana en Japón fue gracias a dramas históricos como "La joya en el palacio", "Heo Jun" y "Sangdo" cuya audiencia estuvo compuesta sobre todo por hombres de mediana edad y amas de casa. El tercer boom surgió con el éxito de la música pop coreana gracias a grupos de k pop como Dong Bang Shin Ki (TVSQ), Super Junior y Big Bang que abrieron una nueva era en la expansión de la ola coreana al atraer a los jóvenes japoneses.

El furor por el hallyu también llegó a otros países del sudeste de Asia como Singapur, Vietnam, Camboya, Laos, Malasia, Indonesia, Filipinas y Myanmar. El continente americano no fue ajeno a esta expansión irrefrenable de la ola coreana.

Los países afectados por esta popularidad fueron EE.UU., Canadá, México, Honduras, República Dominicana, Chile, Perú, Argentina, Paraguay y Brasil. En ese sentido, en Latinoamérica este es un fenómeno que corresponde a la segunda ola de expansión del hallyu al igual que en el Medio Oriente y Europa (Ko et al., 2014).

### 1.1.2. Expansión del hallyu en América

En Perú la expansión de la primera ola coreana comenzó con la difusión de dramas que el gobierno de Corea facilitó durante los años 2000. Así, los dramas como 'Todo sobre Eva' y 'Dae Jang Gum' alcanzaron un 5% de rating en la televisión nacional de Perú, transmitido por Panamericana. Entonces, empezó a surgir el interés por los dramas, los actores, la cultura y la música popular (Kot et al., 2014). Así, a partir del 2011 se incrementó el interés por la cultura coreana, principalmente de los jóvenes peruanos, quienes se sintieron atraídos por la aparición de dramas como 'The 1st Shop of Coffee Prince', 'Boys over Flowers' y 'Dream High' (Kot et al., 2014).

A partir de ello también se interesaron por la música pop coreana, debido a que varios de los protagonistas de las series mencionadas eran parte de algún grupo musical coreano. La popularidad ha crecido tanto que inclusive la llegada de grupos o bandas de K pop ocupa un espacio importante en los medios de comunicación peruanos. Así, la llegada del grupo de k pop 'Big Bang' al Perú en 2012 fue reportada por medios como El Comercio, La República, el canal de radio RPP y el canal de televisión de Frecuencia Latina. Asimismo, se crearon varios grupos de fandom de diferentes grupos musicales de Kpop como Jaejoong Addiction, ELF Peru (fans del grupo de kpop Super Junior), Hato Peru, and SHINee Peru (fans del grupo de kpop SHINee). Así, Molnar (2014) expone en su trabajo que se estima que los seguidores del Hallyu en Perú llegan a 30 millones (como se citó en Kot et al., 2014, p.9).

En ese sentido, la popularidad de la cultura coreana no ha hecho más que crecer desde el 2000 y ha generado cambios importantes en la forma de vida de los jóvenes peruanos al punto de sembrar en ellos el interés de aprender una lengua tan diferente al español como es el coreano, querer informarse sobre la cultura surcoreana, seguir las tendencias de moda surcoreana, probar su gastronomía, comprar sus productos y hasta contemplar la posibilidad de viajar a Corea en un futuro.

En un estudio sobre la influencia del Hallyu en Perú: 'Landing of the Wave: Hallyu in Peru and Brazil' realizado el año 2014 por Nusta Carranza Ko, Song No, Jeong-Nam Kim y Ronald Gobbi Simões, se aplicó una encuesta a 225 personas. En los resultados se muestra que la proporción de mujeres encuestadas dominó con un 90.2%

frente a 7.6% de los hombres encuestados; el 50% se identificó con 20 años de edad, mientras que el otro 50% se identificó con 22 años de edad; el 49.8% son mestizos peruanos que están en la categoría de ingresos bajos de la sociedad y el 57.5% se encuentra en el proceso de completar su licenciatura universitaria. Es decir, la mayoría de los seguidores del hallyu son mujeres mestizas, están cursando una carrera en la universidad, tienen entre 20 y 22 años de edad y se los puede clasificar en la sección de ingresos bajos de la sociedad. Al evaluar los resultados, se expone que existe una mayoría aplastante de mujeres jóvenes seguidoras de la popularidad de la cultura coreana.

El estudio también explica que es, principalmente, gracias a la televisión y al internet que se ha logrado difundir el fenómeno surcoreano en nuestro país, pues las primeras novelas coreanas fueron emitidas por el canal de televisión de Panamericana, y actualmente los jóvenes pueden ver videos musicales de K pop y dramas coreanos a través de plataformas y aplicaciones como YouTube, Facebook, Netflix, Viki, etc. Además, el internet no solo permite visualizar videos acerca de la cultura coreana, sino que también permite a los seguidores crear páginas en Facebook, por ejemplo, para construir comunidades que compartan sus gustos y formas de pensar en cuanto a la música, doramas y actores favoritos coreanos.

Es sabido que los medios de comunicación masivos y la industria del entretenimiento promueven miradas que fortalecen ciertas formas de ver el mundo. Puede decirse que, actúan como agentes de socialización en los cuales se construyen y reproducen discursos que fortalecen roles y estereotipos de género que tendemos a naturalizar (Barchiesi & Samar, 2018). Ahora bien, en los últimos años se observa una tendencia en las estrategias publicitarias dirigidas a la población masculina para promocionar productos que relacionen al hombre joven con la estética. En efecto, en Corea del Sur la industria de la belleza ha incluido la promoción de productos estéticos a partir de modelos masculinos, como el ídolo de k pop G-Dragon que en el 2013 fue la imagen de la marca de cosméticos 'The SAEM' para promocionar un lápiz labial rojo convirtiéndose en la primera celebridad masculina en promocionar el uso de labial rojo. Entonces, es a partir de este nuevo enfoque en la estética masculina que en un artículo de la BBC news sobre los Flower Boys calificó a Corea del Sur como "Pionero en belleza masculina", pues el hecho de que los artistas del k pop usen maquillaje abre posibilidades de que sea más aceptable que los hombres en la calle también lo usen. Por consiguiente, los hombres empiezan a sentir voluntad (o quizás presión) por

mejorar su imagen, así como las mujeres la vienen sintiendo varias generaciones atrás (Asher, 2018).

Sin embargo, es evidente que existen grandes diferencias culturales entre la cultura peruana y coreana, una que sobresale se refiere al modo en que se entiende la masculinidad. De acuerdo con los estudios sobre el tema Norma Fuller (2018) y Julio Villa (2015) sostienen que la masculinidad se constituye en oposición a lo femenino y sus rasgos más saltantes son la fuerza y la autonomía. La belleza masculina denominada atractivo se asocia con la fuerza que expresa un cuerpo duro y musculoso (Fuller, 2018).

No obstante, el debate sobre el uso de adornos y los cuidados corporales es una arena donde los jóvenes varones peruanos cuestionan los mandatos de la masculinidad hegemónica (Fuller, 2001). Los jóvenes invierten más tiempo y dinero en el cuidado y arreglo del cuerpo, prácticas antes reservadas mayoritariamente para las mujeres (Villa, 2015). En los jóvenes de sectores altos y medios de Lima se abre la posibilidad de usar maquillaje para mejorar la apariencia y adornos que resalten sus figuras. Sin embargo se trazan límites precisos entre los arreglos, y adornos masculinos y femeninos (Villa, 2015).

En contraste con la sociedad peruana, la concepción de masculinidad que proyecta el hallyu es completamente diferente. La versión coreana resultaría chocante y contradictoria (Martínez, 2019). En efecto, la imagen de masculinidad de latino américa está asociada a la guerra, la violencia sexual, la conquista y el poder; mientras que la imagen de masculinidad proyectada en los doramas la asocia a la dulzura, gentileza, carisma tierno y cuidado de palabras hacia las mujeres. Es decir, una imagen que tiene el carisma masculino y que refleja, al mismo tiempo, ternura femenina (Kot et al., 2014). En ese sentido, Jung (2010) sostiene que el personaje principal en escena es el 'chico flor' o aquel denominado 'kkonminam', el cual se caracteriza por: un look bonito como de chica, un cuerpo tonificado y depilado, y una personalidad inmadura y desconsiderada (como se citó en Miyose & Engstrom, 2015, p.4). Entonces, Rhee (2015) señala que el kkonminam se presenta con un look andrógino pues en él se combinan rasgos faciales delicados y un físico musculoso; presentando un ideal en que los hombres son suaves y femeninos en comportamiento y apariencia, al mismo tiempo que mantienen su físico masculino tradicional (como se citó en Rivera, 2018, p.211). La idea del 'chico flor' se presenta de manera recurrente en los dramas coreanos, pues siendo la estética un aspecto clave de mostrar en estas

series, es normal que se muestren a los personajes masculinos usando maquillaje, ropa extravagante, tonalidades de cabello llamativas, entre otros (Eiras, 2015).

Entonces, frente a la expansión e influencia del hallyu que se evidencia actualmente en los jóvenes peruanos, cabe preguntarse cómo Corea del Sur a pesar de ser cultural, social y económicamente diferente de los países latinoamericanos ha podido lograr tal influencia sobre los jóvenes peruanos; inclusive, en su perspectiva sobre el ideal de masculinidad como uno más versátil y con características femeninas. Consecuentemente, considero importante problematizar la perspectiva de masculinidad y belleza masculina de los jóvenes peruanos y preguntarse ¿Cómo influyen los k dramas en la percepción en torno a la masculinidad y los ideales de belleza masculina de los jóvenes peruanos de entre 19 y 27 años?

## 1.2. Preguntas de investigación

### 1.2.1. Principal

¿Cómo influyen los k dramas en la percepción de los jóvenes peruanos de entre 19 a 27 años en torno a la masculinidad y la belleza masculina a partir de la presentación de los actores y personajes masculinos?

### 1.2.2. Secundarias

¿Cuáles son las razones que motivan a los jóvenes peruanos a ver dramas coreanos?

¿Cómo han cambiado la perspectiva y las aspiraciones sobre la masculinidad en los jóvenes a partir del visionado de los dramas coreanos?

¿Cómo se han transformado las perspectivas sobre el ideal de belleza masculino en los jóvenes a partir del visionado de dramas coreanos?

## 1.3. Objetivos

### 1.3.1. Principal

Investigar cómo influyen los dramas coreanos, a través de la realidad ficticia que construyen, en las perspectivas que tienen los jóvenes en torno a la masculinidad y la belleza masculina.

### 1.3.2. Secundarios

Entender los motivos que influyen en el interés de la juventud peruana para consumir K dramas.

Comprender la forma en que la perspectiva y las aspiraciones sobre la masculinidad de las y los jóvenes se han transformado debido a la influencia de los dramas coreanos.

Investigar los cambios de perspectiva sobre los ideales de belleza masculina que se han podido desarrollar en la mentalidad de las mujeres y varones.

#### 1.4. Estado de la cuestión

El siguiente estado de la cuestión se basa en el análisis de diferentes estudios acerca de la expansión de la ola coreana, la influencia de los k dramas y la imagen masculina que proyectan los mismos. Debido a la recurrencia de ciertos temas, han sido ordenados en los siguientes títulos o líneas de investigación.

##### 1.4.1. Expansión del hallyu en Perú

El estudio sociológico de Nusta Carranza Ko, Song No, Jeong-Nam Kim y Ronald Gobbi Simões titulado 'Landing of the Wave: Hallyu in Peru and Brazil' (2014), no solo investiga la expansión del Hallyu en Perú, sino que realizó encuestas a los jóvenes seguidores de las diversas expresiones de la cultura surcoreana para poder conocer sus características.

En ese sentido, gracias al estudio se ha podido entender cómo es que las tendencias de la cultura coreana generaron un cambio en la forma en que los jóvenes peruanos se expresan y piensan. Prueba de ello son los grupos de jóvenes que se organizan para practicar las coreografías de k pop en las calles de Lima como en el Campo de Marte. También, gracias a este trabajo se sabe cómo se fue dando la llegada de la ola coreana a Perú, así como que la mayoría de seguidores del Hallyu son mujeres, pues los investigadores aclaran que la mayoría de encuestados como seguidores fueron mujeres de 20 y 22 años.

##### 1.4.2. Espacios imaginados desde los dramas

Shawn Shimpach (2011) a partir de su estudio 'Viewing' explica desde un enfoque de las ciencias de la comunicación que mirar para los observadores no solo implica un encuentro con lo visual, sino que constituye una experiencia moral y cultural relacionada directamente con cuestionamientos que se haga el espectador. De manera que, los espectadores de un producto audiovisual no solo lo miran; es decir, no solo se quedan con la imagen presentada, sino que el contenido les permite vivir experiencias de diferentes tipos que pueden provocar que se cuestione aquello visto.

Por consiguiente, la audiencia puede redefinir su experiencia al mirar bajo una luz diferente que puede ser política, social, nacional, etc (2011). Por último, el autor explica que anteriormente el espectral se hacía de forma colectiva, pero debido al avance tecnológico se volvió mucho más individual.

#### 1.4.2.1. Espacios imaginados a partir de los dramas coreanos

A partir de una investigación empírica, David Chang (2016) señala en su estudio sobre la relación entre los dramas de televisión, la proximidad cultural y la motivación para viajar, que los espectadores de los dramas coreanos de televisión tuvieron un largo tiempo para sumergirse en la fantasía de las historias y de los personajes para poder experimentar un escape de la realidad. Esto debido a que los dramas tienen el poder de transmitir varios mensajes a los espectadores a través de sus historias, escenarios y entre otros, que pueden cambiar la perspectiva y comportamiento de estos. Así, cuanto más se mire dramas de televisión, será más alta la motivación de los espectadores para poder visitar las escenas vistas; por ello, Chang relaciona el consumo de los dramas de televisión con la motivación del espectador para hacer viajes de turismo hacia los escenarios presentados mediante las historias de los dramas (2016).

Los trabajos de estudiosas como Grace MyHyun Kim y Delila Omerbašić (2016) sobre 'Multimodal Literacies: Imagining Lives Through Korean Dramas' abordan, desde un punto de vista literario, los caminos por los cuales los espectadores toman un punto de referencia para crear e imaginar una vida diferente a la suya. Ellas proponen que, gracias al internet y a las alfabetizaciones multimodales desarrolladas en una cultura popular transnacional, los k dramas permiten a los adolescentes imaginar vidas diferentes a aquellas de sus contextos locales. Es decir, el consumo de dramas coreanos (doramas) permite a los espectadores distanciarse del estatus social en que fueron posicionados por su sociedad para poder imaginarse en otra posicionalidad basada en una sociedad distinta a la suya; en ese sentido, lo ven como un escape de su realidad. Asimismo, encontraron que los adolescentes que miraban k dramas reflexionaban sobre las experiencias de vida retratadas por los dramas, y también sobre las vidas descritas por otras fans de los dramas coreanos (Kim & Omerbašić, 2016). Es decir, a partir de la ficción presentada por los k dramas, las adolescentes reflexionaban sobre su propia vida e intercambiaban sus vivencias con otros fanáticos de este tipo de dramas.

#### 1.4.3. Ideales de belleza masculina

El trabajo del sociólogo Georg Simmel que se enfoca en la figura del transexual busca explicar quién es este individuo desde el término 'übergeschlechtlich' difícil de traducir como transexual específicamente, puesto que este término es ubicado como más allá de lo sexual o de la orientación sexual (Kramer, 2018). Asimismo, el estudio de Julio Villa (2015) aborda, desde un enfoque antropológico, los ideales de belleza en jóvenes de Lima. A través de este estudio el autor señala que dentro de un sistema de género que implica una manera hegemónica de ser hombre, el cuerpo adquiere un rol fundamental para configurar y representarse a sí mismo frente a los demás. Ello debido a que este sistema requiere una constante representación de masculinidad y represión de emociones (2015). De manera que para los hombres el cuerpo viene a ser el principal instrumento para reafirmar ante los demás su propia masculinidad. Así, este cuerpo se construye y adquiere significado social, cultural e históricamente, pues siempre está inmerso en una trama de significaciones (Villa, 2015). En ese sentido, no solo se tiene un cuerpo, sino que también se produce un cuerpo a través del trabajo corporal, la escenificación corporal o la decoración a través de prácticas de estética corporal.

Por otro lado, Villa explica que existe un nuevo ideal de belleza masculina: el metrosexual. Es aquel que cuida su apariencia, se interesa en la moda, la ciudad, el arte y la música. Asimismo, señala que la metrosexualidad en realidad es un nicho creado por el capitalismo porque el mercado de la cosmética femenina está saturado (2015). Así, los que están encargados de dirigir el mercado estético consideran a los metrosexuales como líderes de estilo que podrían promover nuevas tendencias o direcciones hacia donde se dirija la masculinidad (2015). Por otra parte, Abdiel Martínez (2012) desde su análisis del discurso televisivo sobre la representación de la masculinidad, señala lo contrario cuando explica que las masculinidades emergentes como la relacionada a la figura masculina del metrosexual tiene poca cabida en los medios y es sujeto de estereotipación (2012). A pesar de ello, Martínez también explica que con la influencia de industrias de belleza se construyó al sujeto metrosexual cuyo cuerpo representa al hombre pos moderno que no busca solo atraer a las mujeres, sino que busca una satisfacción visual de su propio cuerpo.

En relación a estos cambios, Fuller (2012) encuentra que los estereotipos que exacerbaban la fuerza y la autoridad como atributos masculinos están en retroceso entre los jóvenes peruanos. Ellos no definen el machismo como algo positivo, sino como una expresión de inseguridad respecto de su propia virilidad o su capacidad de

obtener reconocimiento de los pares. De manera que ven el abuso de poder masculino como una reacción irracional contra las demandas de igualdad de la mujer y su temor de ser desplazados por ellas (Fuller, 2012).

En suma, en la actualidad, para los jóvenes peruanos el machismo evidenciaría temor frente a la presencia femenina cada vez más fuerte en el ámbito público que antes solo estaba reservado para los varones. Sin embargo, se sigue definiendo lo masculino en oposición a lo femenino. Así, el maquillaje resulta sospechoso y se resalta que un varón no debe usar adornos femeninos; inclusive, mientras que la belleza estética se asocia a lo femenino respecto a la delicadeza, suavidad y características finas; la belleza masculina denominada atractivo se asocia con la fuerza que expresa un cuerpo duro y musculoso (Fuller, 2018). En efecto, cuando los entrevistados hablan sobre el arreglo masculino, lo diferencian de lo femenino y de lo metrosexual pues lo consideran exagerado y artificial; debido a que, la estética masculina sigue siendo un tema tabú porque se lo relaciona con la homosexualidad y el afeminamiento (Villa, 2015).

#### 1.4.4. Influencia de los k dramas

Actualmente no se encontraron estudios sobre la influencia de los k dramas en los jóvenes peruanos en relación a las representaciones de la masculinidad que se presentan a través de los personajes masculinos. Sin embargo, si existen estudios sobre cómo se ha desarrollado la llegada de la ola coreana en Latinoamérica. Entre estos trabajos tenemos el de María José Rivera (2018) titulado 'Entre doramas y telenovelas Hallyu en Latinoamérica: esbozo de un nuevo frente cultural' y el de Jaime Martínez (2019) titulado 'El consumo cultural y la construcción de masculinidad de los jóvenes de realizan k pop en Quito'. En el primer trabajo Rivera explica cómo los dramas se convirtieron en una forma de difusión cultural para el turismo en Corea del Sur y cómo este género guarda similitudes con la telenovela latinoamericana. Asimismo, el autor señala también las diferencias entre ambas producciones centrado especialmente en la figura del personaje del 'super macho' que se contrapone al personaje del 'chico flor'. Así, Rhee (2015) resalta el contraste entre el macho violento, rudo y salvaje; y el kkotminam con expresiones de vulnerabilidad y ternura, y que combina rasgos delicados femeninos con una musculatura masculina (como se citó en Rivera, 2018, p. 211).

Por otro lado, el trabajo de Martínez (2019) señala que la masculinidad hegemónica está sufriendo un resquebrajamiento frente a otros tipos de

masculinidades como la subordinada o la marginada. Asimismo, explica que la masculinidad contestataria se resiste a la hegemónica al mostrar abiertamente sus emociones como la afectividad, compasión y ternura. El autor también explica sobre el nuevo concepto de la masculinidad visual que presenta el hallyu a través del 'chico flor' que es suave, pero al mismo tiempo varonil (2019). En ese sentido, Martínez explora en su trabajo cómo es que se configura la masculinidad en el entorno de los jóvenes que practican k pop en Quito. El autor expone entre sus resultados que los jóvenes varones prefieren llegar a un punto en común sobre sus ideas, piensan que debe existir igualdad de género, el 75% opina que el hombre debe ser sensible, y entre las formas en que les gustaría ser vistos destacan: dependientes y sofisticados.

#### 1.4.5. Conclusiones

Los estudios presentados previamente sobre el hallyu son los que más han aportado con resultados cualitativos y cuantitativos para este proyecto de investigación. En ese sentido, se debe resaltar que no se encontraron estudios antropológicos sobre la influencia del hallyu en Perú, lo cual podría deberse a la reciente expansión y éxito de la cultura coreana alrededor del mundo a través de los k dramas y el k pop principalmente. Sin embargo, los estudios desde las ciencias de la comunicación y la sociología aportaron bastante información relacionada al tema de investigación. Así, el estudio de Nusta Carranza Ko, Song No, Jeong-Nam Kim y Ronald Gobbi es un estudio más cuantitativo que aporta información importante sobre las características de los seguidores del hallyu en Perú. También el estudio aporta con dos conclusiones importantes sobre el internet como aspecto clave para generar interés por los productos coreanos y, por otro lado, señala que la influencia del hallyu ha dejado huella en la sociedad cambiando la actitud de los grupos de jóvenes en relación a la educación, relaciones sociales y tradiciones culinarios, pues cada vez se interesan por conocer el idioma, la gastronomía y por tener amigos coreanos (Kot et al., 2014).

Asimismo, se encontraron los trabajos de Shimpach, Chang, Kim y Omerbašić que aportan importante información a partir de estudios cuantitativos sobre cómo el producto audiovisual como los k dramas llevan a los espectadores a vivir experiencias que inician en la pantalla y continúan en un escape de la realidad para poder imaginarse en otra posición social distinta a la que tiene en su sociedad. Las conclusiones más importantes del estudio de Chang para este trabajo se relacionan con la motivación de viaje a partir del visionado de dramas. La proximidad cultural

entre el país del espectador y el país del drama no influye necesariamente en la motivación para viajar al último, sino que mas bien es el nivel de involucramiento con la serie de televisión que hace que el televidente sienta la proximidad cultural. Así, cuanto más interactúa con la cultura popular del drama, se eleva la posibilidad de que se enriquezca ese sentimiento de proximidad cultural (Chang, 2016). Por otro lado, el aporte más importante del estudio de Kim y Omerbašić (2016) es que la afinidad de los televidentes por los k dramas los lleva a poder imaginar vidas diferentes y a poder comprometerse con paisajes mediáticos multilingües.

Entre los estudios relacionados a los ideales de belleza resaltan los trabajos de Julio Villa y Norma Fuller debido a que son trabajos antropológicos que aportan a esta investigación la perspectiva de los hombres jóvenes peruanos sobre la masculinidad y cómo se configura. La importancia de los trabajos de ambos autores para el presente proyecto radica en que ayudan a entender cómo los hombres peruanos entienden y construyen su masculinidad diferenciándola de lo considerado femenino (y metrosexual), y definiendo el machismo como algo negativo. Asimismo, otro aporte importante es la conclusión sobre cómo se define la masculinidad en Perú, pues ser hombre es algo que se debe conseguir demostrando constantemente la masculinidad y el control de emociones (Villa, 2015).

Por último, la importancia de los trabajos de María José Rivera y Jaime Martínez radica en que se explica la popularidad de los k dramas y el k pop en Latinoamérica y su influencia en el turismo. Así, gracias al análisis de Rivera se tiene una primera mirada hacia el contraste entre la masculinidad latina y la coreana, mientras que el trabajo de Martínez aporta con el análisis de la configuración e influencia de una nueva masculinidad visual que consumen los jóvenes seguidores del k pop en Ecuador. Entonces, se puede observar que la mayoría de los estudios presentados fueron más cuantitativos que cualitativos y se exploraron las características externas de los seguidores del hallyu, más no se estudió su percepción sobre la masculinidad y la belleza masculina desde un enfoque antropológico que es lo que planteo realizar a partir de esta investigación, pues considero que la imagen que se presenta de los artistas masculinos es una característica muy importante del éxito del hallyu en Latinoamérica. En ese sentido, frente a la expansión de la cultura coreana me pregunto cuál es la influencia de la estética y representaciones masculinas que promueve el hallyu en la mentalidad de lxs jóvenes peruanxs.

### 1.5. Marco teórico

### 1.5.1. Capitalismo artístico-enfoque marxista

El capitalismo artístico es un concepto desarrollado a partir del trabajo de Lipovetsky y Serroy (2015) que consiste en un capitalismo caracterizado por la creación de valor económico mediante el camino indirecto del valor estético y experiencial: de manera que se afirma como un sistema que produce y distribuye placer sensaciones e ilusiones. La economía de este capitalismo busca estimular pasiones e imaginarios; por lo que, se ha forjado como una economía emocional de seducción en donde el consumo estético se ha generalizado y explora todos los dominios (2015). En efecto, Gabriela Bard (2018) explica en su trabajo sobre 'Las violencias romantizadas: masculinidades hegemónicas en el capitalismo tardío y heteropatriarcal' que incluso el amor romántico es un fenómeno social construido por el mercado para garantizar actos de consumo y reafirmarlos, pues el capitalismo tardío promueve la idealización de emociones y prácticas como el amor (2018). Así, como es el caso de las empresas que se encargan de producir dramas coreanos, pues en relación al género romántico se busca reproducir historias de romance que se presentan como fórmulas que se pueden repetir constantemente, pues su éxito ha sido comprobado.

#### 1.5.1.1. CAPITALISMO TRANSESTÉTICO

El concepto del capitalismo actual al que se refieren los autores mencionados se puede usar para explicar la influencia del Hallyu en los espectadores de los dramas, debido a que se puede observar a un público cada vez más atraído por la imagen que se vende de los personajes interpretados en las series y las emociones que estas pueden generar. El capitalismo artístico o tardío al que se refieren los autores se refiere a un sistema transestético que se prepara para vender emociones, personalidad, imaginación, estilo, elegancia y belleza (Lipovetsky & Serroy, 2015). El cual coincide con la expansión ilimitada de la seducción estética y la era del hiperconsumo estetizado (Lipovetsky & Serroy, 2015). En efecto, cada vez más se abre paso la producción de dramas cuyos temas giran en torno a la belleza física que se relaciona a la cirugía plástica, a la moda y al maquillaje.

### 1.5.2. Melodrama

La telenovela es un género de gran dinamismo y adecuación a la realidad que se busca plasmar (Cassano, 2019). Consecuentemente, es un género que ha ido

siendo apropiado por cada país, pues si bien implica estereotipos en su esquema dramático, cada país convirtió la telenovela en un espacio donde se cruza la televisión y otros campos culturales como el cine, teatro y la literatura (Barbero, 1992). En Latinoamérica, la telenovela refleja con creatividad la diversidad cultural de esta región y las particularidades de cada país latinoamericano. La televisión es un dispositivo de moldeamiento de gustos populares que expresa matrices narrativas del mundo cultural popular que implica una hibridación de ciertos géneros narrativos, saberes narrativos y novelescos de las culturas de Occidente y las culturas mestizas de Latinoamérica (Barbero, 1992).

En un principio, el melodrama se refería esencialmente al drama con música, pero con el paso del tiempo se fue desarrollando la concepción de que cualquier drama de larga duración en el escenario popular que presentara extremos narrativos y emocionales sea caracterizado como melodrama o drama “romántico” (Schuyler, 2015). Asimismo, el melodrama se presenta como una forma narrativa que transparenta el orden social o como una forma de representación de la vida misma. Debido a que, en esta forma se condensan los valores, temores y preocupaciones de los grupos sociales que comparten la experiencia melodramática (Cassano, 2019).

En relación al melodrama se debe mencionar la apropiación pop de este mismo. El melodrama pop incluye, por medio de la parodia, desplazamientos de valores, desestabiliza las normas tradicionales de separación de lo masculino y lo femenino, y trabaja el choque entre lo arcaico y lo moderno (Ismail, 2003). Asimismo, el autor explica que en la imaginación melodramática está la idea de la expresión directa de los sentimientos en la superficie del cuerpo, ya sea por el gesto o la fisionomía que subraya una reacción o una intención del personaje (2003). En ese sentido, el autor se refiere a que los actores/actrices interpretan los sentimientos y las emociones respectivas de sus personajes a través de su cuerpo.

#### 1.5.2.1. Dramas coreanos

Los doramas pueden describirse como melodramáticos pues se centran principalmente en las emociones, sentimientos y pasiones de los personajes al posicionarlos dentro de la cultura popular, pues el objetivo es lograr que el televidente se identifique con los sentimientos y situaciones del protagonista, de manera que mantenga un seguimiento continuo de la serie (Minchala 2019).

Estas series televisivas se diferencian de las novelas latinoamericanas por la forma en que narran las historias y/o porque abordan distintos temas: con gran sutileza cautivando a la audiencia de manera más profunda (Minchala, 2019).

Es importante ahondar en las diferencias entre la telenovela y el dorama. Soler (2015) expone que el campo simbólico de la telenovela abarca educación sentimental, idioma de las pasiones, entretenimiento e imaginación melodramática. Mientras que el dorama parte de imaginarios relacionados con la cosmovisión de la cultura coreana, tiene un valor importante en países del sudeste asiático, está relacionado con otros géneros populares como el k pop y, por otra parte, al ser aceptado masivamente en Latinoamérica también significa que el k drama ingresa en el campo simbólico de la telenovela (como se citó en Rivera, 2018, p.200).

Entre las razones del éxito de los k dramas Arriojas y Réquíz (2019) explican que se pueden rescatar tres principalmente: venden lugares con escenarios mágicos y sofisticados, los actores o actrices son generalmente atractivos, y se logra que el público se identifique con la filosofía de vida y el sistema de valores que comunican (como se citó en Minchala, 2019, p.23). Entonces, se podría decir que los doramas venden un mundo construido con lugares ideales, personas atractivas y una forma de pensar completamente diferente de la cultura occidental que logra generar un impacto en los televidentes al punto de que ellos se adentren en el modo de vida ideal creado por el k drama. En efecto, la influencia de los dramas coreanos en la sociedad latinoamericana reconfigura la posición de una persona en su sociedad al crear imaginarios sociales que son diferentes a los de su propia cultura y país (2019).

Finalmente, es preciso señalar que en los dramas coreanos se construyen discursos de masculinidad y religión (Rivera, 2018). En ese sentido, es importante resaltar que este drama difunde una nueva forma de masculinidad que podría ubicarse en contraposición de la masculinidad hegemónica, pues las características de esta nueva masculinidad traspasan sus límites al tomar componentes del ámbito femenino para construirse sin que ello signifique necesariamente una feminización de lo masculino.

### 1.5.3. Belleza idealizada

Los estudios sobre modelos de masculinidad y moda pueden remontarse al clásico trabajo del sociólogo Georg Simmel que se enfoca en la figura del transexual.

Simmel presenta al transexual como un absoluto que trasciende lo masculino y femenino, pero al mismo tiempo los reúne en un solo conjunto; pues aunque se origina en lo masculino representa algo más universalmente humano que lo femenino (Kramer, 2018).

Desde una teoría de género que considera el cuerpo como una ocasión para el significado; es decir, a partir de esta concepción del cuerpo que actúa como el nexo entre lo cultural y lo escogido (Soley, 2009), se puede entender el concepto de la 'ideología de la belleza', sustentado por Naomi Wolf. En ese sentido, Soley (2009) señala que el sistema opresivo usa los medios de comunicación para construir aquellos rasgos que se adjudican al género femenino. En paralelo, lo mismo ocurre en referencia a la forma en que los k dramas representan los rasgos que adjudican como idealmente atractivos para el género masculino. En ese sentido, ha surgido una nueva prensa masculina que usa las mismas estrategias que usaban la prensa femenina para criticar el estereotipo tradicional de femineidad y promueve las llamadas masculinidades emergentes. Estas difunden un modelo masculino fascinado por el lujo, el sexo, la belleza o la juventud eterna. El mito patriarcal se renueva para adaptarse a la economía de mercado neoliberal y propone que el hombre sea más consumidor y dedique más tiempo al entretenimiento (Espés, 2015).

#### 1.5.4. Masculinidad versátil

Al entender la masculinidad como una práctica social que se manifiesta en las relaciones de dominación del hombre sobre la mujer, en la relación de producción y en las relaciones afectivas; sobre las cuales el hombre tiene ventaja (Martínez, 2012). Se puede entender la existencia de la masculinidad hegemónica que se caracteriza por ser de carácter sexista, homofóbico, racista y patriarcal que requiere de la subordinación femenina a los hombres. Cabe resaltar que la masculinidad hegemónica está sometida al desafío de diferentes versiones sobre la masculinidad de las mujeres y de las categorías de varones que ocupan posiciones subordinadas, pues la masculinidad es móvil susceptible de crítica y redefinición (Fuller, 2012). Entonces se puede entender que hay muchas versiones de la masculinidad hegemónica que van desde el santo hasta el guerrero. Por otra parte, la masculinidad que se asocia al prestigio y al poder siempre es cuestionada, y aunque la aprobación

de la mujer es fundamental para demostrar la masculinidad, solo los pares pueden consagrar la masculinidad en última instancia (Fuller, 2012).

#### 1.5.4.1. Masculinidades emergentes

El cuestionamiento al modelo hegemónico de masculinidad se expresa sea negando, atacando o pervirtiendo el modelo hegemónico masculino (Martínez, 2012). Una de las versiones que cuestiona este modelo es la figura del nuevo hombre caracterizado por su sensibilidad y el interés por desarrollar cualidades entendidas como femeninas (Villa, 2015), que algunos denominan metrosexual. Es último se caracteriza por: ser joven, comportarse de manera más sensible, preocupado por su apariencia, cuida su cuerpo, vive en la ciudad, tiene dinero, cuida su estilo, su orientación sexual es diversa (puede ser gay, heterosexual o bisexual), entre otros.

Asimismo, otra versión que cuestiona al modelo hegemónico es la masculinidad actual surcoreana denominada suave que según la autora del libro “Masculinidades coreanas y consumo transcultural” Sun Ju, debe explicarse a través de la noción de “masculinidad híbrida o versátil” ya que es suave pero también varonil a la vez, que es diferente de la feminización (Martínez, 2019). Es decir, la masculinidad suave que se presenta a través del Hallyu se puede explicar a partir de la masculinidad versátil, ya que esta última hace referencia a que la noción de masculinidad puede combinar características de la femineidad (apariencia suave, dulce, rasgos finos) con las que se consideran masculinas (serio, decidido, independiente, varonil). Mientras que la masculinidad suave tiene esta calificación porque se refiere a una versión de la masculinidad que no ha dejado de lado la masculinidad tradicional derivada del confucionismo, sino que incorpora en su definición la ternura en su comportamiento y la atención en su presentación personal. En ese sentido, se representa una nueva interpretación de la masculinidad en la que un hombre puede ser tradicionalmente femenino y tradicionalmente masculino al mismo tiempo (Eiras, 2015).

En occidente se ha utilizado el nombre de ‘masculinidad suave’ para referirse a ella como una ambigüedad social, emocional y/o física del género masculino en relación con el femenino, pues el hombre comparte características, rasgos o actitudes socialmente relacionadas con el género femenino (Eiras, 2015). El comportamiento ambiguo se puede explicar a partir del aegyo, palabra coreana que se puede traducir como ‘encantador’, que significa cuando una persona expresa gestos dulces, sollozos

o gemidos suaves (Eiras, 2015). Mientras que en referencia al aspecto físico, se evidencia que los varones coreanos toman más cuidado de su apariencia personal. En el k pop y los k dramas una característica clave es la estética de los artistas para promocionar una imagen masculina definida a partir del uso del maquillaje, la moda, adornos personales y colores extravagantes (Eiras, 2015).

Sin embargo, hay quienes sostienen que más que una feminización del modelo hegemónico de masculinidad es una expansión del mismo. Por un lado, Rey (1994) expone que el proceso de feminización del hombre se sostiene de la asunción de la ternura, pérdida de miedo para manifestar sentimientos, interés por el adorno personal, erotización exacerbada, mayor presencia en la publicidad y abandono de las cuestiones públicas (como se citó en Romero, 2018, p.121). Por otro lado, Brandes (1991) sostiene que la expansión o plasticidad de la masculinidad no significa necesariamente la feminización de la misma, sino que se refiere a una propiedad de la masculinidad para tomar características del campo de la femineidad y con ellas ampliar la masculinidad. Esta plasticidad provoca la adscripción de un nuevo modelo: la masculinialteridad que se nutre de la impronta femenina para conceptualizar la belleza varonil (como se citó en Romero, 2018, p.122). Es decir que se provee de aquellos rasgos considerados fijos de la femineidad para poder construir un nuevo concepto de la belleza masculina. Entonces, al hablar de 'masculinidad suave', se puede decir que ya no se trata de una masculinidad que se contrapone completamente a todo rasgo o característica de lo femenino, sino que más bien asimila y utiliza dichos rasgos para poder definirse.



## Capítulo II: Metodología empleada

### 2.1. Sujetos de estudio

#### Jóvenes mujeres

Según los estudios revisados, se encontró que la mayor parte de seguidores del Hallyu en Perú son mujeres jóvenes que cursan estudios universitarios. En efecto, en total se entrevistó a dos varones y diecisiete mujeres; de las cuales catorce son peruanas, dos son mexicanas y una ciudadana china con carnet de extranjería peruano. Sin embargo, debido a la poca participación extranjera se decidió enfocar el estudio en las participantes peruanas primordialmente. Entonces, en el campo se confirma que la mayoría de seguidores del Hallyu, y en este caso de espectadores de doramas son mujeres. Así, la participación de las mujeres fue activa, ya que el primer contacto que se tuvo fue una participante mujer y fue también otra participante quien facilitó la bola de nieve contribuyendo con el número de varios otros contactos. Al

número de entrevistados se añaden las cinco informantes que tuvieron una participación constante en las encuestas de la página de Facebook X.

Los primeros contactos fueron cruciales para comprender si el ritmo de las entrevistas era el correcto y pedirles que por favor comentaran a sus allegados y amistades sobre el tema de tesis y la posibilidad de que acepte ceder una entrevista. El objetivo no fue entrevistar al mayor número, sino que se buscaba mayor participación en las entrevistas. Debido a que la virtualidad en que se realizó este campo hizo que la participación en la investigación dependa en gran medida de la página de Facebook X (creada para reunir participantes), en la cual no se logró la participación esperada. Es decir, aún con dieciséis o veintidós seguidores solo se lograba en promedio de dos a tres respuestas por pregunta.

Jóvenes varones

Se esperaba la participación de jóvenes varones, pues aún en el estudio revisado no se descartó la existencia de seguidores varones del Hallyu. En ese sentido, la presente investigación busca también exponer aquella mirada diferente sobre los dramas coreanos por parte de varones interesados en el visionado de estos dramas. Sin embargo, debido a la poca participación (dos entrevistados), se hará una diferenciación en la redacción de las respuestas de mujeres y varones. Por otro lado, aparte de ambos entrevistados, no hubo mayor participación en las encuestas de Facebook de parte de los varones.

## 2.2. Espacios virtuales

Comunidad de Facebook X

La comunidad de Facebook X fue creada para recoger información importante sobre el tema de investigación entre aquellos seguidores que se consideraran a sí mismos como doramaniacos o espectadores de dramas. En la descripción de la página se expuso el tema y los objetivos de investigación, así como las implicaciones para los participantes. También, se publicó inicialmente como post y luego como un anuncio el documento de presentación expedido por la PUCP en caso los participantes quisieran conocer o comprobar la institución que respalda esta investigación como alumna de pre grado.

La actividad en este espacio consistía en hacer publicaciones de posts que llamasen la atención de los seguidores para responder preguntas tipo encuesta sobre la masculinidad y belleza masculina. En ese sentido, se publicaron preguntas que adjuntaban imágenes de actores surcoreanos buscando que los participantes se interesaran en responder de la forma en que se sientan más cómodos y pudieran extenderse en sus respuestas. También se trataba de enfatizar que no había respuestas correctas o incorrectas, sino que eran válidas e importantes, para generar un ambiente virtual tranquilo y acogedor para la participación.

### Chats de WhatsApp y Messenger

Los chats de WhatsApp y Messenger fueron un espacio para poder tener un contacto inicial con los primeros participantes (tanto mujeres como varones) y se convirtieron el principal medio de comunicación entre mi persona y estos. La bola de nieve se concretó gracias al WhatsApp, pues una de las primeras participantes mujeres proporcionó varios contactos mediante esta App, a los cuales se contactó enviando una introducción que incluía el documento de consentimiento informado y consultando a la persona cuándo podría ser la entrevista.

El chat de Messenger se usó muy poco en comparación con el WhatsApp, ello debido a que, a pesar de buscar participantes en las distintas páginas de Facebook de Doramaniacas, muy pocas personas se animaron a participar de la investigación, por lo que no se recibió ningún mensaje para participar en entrevistas mediante Messenger hasta después de tres semanas aproximadamente. Ambos chats se utilizaron para poder concretar una hora específica en la que se podrían llevar a cabo las entrevistas a profundidad y mediante el cual también se pasó más información sobre la investigación como por ejemplo al animarles a que se unieran en la comunidad de Facebook X.

### Reuniones Zoom

La plataforma Zoom fue fundamental en este contexto virtual de pandemia pues, aunque también existen otras plataformas para reuniones virtuales como videollamadas por Messenger, WhatsApp o Google Meet; se propuso a las participantes trabajar con Zoom porque es la plataforma más usada por las universidades y los centros de trabajo. De manera que, al ser varias de las

participantes estudiantes y/o trabajadoras, se entiende su preferencia a aceptar las reuniones zoom.

La duración de las entrevistas a profundidad dependió de la comodidad y desenvolvimiento de las participantes, pues se les explicó que podría durar media hora o más dependiendo de cuánto quieran explayarse. Así, en la práctica las entrevistas duraron desde 30 minutos hasta casi dos horas de reunión zoom. Asimismo, no solo se saltaron o cambiaron preguntas según las respuestas que daban las participantes, sino que en casi todas las entrevistas no se encendió la cámara, pues se trató de priorizar la comodidad del entrevistado o entrevistada.

### 2.3. Técnicas de recojo de información

#### Entrevistas a profundidad

Las entrevistas a profundidad logradas sirvieron no solo para conocer a profundidad las opiniones y perspectivas de los participantes, sino que también fueron de vital importancia en este contexto virtual, pues garantizaron un espacio en que el entrevistado podía hablar cómodamente sobre sus opiniones respecto al tema de investigación. Ello se hizo evidente en la participación más dinámica que hubo en estas entrevistas a comparación de la que hubo en la página de Facebook x. Es decir que las entrevistas a profundidad proporcionaron un espacio seguro, y único para recibir y compartir experiencias sobre los doramas.

En ese sentido, fue de mucha ayuda el visionado de dramas populares antes de realizar el trabajo de campo, pues la entrevista no se trató de hacer preguntas como una encuesta, sino que se trataba de crear una conversación informal en que los entrevistados se sientan cómodos para expresar su opinión sinceramente. Consecuentemente, conocer de dramas coreanos y de la cultura coreana en general fue fundamental para poder enriquecer la conversación con detalles de información que confirmaban los entrevistados y/o que los sorprendían, pues cómo comprender escenas o actores que ellos describían si no se han visto los dramas o no se conocen a los actores más populares del espectáculo coreano.

#### Conversaciones informales

Las conversaciones informales se dieron en todo momento de la investigación, pues se trató un tema que no toca aspectos sensibles de los sujetos de estudio, sino

que está relacionado a una forma de entretenimiento visual de disfrute tanto individual como grupal. En efecto, desde el primer contacto con los participantes, las entrevistas, los grupos focales y las encuestas por Facebook, las conversaciones fueron informales. Esto sobre todo en las conversaciones de WhatsApp y Messenger en que se conversaba con los participantes para coordinar fechas, hacer preguntas y recibir respuestas.

#### Observación no participante a comunidades de Facebook

Al iniciar el trabajo de campo, primero se trató de observar sin intervenir las comunidades de Facebook A y B de doramaniacas para ver cómo se concretaba la dinámica de la página: de qué temas hablaban, cómo era la participación de los seguidores, qué tipo de publicaciones recibían más reacciones o comentarios, qué temas o actores son los más populares, entre otros. De manera que, al analizar dichas páginas de Facebook se buscaba un punto de referencia para crear y comenzar una nueva comunidad virtual. Se trata de un nuevo grupo de Facebook que serviría para llevar a cabo la dinámica de una nueva comunidad creada a partir de individuos que quieran formar parte de la investigación participando voluntariamente en encuestas, entrevistas y grupos focales. Con este objetivo, se analizaron las publicaciones de las comunidades de doramaniacas mencionadas encontrando, sobre todo: avisos de estrenos de nuevos doramas, memes que hacen referencia acerca de sus gustos por los dramas o por ciertos actores, e invitaciones aleatorias para unirse a grupos de WhatsApp donde se promete hablar de doramas, juegos, actividades y dinámicas grupales.

#### Observación participante

Luego de observar la dinámica de participación en las comunidades de Facebook A y B, se hizo un post en ambas páginas presentando al estudiante, el tema de investigación, los objetivos e invitando a que se animen a participar voluntariamente de este trabajo. El post incluía un documento Word expedido por la facultad de Ciencias Sociales que respaldaba el tema de investigación que realizó como estudiante de la PUCP. En ese sentido, se esperaba que con dicho documento, los seguidores sientan confianza y se animen a participar en la investigación. Asimismo, se posteo un mensaje sobre la investigación con una imagen meme que decía 'Te busco doramaniaca, si a ti para la tesis' para llamar la atención de los seguidores. Sin

embargo, ninguna de las publicaciones realmente atrajo mucho la atención de los seguidores, sino que fueron realmente los contactos de contactos por WhatsApp que ayudaron a concretar la bola de nieve de esta investigación.

### Grupos focales

En los últimos días de trabajo de campo se logró llevar a cabo al menos dos grupos focales mediante Zoom, entre cuatro y tres participantes mujeres incluyendo a la tesista. La formación de estos grupos fue complicada debido a que el horario de reunión debía ser coordinado, y puesto que la mayoría de las participantes trabajan y/o estudian algunas podían durante la semana, mientras que otras podían solo fines de semana. El objetivo de los grupos focales fue entender cómo se diferencian sus opiniones cuando las expresan en grupo a cuando las expresan individualmente en las entrevistas personales, y de qué manera la presión social juega un papel en la construcción de sus opiniones. Sin embargo, las respuestas que dieron en los grupos focales prácticamente no se diferencian de las respuestas expresadas en las entrevistas a profundidad, quizá debido a la comodidad y confianza que sentían para expresar sus opiniones de manera virtual sobre el gusto compartido por los dramas. Ello debido a que no se exigía prender cámaras; por lo que, probablemente los participantes se desenvolvieron tranquilamente frente a una pantalla negra sin rostros.

#### 2.4. Balance acerca del trabajo de campo y el acercamiento etnográfico

El trabajo de campo empezó la segunda semana de abril y duró hasta la última semana de mayo. Durante la primera y segunda semana de campo se realizó observación participante en las páginas A y B de doramaniacas, publicando posts que exponían el tema de investigación y animaban a participar de la misma. En la segunda semana se creó la comunidad de Facebook X que ayudó a reunir a las personas interesadas en participar de la investigación, entre las cuales están algunos seguidores de las páginas de doramaniacas, los entrevistados y otros participantes que se añadieron con forme pasaba el tiempo. Entre la segunda y tercera semana se crearon y publicaron los posts que servirían como herramienta para hacer preguntas tipo encuesta. Antes se tenía planeado crear la comunidad X en Instagram porque se creía que era la que más utilizarían los participantes; sin embargo, los seguidores dijeron que usaban con mucha más frecuencia Facebook, por lo que se creó la comunidad en esta red social. En la tercera semana se coordinan las entrevistas, y a

partir de la cuarta semana se llevaron a cabo a través de Zoom. Desde ese tiempo se estuvo haciendo publicaciones en la página de Facebook X, al mismo tiempo que se realizaban las entrevistas. Finalmente, en las últimas semanas de mayo se coordinan y se realizan dos grupos focales. Cabe resaltar que, cuando se planeaba el campo, no se pensó que reunir participantes o animarlos a participar de la investigación tomaría tanto tiempo, pues el tema no trataba de aspectos delicados, sino más bien está relacionado a un hobby. Sin embargo, la virtualidad implica una lejanía que impide conocer aún la apariencia de las personas. Por lo que, publicar posts o tratar de contactar gente por WhatsApp para tener una conversación casual y amical con un desconocido no deja de generar extrañeza.

El primer paso fue tratar de contactar con los primeros interesados en participar voluntariamente del tema de investigación; para lo cual se empezó observando las actividades y dinámicas de las páginas de Facebook A y B de doramaniacas para poder desarrollar una idea de cómo llevar a cabo la creación de la página de Facebook X solo para fines de la investigación. Luego de observar la actividad de ambas páginas por unos días y revisar sus actividades anteriores se trabajó en tres posts para publicar en ambas páginas A y B para que mediante ellos se pueda explicar el tema de investigación, los objetivos y se anime a ser partícipes del trabajo. Cabe resaltar que el sitio web Canva fue de mucha utilidad para poder diseñar los posts que publicaría en la página X, pues sus herramientas tienen la función de facilitar el diseño de distintos tipos de presentaciones, incluyendo las publicaciones en redes sociales. Con los diseños armados en Canva se pudo elaborar post que cumplieran con las dos condiciones más importantes: colgar una imagen que llame la atención y poco texto con la información importante.

El primer post tenía una descripción con la información mencionada, además de adjuntar una imagen del documento expedido por la facultad de Ciencias Sociales que respaldaba la investigación. Sin embargo, este primer post no tuvo mayor reacción en ninguna de las páginas. El segundo post trató de ser más animado y entretenido para captar la atención de las doramaniacas: solo tenía una imagen estilo 'meme' y en la descripción se señalaba que se tenía tal tema de investigación, buscando voluntarios a formar parte de él, y se dejó el Facebook propio y el de la comunidad de X a la que se podía contactar si estuvieran interesadas. Este segundo post tampoco tuvo mayor reacción, por lo que se elaboró un tercer post en que se describía un poco más sobre

la investigación, pero al mismo tiempo se adjuntaba una imagen de una escena cómica del drama 'Hello my Twenties', en el que tres jóvenes mujeres en pose de pelea defienden a su amiga. Este último post para contactar con voluntarios, solo tuvo dos reacciones más que los anteriores. En total, los posts solo atrajeron la atención de unos cuantos voluntarios interesados en formar parte de la nueva comunidad de Facebook X creada para hacer encuestas con los objetivos de la investigación. Es decir, su participación en esta página no aseguraba que aceptaran realizar otras actividades más complejas como entrevistas o grupos focales. En efecto, ninguno de los seguidores de la comunidad X aceptaron una entrevista pues, aunque respondieron que sí en una encuesta lanzada por medio de un post, no hubo mayor respuesta para concretar una cita para entrevistas. Aunque esta limitada participación no fue un problema en sí mismo, me ayudó a entender el comportamiento habitual de los limeños, pues al inicio pueden decir que sí, pero usualmente puede ser por educación. Ello debido a que fueron pocas las personas que realmente formaron parte de las entrevistas o fueron más allá llegando a los grupos focales.

La bola de nieve se concretó gracias a un participante clave que proporcionó el contacto de otros individuos que aceptaron participar de las entrevistas a profundidad. Entre estos nuevos participantes hubo quienes proporcionaron otros contactos, llegando así a entrevistarse un total de diecinueve personas. Este número sobrepasa al que se propuso inicialmente dar seguimiento, pues se esperaba desarrollar la investigación con ocho personas en total pensando que quizá sea el máximo número de personas a quienes se lograría entrevistar. Sin embargo, gracias a la amabilidad de los contactos fue que se añadieron más personas interesadas, entrevistando un total de dieciséis peruanos. Al comienzo se informó en las páginas de Facebook A y B que la investigación tenía como objetivo entrevistar a doramaniacas peruanas; sin embargo, debido a la poca acogida se cambió la población objetivo a doramaniacas latinas, pues ambas páginas eran internacionales y probablemente no fueron creadas por peruanas. Asimismo, se amplió la población objetivo no solo en nacionalidad, sino también respecto a la edad, dejando en claro que era bienvenida la participación de cualquier persona mayor de dieciocho años. Estos cambios ayudaron a animar a más personas a formar parte de este trabajo; en ese sentido, aprendí lo importante que es adaptar el trabajo de investigación al campo.

La actividad en la página de Facebook X se redujo una participación regular, pues aunque los seguidores de la página crecieron a veintinueve miembros, la participación en los posts se mantuvo en un promedio de dos a tres respuestas por cada post. Los actores analizados fueron tres y se pudo confirmar que los seguidores respondían más a preguntas rompe hielo que a preguntas que requerían análisis; por lo que, el reto en este campo virtual fue ingeniarse posts con poco texto y una imagen que llame la atención de los seguidores, y los anime a participar. Es difícil encontrar este equilibrio, pues el texto es importante para informar y la imagen no puede ser muy distractora porque probablemente llevaría a que los seguidores se queden solo en ella, sin prestar atención al texto. Asimismo, en el campo virtual se aprende a tener paciencia para esperar las respuestas de los participantes, pues se debe tener en cuenta los tiempos. Es decir, la clara diferencia entre el investigador que tiene tiempo precisamente para su tema, y los participantes que toman tiempo de sus ratos libres para responder preguntas. Las cuales pueden ser consideradas por ellos como parte de una actividad entretenida por el mismo tema que rodea esta investigación.

Al trabajar en la metodología se creía que la creación de una comunidad en Instagram o Facebook sería de mucha ayuda para generar participación de manera virtual; sin embargo, ya en el campo se entendió que muchos seguidores suelen reducir su participación en un primer si y no la continúan proporcionando más respuestas. Esto es, como se mencionó anteriormente hubo varias personas que decidieron seguir la página X, pero no participaron en las respuestas a los posts; también hubo seguidores que aceptaron realizar la entrevista, pero realmente no respondieron para coordinar un horario. Varios de los entrevistados se animaron en un inicio a realizar grupo focal, pero finalmente desistieron.

Al mismo tiempo que se realizaban preguntas tipo encuesta por medio de posts en la página de Facebook X, también se realizaban entrevistas a profundidad a los contactos proporcionados mediante WhatsApp, con quienes se coordinaba una hora específica que no siempre fue llevada a cabo, pues a veces tenían imprevistos o deberes a los cuales el investigador siempre se acomodó. Es decir, siempre se trató de generar una relación amable y amistosa con los sujetos de estudio acomodándose a sus horarios pues ellos ya habían accedido amablemente a la entrevista. Cabe resaltar que hubo casos en que, aunque en un inicio aceptaron la entrevista, finalmente no se llevó a cabo pues, aunque se comprometían a coordinar un horario

para la entrevista, más tarde dejaron de responder las conversaciones. Asimismo, el investigador no insistió en arreglar un horario pues se trata de respetar el espacio y las decisiones de cada contacto, por más que en la virtualidad este espacio personal sea más difuso, ya que la tecnología ha dado la facilidad de contactar a alguien con un solo clic.

En ese sentido, se tuvo dificultad al marcar una línea fronteriza entre las facilidades de la tecnología y los límites sociales en el contacto con otras personas. Me explico, cuando una persona decía expresamente que quería participar en las entrevistas, el siguiente paso fue pedirles que proporcionaran su horario de disponibilidad; sin embargo, varias de ellas no contestaban más. También pasaba que se comprometían a responder sobre el horario después, pero tampoco sucedía. En dichos casos surgían preguntas como ¿le recuerdo que responda? ¿será invasivo escribirle otra vez? ¿parecerá demasiado insistente? ¿provocaré que se incomode?. Estas preguntas no tenían cabida cuando el contacto era una amiga cercana, pero cuando el contacto es tan extraño que no sabes cómo se ve o no has oído siquiera su voz, la distancia entre ambos es abismal para poder continuar dicha conversación sin tratar de ser precavido. Asimismo, al tiempo de hacer las entrevistas se tuvo que guiar por el tono de voz de los participantes para saber si estaban cómodos, animados o cansados, pues la mayoría optó por la cámara apagada. El análisis de la voz, por consiguiente, fue esencial para modelar las preguntas: dejando las que sonaban repetitivas y las que fueron contestadas previamente en otras respuestas.

Por último, los grupos focales que tuvieron lugar fueron de mucha ayuda para poder ver la dinámica que generaba poder reunir a doramaniacas o espectadoras de doramas al mismo tiempo y que puedan hablar sobre sus gustos y perspectivas acerca de los doramas. Cuando se armaron las preguntas para los grupos focales, no se tuvo en cuenta que algunas preguntas ya se habían hecho durante las entrevistas, por lo que, también se obviaron ciertas preguntas repetitivas. Por otro lado, se esperaba una participación más extensa entre las participantes puesto que se hablaría de un pasatiempo que compartían entre todas; sin embargo, la participación no fue tan extensa, quizá debido a la virtualidad o a que ninguna de las participantes se conocía lo suficiente como para compartir un poco más de sus opiniones y perspectivas. En ese sentido, aunque se esperaba realizar grupos focales con todos los entrevistados, realmente varios de ellos no respondieron a la invitación para realizar dicha actividad

y también hubo quienes expresaron que creían realmente no poder aportar a la actividad siendo que ellos no veían doramas continuamente. Por lo que, dos grupos focales fueron posibles gracias a las participantes que aceptaron un horario compartido y que anteriormente se habían mostrado dispuestas a formar parte de actividades futuras en la investigación.

### Capítulo III: Los inicios de un espectador de doramas

Con el objetivo de comprender a profundidad la influencia de los dramas, se trató de investigar cómo fue el origen de los mismos en la vida de cada uno de los participantes. No existen diferencias amplias en la forma cómo los sujetos de estudio vieron por primera vez un drama coreano: algunos lo vieron de casualidad, por curiosidad o sugerencia de algún conocido. En ese sentido, más que las razones de un primer contacto, se trata de resaltar aquellos aspectos que gustaron a los espectadores y que los llevaron a seguir viendo k dramas.

En ese sentido, el presente capítulo desarrollará las razones por las que los participantes decidieron ver dramas y las razones por las que decidieron seguir viendo los dramas (que son diferentes). El primer caso está relacionado sobre todo con la curiosidad, mientras que el segundo caso está marcado por el atractivo del romance y las escenas románticas.

#### 3.1. Primer vistazo: Entre la curiosidad por la diferencia y el atractivo de los actores

Al comienzo de la entrevista a profundidad se preguntó a todos los participantes qué los impulsó a ver doramas y qué los llevo a seguir viéndolos. Ambas preguntas

separadas tenían el objetivo de estudiar si habría alguna diferencia o no en las razones que los llevaron a ver doramas hasta la actualidad. Efectivamente, se pudo hallar varias diferencias entre ambas razones, pues si bien al inicio veían k dramas por que las historias eran diferentes a otras novelas o curiosidad por aquella diferencia en general; fue el atractivo de los actores que los mantuvo en el visionado hasta la actualidad.

Al impulso para ver doramas por primera vez, las respuestas de los participantes se explican en cinco aspectos: por las historias diferentes a otras novelas, por curiosidad, por el conservadurismo, por la diferencia cultural o de casualidad. En ese sentido, la mayoría de los participantes comenzaron a ver doramas por curiosidad a aquellas historias que se mostraban diferentes a otras novelas pues ofrecían un vistazo hacia una cultura completamente diferente. Asimismo, tres participantes dijeron que se sintieron atraídos por la manera conservadora en que mostraban las escenas y en general las historias; así como el tiempo en familia que significaba el disfrutar de los k dramas con sus madres u otros familiares. Por último, cabe resaltar que solo Salma afirmó comenzar a ver k dramas porque los actores eran más guapos en el drama 'Boys over Flowers' que en su versión japonesa. En cuanto a las razones que llevaron a las participantes mujeres a seguir viendo k dramas, como ya se mencionó, cambiaron hacia el atractivo de los actores. Si bien no todas señalaron este mismo criterio, al menos la mitad señaló que los protagonistas hombres atractivos influyeron en sus decisiones. Así, seis mujeres dijeron que la apariencia es muy importante, pues 'todo entra por los ojos' como señala 'Paz'. Sin embargo, también hay quienes opinan que si bien antes veían los dramas por el atractivo, ahora les llama la atención otros aspectos como la historia. Ello debido a que como señala 'Tania': '...con el tiempo me di cuenta que todo era por su cara, los protas (protagonistas hombres) no tienen desarrollo'.

Los criterios de las participantes para escoger k dramas también fue una pregunta para averiguar si alguno de ellos coincidía con una mirada estética hacia los protagonistas. Así, se pudo hallar al menos que cinco de las participantes mujeres considera el atractivo de los actores al momento de escoger un k drama para ver. Los demás criterios fueron muy diversos y difíciles de clasificar en líneas generales; por lo que, solo resaltan dos más en general: el género de los dramas y la corta duración de los capítulos. Por último, en el caso de los participantes varones, solo Carlos señaló

que su único criterio es el tráiler, mientras que Tito recalcó que de sí mismo él no escoge dramas, sino que en realidad los ve cuando su mamá los ve.

### 3.2. La popularidad crece por actores y romances

Entre los aspectos que más gustan de los dramas sobresalen la trama y los actores; además de los escenarios, la cultura coreana y la corta duración de los mismos. Cuatro participantes mujeres indicaron que lo que más les gusta de los k dramas son los actores, ya sea por su atractivo o por su capacidad actoral. Otro aspecto que señalaron las participantes fueron los escenarios o paisajes que presentan aquella cultura oriental, ya sean naturales o citadinos. Por último, ambos participantes hombres dijeron que lo que más les gusta es conocer aquella nueva cultura, pues 'es una forma de concebir la sociedad desde un aspecto diferente al que estamos acostumbrados' sostiene 'Carlos'.

También se preguntó sobre los temas y las escenas que les gustan más a los participantes, de entre los cuales sobresalieron el romance y las escenas románticas. En ese sentido, además de fantasía y dramatismo, el romance es uno de los temas con más popularidad entre las participantes mujeres. Consecuentemente, las escenas de romance son las favoritas de siete de ellas, seguidas por las de acción, misterio, cómicas y aquellas que se concentran en los aspectos culturales.

### 3.3. Balance del capítulo

Fueron la curiosidad por la diferencia cultural y, en varios casos, la casualidad de haber acompañado a un familiar a ver dramas, lo que llevó a dar un primer vistazo a los dramas coreanos. Las historias que mostraban los k dramas eran diferentes a las telenovelas latinas. Por lo que, se presentaban ante la audiencia peruana como un producto diferente que provocaba curiosidad por conocer aquella nueva cultura acompañada de un estilo de vida y una cosmovisión completamente distinta a la peruana. Por otro lado, son diferentes las razones que llevaron a las participantes mujeres a seguir consumiendo doramas, siendo el más resaltante el atractivo de los protagonistas masculinos. Es decir, un grupo de estas informantes señala que, para escoger dramas coreanos, ellas se dejan influenciar por el atractivo de los actores, pues para ellas el aspecto físico de los actores juega un rol importante en la estética del drama. Ello tiene directa relación con que sea el romance y las escenas románticas

los temas que más gusten de los doramas, pues un grupo de ellas señaló que es el atractivo de los actores lo que más les gusta de estas series en general.

Entonces, a la luz de estas respuestas se puede comprobar el trabajo de Lipovestky y Serroy (2015) cuando explican que el capitalismo artístico forjó una economía emocional de seducción en que el consumidor transestético está prendado de productos orientados por la belleza, las emociones, la imaginación, la elegancia, el estilo, etc. Al elegir dramas por los actores atractivos, se entiende que las participantes como consumidoras no solo toman en cuenta el valor de uso y de cambio, sino que también toman en cuenta (y quizá con mucha más importancia) el valor estético que ofrecen los doramas a través de sus actores. En efecto, se podría decir que los dramas coreanos son productos que buscan vender belleza, emociones y elegancia a través de la apariencia de sus personajes, y su comportamiento.

#### Capítulo IV: Influencia de los k dramas en diferentes aspectos de vida

Los estudios revisados en el estado de la cuestión anticiparon como parte de la influencia de los doramas: el deseo de los espectadores para vivir experiencias relacionadas con las historias que veían en las novelas. Los sujetos de estudio comparten la misma curiosidad por la diferencia cultural entre Perú y Corea del Sur; así como el mismo deseo de conocer un poco más, o conocer a mayor profundidad los diversos elementos de la cultura coreana. En ese sentido, en el siguiente capítulo se hará una diferenciación en grados de la influencia de los doramas en los diferentes aspectos de la vida de los participantes como por ejemplo; en el cuidado personal, el modo de vestir, la comida, los estudios y los planes de vivir en Corea u otros países.

##### 4.1. Doramas extienden las fronteras de la imaginación y amplían posibilidades

Entre los objetivos de este trabajo se busca comprender si los k dramas tuvieron algún tipo de influencia en la cotidianidad de los participantes o en sus decisiones a futuro. En consecuencia, se preguntó a si los dramas influenciaron de alguna manera el presente o el futuro de sus vidas. Las respuestas de las participantes mujeres fueron clasificadas dentro de tres grupos de acuerdo al grado de influencia en cada una: primer, segundo y tercer grado.

En ese sentido, la primera pregunta trataba de averiguar si las participantes mujeres sentían de alguna manera que sus aspiraciones (en general) cambiaron después de ver doramas. El primer grado se refiere a cómo su interés por conocer más aspectos sobre la cultura coreana incrementó respecto al: idioma, moda y skin-care. En segundo grado tenemos el deseo de ir más allá del conocimiento, pues expresaron que querían vivir la experiencia de vivir en otro país como Corea descubriendo ese choque cultural que se siente al ver doramas. Así, no solo se trata de querer (conocer o experimentar) sino de poner en práctica dicho deseo, como Alexa quien aprendió coreano y ahora ve doramas para practicarlo. En el tercer grado tenemos a Dakota, pues como expresa ella no sabía qué hacer con su vida en quinto de secundaria hasta que gracias a su gusto por los k dramas decidió a estudiar chino mandarín en la carrera de Traducción. Así, ella sostiene que los doramas le ayudaron a encontrar su camino. También, Alexa es otra participante clasificada en el mismo grado, porque su interés por la cultura la llevó a inscribirse en un diplomado de estudios coreanos que cambió su visión hacia Corea. Como se ha visto el tercer grado se refiere a cómo las participantes impulsaron sus aspiraciones más allá al elegir inclusive el rumbo de su futuro académico con cierta influencia de los dramas. Por último, en el caso de los participantes hombres, ambos dijeron que no sintieron ningún cambio en sus aspiraciones, porque solo 'lo ve como algo muy interesante' como señala 'Tito'.

Por otro lado, además de una clasificación en grados, la pregunta sobre las aspiraciones desveló también aquella desilusión que cinco participantes mujeres describieron en diferentes formas, al concebir la idea de un hombre ideal y luego entender que no es una realidad. En cierto sentido, la desilusión que describen las ayudó a desarrollar una mirada más crítica sobre tener una pareja que siga ciertos ideales físicos o conductuales. Entre ellas, destaca la opinión de Lara y Ana, pues a diferencia de cuando eran pequeñas y veían doramas, ahora a Lara no le parece que un coreano sea un hombre ideal, y Ana, por su lado, explica que sus aspiraciones sobre su futura pareja no salen de su realidad o de sus gustos.

Las respuestas sobre la influencia en las decisiones personales también fueron clasificadas en tres grados. En el primer grado, Alexa sostuvo que el drama 'Navillera' le inspiró a entender que nunca es tarde para hacer algo nuevo. En segundo grado, Angela e Indira se animaron a estudiar una lengua oriental como el chino o coreano;

mientras que Lara y Salma explican que los dramas las ayudaron a generar lazos de amistad. En el caso de 'Lara', dijo que se hizo amiga de un asiático por que se parecía a los chicos que veía en lo dramas, pero quien resultó ser 'más peruano que el ceviche'. En tercer grado se expresó el deseo y la intención de ir a Corea para vivir la experiencia y convivir con roomates (en el caso de Dakota), pues le gusta la idea de juventud e independencia. Por último, fueron los dos participantes hombres y tres mujeres quienes dijeron no sentirse influenciados en lo absoluto, pues según Maya 'sería darle demasiada importancia'.

La última pregunta sobre la influencia de los dramas trataba de averiguar los aspectos de vida de las participantes que hayan cambiado desde que decidieron ver doramas, en un sentido más privado. En primer grado, Mila e Indira sostienen que ahora se preocupan por ser más saludables y cuidar su piel. En el segundo grado, cuatro de las participantes señalaron una influencia un poco más relacionada a aprender más sobre la cultura coreana, pues Dakota empezó a investigar un poco más sobre sus normas, Alana aprendió algunas palabras en coreano inconscientemente, y Ariana e Indira les interesa probar la comida coreana y curiosidad por comer con palillos. En tercer grado, se tiene interés por aprender coreano y viajar a Corea u otros países asiáticos como Japón. Asimismo, resalta el caso de Paz, quien relata que antes no era feliz, pero el gusto por los dramas la llevó a cambiar sus amistades y, en consecuencia, sus relaciones sociales mejoraron. Junto a los casos de quienes admitieron un cambio en su vida, fueron cinco participantes quienes negaron algún cambio por los dramas. Respecto a una respuesta negativa, fueron cinco personas (incluyendo ambos participantes hombres) quienes dijeron que ningún aspecto de su vida cambió por los doramas, pues Ana señala que no ha interiorizado tanto la cultura coreana en su realidad.

#### 4.2. Balance del capítulo

La mayoría de las participantes mujeres cuenta de diferentes formas la manera en que los k dramas las influenciaron a interesarse por conocer más sobre la cultura coreana, probar su comida, conocer su idioma o seguir la moda coreana. Sin embargo, la influencia no solo ha sido superficial, si podemos clasificarla así en comparación con el deseo de otras participantes por estudiar el idioma y la cultura coreana, cuidar su piel según las tendencias del skin-care, y planear un viaje a Corea con fines

turísticos o académicos. En ese sentido, no solo se trata de conocer un poco más de lo que ven en los dramas, sino que en algunas participantes provoca el deseo de vivir aquella cultura en carne propia, entenderla más a profundidad y, en general, seguir ciertos aspectos de la forma de vida de la sociedad surcoreana como por ejemplo las tendencias de cuidado de piel. En efecto, se trata del consumo transestético que está orientado a sentir y buscar emociones, pues se trata de explorar todos los dominios de nuevas percepciones, diversiones, descubrimientos, sensaciones y emociones (Lipovetsky & Serroy, 2015). Por lo que, se podría decir que los doramas venden aquellas emociones y sensaciones que las participantes sienten cuando nace el deseo de probar aspectos de la cultura coreana o planear un viaje en que puedan vivir la experiencia de encontrarse en el país que vieron solo a través de una pantalla.

Las relaciones sociales de las participantes también se vieron influenciadas, pues algunas señalan que su gusto por los dramas coreanos las llevó a formar nuevas amistades o crear vínculos con otras personas. Asimismo, se describe la desilusión al comprender que el hombre ideal que muestran los k dramas no es real y escapa de su realidad. Por lo que, dicha desilusión les ayudó positivamente a forjar una mirada más crítica al momento de juzgar a alguien para que sea su pareja, pues tienen en cuenta que deben seguir ciertos ideales físicos o conductuales.

### Capítulo V: Visionado de dramas

En el proyecto se planteó analizar los dramas 'My ID is gangnam beauty' y 'The greatest marriage' pues la belleza física y el cuestionamiento a la masculinidad tradicional coreana forman parte de los temas principales desarrollados por la trama. Asimismo, se pensaba encontrar en las respuestas de los participantes la mención recurrente de algún drama en específico que haya provocado cuestionamientos en torno a sus conceptos de masculinidad y belleza masculina. Sin embargo, las respuestas no indicaron a un drama en especial que llamara su atención al punto de influir en sus concepciones y percepciones; sino que en realidad son los dramas coreanos en general que influyen, cambian o moldean sus percepciones. El aspecto físico de los actores en los k dramas y la forma en que se comportan son suficientes para generar cambios o algún tipo de cuestionamiento respecto de la forma que los jóvenes peruanos ven la masculinidad que se relaciona mucho con el aspecto físico y el comportamiento.

En efecto, en los dramas es usual que se muestren a los protagonistas masculinos maquillados, bien arreglados y siguiendo el estilo de ropa que está de moda en Corea. Es decir, suelen mostrar una versión metrosexual coreana que no tiene problemas en combinar las conductas masculinas tradicionales confusionistas junto con el cuidado por el aspecto físico que sigue las tendencias modernas del mundo capitalista. Los ejemplos más conocidos pueden ser los siguientes personajes: los F4 de 'Boys over Flowers', el grupo ANJELL de 'You are beautiful', Choi Dal po de 'Pinocchio', Lee Yeon y Lee Rang de 'Tale of the nine tailed', entre otros. El

comportamiento de estos personajes atractivos también es recurrente (y descrito por las participantes mujeres más adelante) pues suelen ser delicados, tiernos, amables, detallistas y lindos. Entonces, es en realidad la apariencia de los actores coreanos en general que alteran o moldean la percepción de los jóvenes en cuanto a la manera en que puede verse un hombre y cómo puede comportarse sin que ello signifique que sea menos hombre o que se le tilde de afeminado.

## Capítulo VI: Ampliación de la masculinidad

El siguiente capítulo desarrolla varios temas referidos a la forma cómo los sujetos de estudio percibieron el comportamiento de los personajes masculinos. Un aspecto importante es la desilusión que sintieron varias participantes al comprender que la forma cómo presentan a los personajes es irreal, así como la creencia que plasman en sus historias: al insinuar que la presencia femenina es la que cambia el comportamiento reprochable masculino. Asimismo, se explica que los doramas no solo quitaron estereotipos de género, sino que también subieron las expectativas de las participantes en relación al tipo de comportamiento que esperan de un hombre. En ese sentido, también se desarrolla la visión difusa que tienen las participantes sobre la masculinidad que lleva a una ampliación del concepto en sí mismo.

### 6.1. Desilusión: Personaje masculino vs realidad surcoreana

Cuando se preguntó a las participantes sobre la manera en que se presentan los hombres en general en los k dramas, nueve de ellas respondió indicando características del estado emocional del comportamiento de los personajes, mientras que once de ellas expuso también características físicas.

Las preguntas sobre los personajes masculinos estaban planteadas para ver si las participantes resaltaban características físicas y qué tipo de características detallaban. Sin embargo, el análisis de entrevistas muestra que ellas toman en cuenta

el estado emocional o el comportamiento de los personajes. <sup>1</sup> Esto puede estar relacionado con el pasado de los personajes, a menudo trágico que se expresa en los conflictos que los aquejan.

Entre las características físicas que distinguen resaltan guapos y altos; sin embargo, dos de ellas los describe como perfectos o utópicos, pues tienen todas las cualidades deseables. Un contraste interesante pues mientras tres de ellas resalta la seriedad y falta de expresividad de los hombres, solo Lara, señaló que son lindos, tiernos y tímidos. Esta única respuesta sorprende, pues los personajes masculinos de los k dramas, si bien pueden presentarse serios o fríos; la ternura y la timidez son rasgos que los caracteriza y diferencia ampliamente de otros personajes latinos en telenovelas.

Por otro lado, Tania, Ester y Maya identifican conductas que se califican como machistas o patriarcales, 'Tania' resalta que un mensaje de los k dramas sobre hombres guapos es que: '...su lado tierno supera su lado oscuro. Te muestran que la chica termina con el chico malo'. Es decir, ella encontró un patrón recurrente en las historias de los k dramas pues en la mayoría de estas historias románticas, los protagonistas masculinos sin necesidad de tener un pasado triste o trágico se comportan violentos o fríos con la protagonista al inicio de la historia. Por ejemplo: Gu Jun Pyo de 'Boys over Flowers', Baek Seung Jo de 'Playful Kiss', Hwang Tae Kyung de 'You are Beautiful', Lee Yeong Jae de 'Full House', entre otros. En ese sentido, respecto al comportamiento de los personajes, 'Tania' analiza ciertas actitudes de los personajes masculinos pues 'Algo violento lo maquillan para que parezca algo romántico'.

Las opiniones son diversas en el análisis del comportamiento de los personajes masculinos, pues para las entrevistadas Alana, Lara y Dakota la imagen de los personajes masculinos no es real y no representa a la sociedad surcoreana, pues son posicionados milagrosamente como las mejores personas del mundo. Lara expresa su desilusión sosteniendo que para ella la sociedad coreana es muy hipócrita, mientras que Dakota resalta las contradicciones a las que llevan el comportamiento de los personajes, ya que presentan a una persona muy inocente, educada y moji-gata

---

cuando la realidad surcoreana no es ajena a los problemas de machismo y acoso sexual hacia las mujeres que se vive en Latinoamérica y quizás hasta en un grado mayor. Esta afirmación puede visibilizarse gracias a la movilización femenina surcoreana 'Mi vida no es tu porno' en relación a cámaras espías en baños públicos y en habitaciones de hoteles. Ester y Salma señalan un punto importante al analizar la forma en que se comportan los personajes masculinos pues dicen que en los k dramas tratan de poner a la protagonista mujer como si fuera la solución para el comportamiento negativo del protagonista varón '...lo cual no es incorrecto, pero tampoco es cierto' como señala 'Ester'. Por último, otra opinión interesante es la de 'Dakota' quien señala que las contradicciones del comportamiento de los personajes masculinos tienen efectos negativos porque las jóvenes que gustan de doramas creen que todos los chicos son así 'y ahí es donde creen que somos fáciles y se aprovechan'.

#### 6.2. 'Hay muchas formas en que puede ser un chico'

La pregunta sobre el cambio en la percepción sobre los hombres se realizó con el objetivo de averiguar si algún aspecto de su percepción general sobre los hombres habría sido influenciado de alguna manera por los personajes masculinos que presentan lo doramas. En ese sentido, las respuestas de las participantes mujeres oscilan en: afirmar o negar un cambio en su percepción, describir este cambio, afirmar que no tenían dicha percepción antes de ver doramas, o sentir que subieron sus expectativas.

Entre las participantes que describieron el cambio se destacan tres aspectos: hombres que puedan mostrar sus sentimientos, que no sean violentos o machistas y que puedan cuidar su aspecto físico.

Así, cuando destacan que ahora perciben que los hombres pueden mostrar sus sentimientos y no reprimirse nada, sostienen que antes tenían el estereotipo que un hombre no podía sentir como las mujeres o que verse vulnerable era sinónimo de verse menos masculino. Al señalar el cambio respecto al machismo, Angela sostiene que antes pensaba que todos eran machistas, mientras que Paz creía que estaba bien que un hombre te maltrate, pero ahora sostiene que no podría aceptar a alguien violento. Asimismo, si antes se pensaba que era raro que un hombre se cuidara o se maquillara, ahora Maya y Mila lo ven como normal, pues es lindo que puedan cuidar su físico y usar lo que quieran como señala Mila. Por otro lado, hubo participantes que

afirmaron no tener una percepción general sobre los hombres antes de ver doramas, pues cuando empezaron a verlos eran muy niñas. Por lo que, su percepción se fue gestando con el tiempo conforme veían dramas coreanos. Así, 'Salma' afirma que 'la primera persona con la que dije me quiero casar fue Kim Hyun Yoon'; mientras que Lara afirma que creció con ese ideal de tímido coreano, el cual se fue amoldando conforme a sus experiencias y necesidades psicológicas, físicas y sexuales. En este punto es importante resaltar que Lara considera que su percepción sobre los hombres surgió por la influencia de varias experiencias y necesidades, y no solo por los doramas. Por último, tres participantes dijeron que el cambio o la influencia solo fue estética o visual, pero dos de ellas señalaron que los doramas subieron sus expectativas respecto al trato que dan los varones a las mujeres y el rechazo a matices tóxicos. Es decir, que tienen expectativas o estándares bastante altos y por ello no le hacen caso a un chico solo por su físico.

Con el objetivo de comenzar las preguntas sobre el cambio de percepción acerca de la masculinidad y la belleza masculina, se decidió introducir antes la pregunta en general sobre si las participantes mujeres creían o no que sus criterios sobre los hombres cambiaron después de ver doramas. Esta pregunta buscaba saber qué aspectos eran necesarios en los hombres para que las participantes se relacionaran con ellos.

En ese sentido, al menos cuatro de las participantes señalaron que sus criterios se inclinaron a buscar el lado tierno de los hombres. En consecuencia, se trata de buscar 'un hombre que no tenga vergüenza de mostrar lo que siente, que respete lo femenino' como señala Dakota, pues tener conductas tiernas en occidente se relaciona a la mujer sostiene Mila. Es decir, dichas participantes no solo buscan el lado tierno, en el sentido de que los hombres puedan expresar lo que sienten, sino que también respeten aquella expresión de sentimientos asociada constantemente a lo femenino.

Otra respuesta estuvo relacionada al cuidado estético, pues tres de ellas aseguró que el cuidado sobre la piel y la apariencia en sí es parte de sus criterios ahora. Así, Mila dijo que los doramas le eliminaron algunos estereotipos sobre el cuidado estético de los hombres y Salma señaló que gracias a que ha madurado entiende que todo

tipo de belleza está bien. Por último, están las respuestas de Alexa y Lara quienes dijeron que no se dejan llevar por la apariencia o los estándares de los k dramas.

Luego de averiguar poco a poco por el cambio de percepciones, se preguntó finalmente cómo debía ser un hombre atractivo para ellas en la actualidad; es decir, se trataba de comprender cómo debía ser el comportamiento y qué características físicas debía tener un hombre para que las participantes mujeres lo consideren atractivo. Hubo un balance entre las características físicas y el comportamiento, pues solamente una de las participantes señaló solo características físicas; las demás señalaron por igual ambos aspectos. Entre las características físicas son recurrentes la altura y el estilo de vestir, pues resaltan que sean más altos que ellas y de buen vestir. Asimismo, las características buscadas en el comportamiento son diversas, pero la recurrente es saber escuchar. Otra característica señalada sobre la imagen atractiva de los hombres es la pulcritud, pues al menos cinco participantes destacaron la importancia de que un chico sea pulcro, limpio y se arregle para poder considerarlo atractivo. En ese sentido, las participantes que resaltaron la pulcritud fueron las mismas que casi no señalaron características físicas como indispensables para el atractivo. Asimismo, cabe destacar las opiniones de Alana y Lara que no señalaron ninguna característica física, sino que se centraron en los aspectos del comportamiento que ellas consideran adecuado. Lara resalta que sea empático, limpio, que tenga valores y una buena higiene personal; mientras que Alana resalta que en lo físico no espera nada de nadie, sino que prefiere a una persona con buenas intenciones y mismos ideales que ella.

### 6.3. No hay conflicto: ser hetero y cuidar tu imagen personal

Una cuestión importante para este trabajo era averiguar si por influencia de los k dramas, los participantes involucrados creían que de alguna forma cambió su perspectiva sobre la masculinidad: tanto mujeres como varones. Así, ocho personas creen que su perspectiva sí cambió, otras tres describen este cambio y tres últimas creen que los dramas no cambiaron su perspectiva. Entre las participantes mujeres que admitieron un cambio en su perspectiva antes pensaban que las cosas de chicos estaban separadas de las cosas de chicas y no se imaginaban que un hombre se cuide mucho o que pudiera ser adorable. Así, Mila y Maya coinciden en que, si los chicos hacían otras cosas no relacionados a su género tradicionalmente como el

cuidado personal, por ejemplo, lo veían como raro. Sin embargo, al ver k dramas al menos seis de ellas comprendieron que los hombres pueden maquillarse o arreglarse cuidando su imagen personal sin que ello condicione su orientación sexual o signifique su estigmatización como afeminado. De entre estas participantes cabe resaltar que ya sea que dijeran que no cambió o si cambió, tres de ellas admiten que los doramas les hicieron un gran aporte sobre el cuidado personal y el uso de maquillaje de los hombres. Así, Alexa resalta que los k dramas le ayudaron a abrir su mente y reflexionar sobre los metrosexuales, pues entendió que un hombre con características femeninas no era necesariamente afeminado. Por último, las participantes que dijeron que solo tal vez su perspectiva había cambiado respecto al comportamiento de los varones, señalaron aspectos convencionales del mismo: caballeroso, respetuoso, bondadoso, querer superarse.

Por último, en el caso de los participantes varones, solo Tito admitió un cambio en su perspectiva sobre la masculinidad, ya que antes solo relacionaba ser masculino con lo físico; pero los k dramas le ayudaron a descubrir un arquetipo masculino que complementa lo físico con el comportamiento de uno mismo. Es decir, ahora entiende la masculinidad como ese balance entre las características físicas y conductuales que antes no concebía, pues antes para él solo el aspecto físico era sinónimo de masculino.

#### 6.4. Quebrando el patrón binario: 'Una persona puede ser lo que quiera'

Cuando se formuló la pregunta sobre cómo los participantes definirían la masculinidad, en un inicio se esperaba que puedan describir aquellas características físicas o conductuales que consideran masculinas. Sin embargo, ya en el campo se encontró con que la mayoría de las participantes mujeres (once) se refiere a una ambigüedad entre los términos masculino y femenino o describe aspectos de una masculinidad flexible. En ese sentido, seis de ellas señalaron que aquella dualidad entre femenino y masculino es ambigua o simplemente no existe. Por ejemplo, 'Mila' sostiene que ambos términos han menguado en gran medida, pues aquella dualidad 'es algo solo religioso' señala Alexa. A ellas se une Dakota explicando que 'todos tenemos femenino y masculino. Así, en algunas personas resalta más lo masculino o lo femenino'. Con la misma línea Ester sostiene que la masculinidad es más flexible y no toma roles, mientras que Maya admite que antes para ella todo era más estereotipado, pero cambió su perspectiva al comprender que los chicos que usan

maquillaje no son homosexuales. Así, en este marco cabe resaltar ciertas opiniones: 'no podría definir la masculinidad' ('Alexa', 'Indira'), 'borré mi idea de masculinidad y la transformé en elegancia' ('Mila') y 'la masculinidad no es algo exclusivo para hombres. No debería ser un patrón' ('Dakota'). Estas opiniones hacen evidente la extensión de la masculinidad, desde sus perspectivas, ya que no solo toma elementos usualmente asociados a lo femenino, sino que su ampliación es tal que se ha mezclado con lo femenino al punto que resulta difícil aislar el concepto.

Entre las participantes que describen en sus respuestas una masculinidad flexible destacan las respuestas de Salma y Alana pues a ambas les gusta los hombres que son seguros de sí mismos sin importar las preferencias que tengan, pues 'si te gusta arreglarte me parece muy bien, de hecho, me gusta que te arregles, pues no me gustaría estar con alguien desarreglado o desaliñado' señala 'Salma'. Por último, Lara es la única que señala no hay una sola masculinidad, sino que, así como hay varias masculinidades también existen diversas feminidades.

En el caso de los participantes varones, Tito identificó una masculinidad más sensible que no está definida en términos de lo físico, sino que se construye en relación a los valores, el carisma, la nobleza y la sensibilidad.

### 6.5. Balance del capítulo

La perspectiva de las participantes mujeres sobre los personajes masculinos de k dramas se centra básicamente en las características del estado emocional y la conducta de los personajes, pues si bien las características físicas no son ajenas a su mirada, son vistas como lejanas e irreales. En efecto, creen que dichos personajes no representan en lo absoluto a la sociedad surcoreana; sino que los dramas muestran una versión utópica de la sociedad surcoreana cuando la realidad es muy distinta marcada por el machismo y el acoso sexual. Asimismo, las participantes señalan como un aspecto muy negativo de los k dramas posicionar a la protagonista mujer como solución al comportamiento reprochable del protagonista que es un aspecto muy común en escenas de violencia romantizada que identificaron algunos participantes.

La mayoría de ellas cree que un chico puede ser y expresarse de varias formas. En ese sentido, consideran que su mirada general sobre los hombres cambió gracias

a los doramas, ahora entienden que un hombre puede mostrar sus sentimientos, cuidar su aspecto físico (arreglarse o maquillarse), y ser ajenos a la violencia y al machismo. Así, como descubrió Verheijen, J. (2006) en su estudio sobre cómo las telenovelas pueden motivar a que las mujeres se den cuenta que las cosas pueden ser diferentes. Es decir, las mujeres se dieron cuenta que otros roles de género son posibles, pues veían un tipo de comportamiento diferente en las telenovelas en que las relaciones amorosas se basan en admiración mutua, respeto, cuidado y comprensión. En el caso de las participantes de este trabajo, se puede decir que los doramas les enseñaron el ideal de un hombre que puede ser sensible al mostrar sus sentimientos y cuidar de su aspecto físico (al arreglarse o vestir según tendencias de moda). Por otro lado, otro grupo sostuvo que no tuvo dos percepciones diferenciadas de antes y después de ver dramas, sino que su percepción sobre los hombres se generó y se fue construyendo conforme crecían y veían doramas al mismo tiempo. Ello debido a que vieron doramas desde muy niñas, por lo que no tenían una percepción sobre los hombres antes.

Cuando se habló del tema de los criterios que considerarían importantes para relacionarse con un hombre. Esto es, si los k dramas influyeron en sus criterios, las participantes casi no señalaron características físicas, y un grupo no señaló ninguna; sino que se centraron en el comportamiento y la pulcritud. Ellas buscan el lado tierno de los hombres, que sepan escuchar, que no tengan vergüenza de expresar lo que sienten, y que respeten la expresividad de sentimientos, pues es un aspecto muy relacionado a lo femenino. En ese sentido, podría decirse que las participantes ya no buscan: solo fuerza o tamaño de músculos, o un hombre sensible con consciencia estética como señala Villa (2015) en su estudio; sino que ahora buscan la ternura y la pulcritud como nuevas características a la masculinidad. Lo cual, desde el punto de vista de Tito es en realidad un ideal de masculinidad: que complementa lo físico y el comportamiento sin centrarse solo en lo primero.

Finalmente, la mayoría de las participantes cree que los términos masculino y femenino son ambiguos, difusos, religiosos o inexistentes. Es decir, para ellas la diferenciación de ambos términos ha pasado a ser algo puramente religioso que no existe en la realidad actual. Otro grupo también describe una masculinidad flexible al momento de señalar que si experimentaron un cambio de perspectiva de la masculinidad. Es decir, ellas dicen que comprendieron que los hombres pueden cuidar

su imagen personal al arreglarse o maquillarse sin que ello signifique que sean afeminados; en consecuencia, esperan que sean seguros de sí mismos cuando se trate de cuidar su aspecto físico, pues prefieren salir con un chico arreglado a comparación de uno desaliñado. Entonces, se puede decir que, a los ojos de las participantes mujeres, la masculinidad se ha expandido tomando elementos usualmente relacionados a lo femenino como señala Romero (2018), ya que la masculinidad se puede forjar a través de otros senderos.

## Capítulo VII: Belleza masculina

El siguiente capítulo expone las cualidades y defectos que encuentran los participantes sobre los personajes masculinos, y cómo se contradicen. Se expone las razones por las que se considera la belleza masculina de los k dramas como utópica y no representativa de la sociedad coreana. Por consiguiente, se explica que más que un cambio en sus perspectivas sobre la belleza, realmente sucedió una extensión; debido a que varias participantes dijeron que aceptar este tipo de belleza bajo estándares surcoreanos, les ayudó a conocer y aprobar incluso estilos de belleza masculina de otros países.

### 7.1. Héroes perfectos o pedantes agresivos

El comportamiento de los hombres atractivos en los k dramas es visto mucho más de manera positiva por las participantes mujeres, pues ocho de ellas resaltaron solo las cualidades positivas o no negativas como: buenas personas, tontos, tiernos, divertidos, héroes, perfectos, amables, respetuosos, caballerosos, educados y trabajadores. Por otro lado, otras seis participantes también señalaron los aspectos negativos o solo señalaron dichos aspectos: caracterizándolos desde desinteresados, pedantes, reprimidos, sin personalidad, mujeriegos hasta que desprecian a las mujeres. Tania explica que, a pesar de este desprecio o conflicto con la protagonista, se arma un escenario en que el protagonista pelea por ella y finalmente terminará estando con ella a pesar que haya otro chico bueno que también esté interesado en

la protagonista. Mientras que 'Mila' sostiene que pareciera que están encerrados en 'la caja de chico guapo sin personalidad'.

Los participantes varones resaltaron de diferente manera la forma en que se presentan y se comportan los hombres en los k dramas. Tito resaltó las cualidades como noble y de carácter suave, mientras que Carlos señaló que además de ser conservadores son demasiado femeninos, por el uso de maquillaje que los hace ver artificiales. Asimismo, es importante resaltar que mientras Tito sostiene que los personajes son un poco más horizontales con las mujeres; Carlos señala que son un poco agresivos y se ponen muy violentos, a veces, cuando por ejemplo tratan de romantizar una escena de violencia, pues sobreactúan escenas de coraje y lo muestran muy violento cuando en realidad podría ser más normal. Así, Carlos destaca que a pesar de que tratan de darle un aspecto de que protege y engríe a su pareja, en realidad tiene un comportamiento seco y ejerce violencia a través de pequeños actos como cuando el protagonista jala del brazo a la protagonista mujer.

### 7.2. Cuando la belleza física es utópica y la realidad, distinta

Se preguntó qué características físicas identificaban los participantes en los hombres atractivos de los k dramas para entender con más precisión qué pensaban sobre dicha belleza. Entre las participantes mujeres, fueron diez las que resaltaron el color y el cuidado la piel; y de entre ellas varias también destacan la altura y el cabello bien arreglado. Asimismo, tres de ellas indicó que la pulcritud era también un aspecto que destacaba en los personajes presentados como atractivos en los k dramas. Los varones también destacaron la altura y un corte o peinado específico.

Las opiniones sobre la belleza que describieron las participantes mujeres son distintas en cuanto si creen en ella o no, cómo se diferencia del comportamiento y el impacto que tuvo en sus pensamientos. Cuatro de ellas expresan de forma diferente que esta belleza es falsa y que más bien es algo utópico: Lara sostuvo que los personajes son solo una pequeña porción de algo, pues no son algo representativo de la población coreana, al igual que Ariana pues cree que no deberían exagerar, sino que deberían mostrar más rostros reales. Cinco de las participantes señala que el atractivo físico contrasta con el comportamiento del personaje pues, así como lo expresó 'Tania' 'a veces se da a entender que si la persona es atractiva no importa si hace algo malo, pues está justificado o terminará cambiado después'. Como se ve,

las participantes encuentran esta discordancia entre la belleza física y el comportamiento como señala Angela 'la belleza de los posesivos está mal'. El impacto en los pensamientos de las participantes se refiere a las diferentes reacciones que tuvieron al ver este tipo de belleza en los k dramas que van desde 'Wow, yo también quiero conocer un chico así' ('Ester') hasta 'No tenía un amigo jaladito, por eso me hice amiga de uno, solo por eso' ('Lara'). Al menos tres de ellas contaron que cuando más jóvenes tenían una visión de los coreanos como lindos y sentían que querían estar con un coreano o casarse con un coreano, pero luego enfrentan la desilusión de que realidad es muy distinta, pues la gente coreana de la calle luce muy distinta a la de los doramas, además que a pesar de que la cultura coreana sea muy diferente a la nuestra, como Salma y Angela reflexionan sobre el machismo cuando analizan los doramas de nuevo con otra mirada.

Otras reacciones diferentes destacan como la de Paz, quien dijo que se acostumbró tanto a ver ese tipo de belleza que le parece normal, por lo que, si tuviera que elegir entre un prototipo coreano u occidental, probablemente elegiría al coreano. Por último, Ester, Salma y Dakota señalan que ver este tipo de belleza les ayudó positivamente, pues Ester siente que es bueno saber que hay chicos que se arreglan de esa manera y que es mejor, pues de esa manera se ve bonito. Asimismo, Dakota dice que los personajes de los doramas no solo le enseñaron, sino también le quitaron prejuicios sobre los chicos que se maquillan y hablan de sentimientos. Se suma Salma señalando que este tipo de belleza le llevó a apreciar los diferentes tipos de belleza que puedan existir y no tanto enfocarse en lo asiático.

Por último, ambos participantes hombres resaltan que la belleza es subjetiva, a ellos se suman cuatro de las participantes mujeres quienes concuerdan en que 'no existe un solo criterio de belleza' como señala Mila, sino que somos diversos porque no hay una sola forma de ser resalta Dakota.

### 7.3. Ampliación de perspectiva sobre belleza masculina

La pregunta que se hizo sobre si hubo algún cambio de perspectiva sobre la belleza física masculina después de ver k dramas buscaba dilucidar si los participantes tenían una percepción diferente antes y después de ver k dramas. Sin embargo, al conocer que muchos de los participantes habían empezado a ver k dramas desde niños con 9 o 10 años, se entiende que sus perspectivas de antes y

después de ver k dramas no contrastan, sino que más bien son ampliadas gracias al añadido de otras características. Es decir, que conforme crecían y formaban su propia perspectiva sobre la belleza masculina, esa formación era afectada por los aspectos que los rodeaban y entre ellos está su visionado de dramas coreanos, que en la mayoría de ellos se mantuvo hasta ahora.

De las participantes mujeres solo cinco dijeron que, si sentían que su perspectiva sobre la belleza masculina había cambiado, pero solo tres de ellas describieron un antes y un después. Asimismo, de las nueve participantes que describieron un antes y un después, solo dos de ellas remarcaron un contraste entre sus percepciones. En ese sentido, más que un gran cambio, en realidad las participantes ampliaron o expandieron su panorama de belleza física masculina como lo señalan Mila, Lara y Salma. Ariana e Indira por su parte si sienten que cambió respecto al físico, pues Indira consideraba atractivo a alguien con más músculos y más robusto, pero ahora considera más atractivos a los personajes de k dramas que son delgados. Por último, Ariana piensa que un chico debe mantener un físico saludable no por llamar la atención, sino para ser más saludable. Otras participantes como Ana y Alana sostienen que no cambió pues no se dejan llevar por la belleza coreana porque saben que es diferente a la belleza peruana y son conscientes que lo que ven no es como la realidad que viven como señala Alana.

Entre los participantes varones, solo tito consintió en que si hubo un cambio señalando entre un antes y un después. El único cambio reflejado se refiere al físico, pues antes solo relacionaba la belleza con la altura y musculatura; sin embargo, luego de ver dramas coreanos la relaciona más bien la delgadez y la baja estatura.

#### 7.4. Balance del capítulo

La descripción que dieron todos los participantes sobre las características de los hombres atractivos de un dorama se basó en el cuidado de la piel, la pulcritud, la ternura, la altura, el peinado y la perfección. Entonces, no solo el aspecto físico fue relacionado con lo utópico o la perfección, sino que al mismo tiempo confirmaban que esta belleza es falsa para ellos porque no representa a la población sur coreana. Aquella población que fácilmente se puede ver en los videos de YouTube caminando en las calles de Corea del Sur como señala Lara. Cabe resaltar que, a diferencia de la belleza masculina que señala Fuller (2018), la cual se asocia a un cuerpo musculoso,

fuerza corporal y rostro bien definido; los participantes no señalaron ninguna de estas características como parte del atractivo físico de los personajes masculinos.

Por otra parte, también se señalaron aspectos negativos de los hombres atractivos de los k dramas: pedantes, desinteresados, violentos, reprimidos y que desprecian a las mujeres. En efecto, Jung (2010) señala que a los kkotminam no solo se les atribuye looks lindos sino también defectos como una personalidad inmadura y desconsiderada (como se citó en Miyose & Engstrom, 2015, p.4). Asimismo, existe una discordancia que encontraron las participantes y creyeron importante resaltar: referida a la notoria diferencia entre el atractivo físico del personaje masculino y su comportamiento. Es usual que los k dramas traten de dar a entender que cuando un personaje masculino atractivo hace algo malo, está justificado o terminará cambiando eventualmente conforme se desarrolle la trama. Tal parece como si su atractivo físico y el hecho de que es protagonista justifique su actitud negativa, violenta o reprochable. Así, las participantes resaltan especialmente esta crítica a los dramas coreanos, pues no se quedan solo con los elementos positivos del comportamiento de los chicos; sino que le dan más peso e importancia a aquello que no consideran correcto como la discordancia que realmente existe entre la belleza física y el comportamiento masculino de los protagonistas. En consecuencia, aunque de jóvenes se sentían atraídas por los actores coreanos, luego pasaron por una desilusión que las llevó a entender que la realidad es muy distinta; para lo cual jugó un papel importante conocer más a profundidad la realidad social surcoreana.

Se menciona que los dramas ayudaron a las participantes a superar prejuicios sobre los chicos que hablan de sentimientos o se maquillan y las llevaron a aceptar, y apreciar los distintos tipos de belleza existentes alrededor del mundo. Entonces, es importante señalar que a pesar de que hubo participantes que afirmaron o describieron un cambio en su perspectiva sobre la belleza masculina, en realidad solo dos jóvenes mujeres expusieron una diferencia entre sus percepciones de antes y después de ver dramas. Por lo que, la gran mayoría en realidad expandió su panorama de belleza masculina. Finalmente, otro grupo considera que no hubo cambio porque ellas dicen ser conscientes de la realidad en la que viven, que es ajena a los estándares de belleza surcoreanos masculinos.

## Capítulo VIII: La perspectiva propia vs la perspectiva de la sociedad

### 8.1. Masculinidad vs masculinidades vs constructo social

Con la finalidad de entender mejor cómo la perspectiva de los jóvenes participantes ha cambiado debido a la influencia de los dramas, se les pidió que reflexionaran sobre sus concepciones sobre la masculinidad y la belleza masculina. Es decir, se les preguntó si creían que sus conceptos se diferencian de aquellos que maneja la sociedad que los rodea. Las respuestas sobre la masculinidad pueden clasificarse en dos grupos: un grupo que cuestiona el concepto en sí de masculinidad y el hecho de que englobe solo ciertos aspectos; así como otro grupo que describe una gran diferencia entre una masculinidad hegemónica y otra contrahegemónica.

En el primer grupo, cinco participantes mujeres cuestionan que la masculinidad sea una sola o que englobe solo ciertos aspectos. Entre ellas, Alexa y Tania sostienen que no tienen un concepto establecido de masculinidad porque creen que el género es un constructo social o religioso; por lo que, no creen en la división entre femenino y masculino. Por ejemplo, 'Tania' cree que la ropa, el estilo o el cabello no tienen género, sino que 'si se siente mujer o varón, ya está... eres libre de andar como quieras'. Asimismo, Lara y Maya son flexibles respecto a la masculinidad y no creen que se pueda hablar de masculinidad como si fuera una sola, pues 'no por hacer o dejar de hacer algo dejas de ser hombre o de ser masculino' señala 'Maya'. En efecto, Lara confirma que el hecho de que alguien cuide su apariencia, se tiña el cabello, se ponga pircings, se maquille o se opere no lo hace menos hombre.

En el segundo grupo al menos siete personas (incluido un participante hombre) sostienen, de diferentes formas, que su concepto de la masculinidad es mucho más flexible que el de la sociedad. Dakota cuenta que a sus compañeras del colegio les gustaban chicos que no cuidaban mucho su apariencia, mientras que para ella este cuidado es muy importante, pues le gustan chicos que se cuiden, se depilen y que se pongan un poco de maquillaje. También, Tito señala que mientras para la sociedad lo masculino está asociado a lo rígido y lo insensible; para él lo masculino también puede vincularse a lo sensible y noble, lo que él denomina como masculinidad reflexiva.

Por último, es importante resaltar que círculo social cercano juega un rol importante en el contraste que hacen las participantes mujeres cuando explican cuán diferente es su concepción de masculinidad con la de su familia o amigos. Es decir, a partir de la opinión de sus allegados, se puede decir que existen ciertas críticas no solo al aspecto de los actores de k dramas, sino también a la aprobación y gusto de las participantes por este nuevo aspecto estético en los hombres. En efecto, al menos cuatro de ellas dijo que su familia o amigos tienen una opinión conservadora o cerrada respecto de la masculinidad. Así, las amigas de 'Tania' en el colegio creían que 'es raro que le gusten chicos de k dramas o k pop porque son como chicas'. Al describir que le gusta un chico que se cuida, depile y maquille un poco, 'Dakota' también señala que su familia lo ve raro expresando un 'ay no'. Por último, en el caso de 'Lara', ella señala que desde hace muchos años escucha comentarios de su propia familia y de la opinión popular sobre cómo un hombre que cuida de su apariencia o físico (con diferentes accesorios) es considerado 'menos hombre o por último, no es hombre' para ellos.

## 8.2. La conducta sobre la belleza subjetiva

La pregunta comparativa sobre la belleza masculina hace referencia solo al físico de los hombres y si los participantes (tanto mujeres como varones) encuentran alguna diferencia entre sus concepciones y la de la sociedad. Al menos cinco participantes señalaron que para la sociedad la belleza masculina se caracteriza a partir de músculos bien marcados, la altura, gestos más toscos, entre otros. Asimismo, Alexa, Angela e Indira comentaron que el machismo impide que los hombres se preocupen por su piel y que la sociedad llame afeminados a quienes cuiden de su apariencia (en cuanto a cara y ropa). Por el contrario, al momento de hablar sobre su propia

concepción de belleza masculina ocho participantes mujeres no describieron ningún rasgo físico, sino que resaltaron que los aspectos conductuales son más importantes y que la belleza física es subjetiva. Así, resaltan opiniones como 'gustos son gustos, lo que importa es como tratan a los demás' ('Alana'), 'Si alguien se siente bello de tal forma, normal... todo tiene su belleza' ('Maya'), y 'una cara bonita dentro de los estándares de tu sociedad no te asegura la satisfacción, porque hay hombres que te humillan e insultan aún con cara bonita' ('Lara'). Por último, entre los participantes hombres, Tito señala que quienes no ven dramas coreanos entienden la masculinidad respecto de los atributos físicos occidentales, cuando en realidad también ha surgido una nueva belleza definida en términos orientales según los estándares coreanos.

### 8.3 Balance del capítulo

La perspectiva de las participantes mujeres contrasta con la de la sociedad en la que viven radicalmente. Varias de ellas cuestionan la masculinidad y la belleza física masculina, pues para ellas ninguno puede encerrarse en un solo concepto. Es decir, la masculinidad no es una sola, ni engloba solo ciertos aspectos; y la belleza física en los hombres es subjetiva y no abarca solo ciertos rasgos físicos. En efecto, las participantes creen que la masculinidad puede ser visto más como un constructo social o religioso, pues no creen en la diferencia entre masculino y femenino. Otro grupo expone que la masculinidad no es una sola, sino que hay muchas formas en que puede ser un hombre que llevaría a la existencia de varias masculinidades. En ese sentido, varias de las participantes entienden que un hombre que cuide su aspecto físico o se maquille no es menos hombre, sino que más bien puede llegar a gustarles.

A diferencia de las participantes, su círculo social parece mantener vigente la diferencia tradicional entre femenino y masculino que los lleva a expresar ciertas críticas hacia el aspecto de los actores o idols coreanos, y hacia el gusto o la aprobación de sus allegados hacia ellos. Varias jóvenes, en distintas oportunidades, expresaron que recibieron ciertas críticas alguna vez de sus familiares o amigos por gustar del atractivo físico de los actores o simplemente verlos en los dramas. Estos comentarios a veces van referidos hacia cómo los actores cuidan su apariencia física (con diferentes accesorios o maquillaje) que para ellos los hace ver menos hombres o como si no fueran hombres. Son opiniones con las que ellas no están de acuerdo, pues consideran que en varias ocasiones es realmente el machismo, que alimenta la

sociedad, el que impide a los hombres cuidar su piel o preocuparse por su aspecto físico en general. En ese sentido, se puede ver cómo ha surgido una nueva belleza física definida en términos orientales que genera una discrepancia entre perspectivas y posiblemente en el futuro una discusión más formal e íntima entre círculos familiares.



### Conclusiones preliminares

La influencia del contenido de los dramas coreanos en audiencias latinas ha sido muy poco estudiada y aún menos desde un punto de vista antropológico. La intención de este trabajo es comprender la influencia de los dramas en las perspectivas de los jóvenes es visibilizar aquellos cambios en la mentalidad juvenil peruana que puede lograr un tipo de serie dramática que presenta una imagen masculina completamente diferente (a la peruana) desde su propia cosmovisión cultural. En efecto, se investigó la influencia que el capitalismo transestético generaba en las perspectivas de los jóvenes y se entendió que dicha influencia no solo provocó perspectivas de antes y después de ver dramas, sino que en realidad jugó un papel importante al momento que algunas participantes construían o moldeaban su perspectiva de masculinidad y belleza masculina. Consecuentemente, varias de ellas coinciden en que ambos conceptos son subjetivos.

El enfoque etnográfico guio la investigación para que se pueda dilucidar la perspectiva de los participantes (desde sus propias palabras) sobre una posible influencia de los k dramas, y cómo pudo desarrollarse. En ese sentido, hablar con cada uno de los participantes ayudó a comprender más a profundidad qué es lo que piensan de los dramas y cuál creen que fue la influencia en sus vidas. Así, como señala Verheugen (2006) respecto del impacto mediático: más allá del contenido de los mensajes diseminados, está la forma en que los espectadores perciben e interpretan los contenidos. Por otra parte, las reuniones de zoom, aunque virtuales y sin poder ver sus rostros, proporcionaron un espacio para que sus voces se expresen con libertad, y quizá con mucha más soltura y confianza, debido al apagado de las cámaras.

Los principales hallazgos que se obtuvieron para responder la pregunta de esta investigación: ¿Cómo influyen los k dramas en la percepción de los jóvenes peruanos

de entre 19 a 27 años en torno a la masculinidad y la belleza masculina a partir de la presentación de los actores y personajes masculinos?, giran alrededor cuatro temas: búsqueda de experiencias del mundo mostrado a través de los dramas, contraste entre lo ficticio y la realidad propia, importancia de la conducta por sobre el físico, y la ambigüedad de los términos tradicionales asociados a lo masculino.

#### Los doramas como el impulso para conocer y vivir nuevas experiencias

David Chang (2016) señaló en su trabajo que los dramas de televisión motivaban a los espectadores a realizar viajes para poder conocer los lugares presentados. Las entrevistas confirman este hecho, pues varias de las chicas admitieron tener el deseo de viajar a Corea para poder pasar por las experiencias que vieron en los dramas. Es decir, se trata de vivir aquellas situaciones desarrolladas por los personajes y visitar los lugares que se muestran en pantallas, pues al menos dos de ellas aseguraron que son los paisajes y escenarios lo que más les gusta de los dramas.

A la luz de los resultados, se debe destacar que la influencia de los dramas no solo fue sobre las perspectivas de masculinidad como se esperaba investigar, sino que esta abarcó el interés especial por el contexto, vivencias y escenarios que se muestran normalmente en estas series. Este aspecto no se había tomado en cuenta, pues se obvió la novedad que la cultura coreana significaba para los espectadores latinos de doramas. Aquella cosmovisión y formas de vida diferentes llamaron la atención al inicio para que los televidentes decidieran ver doramas.

A la búsqueda de experiencias vividas se suma el impulso en menor grado por conocer un poco más de la cultura coreana. Este hallazgo es diferente a los de otros estudios, pues gracias al enfoque etnográfico se pudo comprender que no todas las chicas quieren vivir experiencias relacionadas a la sociedad coreana, sino que varias solo buscan conocer un poco más de la cultura respecto a su comida, la moda y el idioma. Es decir, ellas buscan solo conocer el idioma o seguir las tendencias de moda, pero no planean estudiar coreano seriamente o llevar cursos para comprender mejor a la sociedad coreana.

Surge la desilusión cuando el personaje utópico contrasta con la realidad surcoreana y la realidad vivida

En medio de la búsqueda del cómo se dio la influencia de los doramas, surge un aspecto que no se esperaba, quizá porque los temas de investigación de otros autores leídos en cierto sentido eran lejanos al presente trabajo. Otros trabajos hicieron una comparación de los personajes kkotminam (chico flor) de los k dramas y su contraste con los personajes latinos machos de las novelas latinas. Sin embargo, gracias a las entrevistas a profundidad se encontró que varias participantes pasaron por un proceso de desilusión mediante el cual algún personaje o actor que hayan idealizado finalmente terminó convirtiéndose en algo utópico ajeno a la realidad que viven y a la misma realidad de la sociedad surcoreana.

En ese sentido, las participantes mujeres resaltan que los hombres ideales que muestran los k dramas no son reales y su belleza física, utópica; pues no solo encuentran discordancia entre la realidad que viven y la pantalla, sino en la misma historia. Es decir, participantes como Tania, Maya y Angela señalan una importante discordancia entre la belleza física de los personajes y su comportamiento reprochable. Es común ver en los dramas que no importa las acciones negativas que tome un protagonista masculino atractivo, porque están justificadas de alguna manera o cambiará cuando al fin conozca la mujer adecuada. En ese sentido, es interesante cómo las chicas señalan este desenlace común en los dramas. Ellas confirman que la belleza física mostrada en los dramas es utópica o irreal; por lo tanto, no representan a la sociedad surcoreana que también está marcada como muchos países latinoamericanos por el machismo y el acoso sexual.

#### Violencia romantizada

Si bien no todos los participantes señalaron en los dramas, escenas violentas contra las mujeres que son presentadas como una forma en que el hombre se preocupa por la mujer; Tania y Carlos si resaltaron por igual que en los dramas suelen armar escenas en que se romantiza una escena de violencia hacia la mujer. Hasta un jalón de brazo cuenta cómo violencia dependiendo de cómo se muestra en pantalla, pues varias chicas contaron que cuando eran más jóvenes y veían dramas no sintieron ninguna escena o actitud fuera de lugar. Sin embargo, al madurar y de nuevo ver algunos dramas se dieron cuenta que ciertas actitudes de los protagonistas masculinos son violentas y aun así los dramas los presentan como si fuera un acto romántico. Es decir, como si el objetivo romántico del protagonista justificara los

medios agresivos o violentos con que lo lleva a cabo. Por ejemplo, son usuales las escenas en que se empuja a la mujer hacia la pared (kabedon), se jala el brazo de la misma con fuerza, y cualquier acto violento que se trate de retratar y vender como una forma romántica en que los hombres se pueden preocupar por las mujeres.

#### El aspecto físico no importa en comparación al comportamiento y la pulcritud

A pesar de que las participantes mujeres aceptaron o describieron algún tipo de influencia que recibieron de los doramas respecto de la belleza masculina de los hombres, la mayoría de ellas no mencionó el aspecto físico al momento de decidir por relacionarse con los varones, pues consideran mucho más importante su actitud e higiene. Respecto de esto se puede decir que los k dramas influenciaron a las participantes a subir sus expectativas en cuanto a la higiene y comportamiento de los hombres, pues entre las características positivas resaltaron la pulcritud y la ternura. Efectivamente, si el comportamiento masculino no pasa los altos estándares con que califican las chicas, entonces realmente no importa cualquier aspecto físico. Así, 'Lara' los califica como 'los mínimos indispensables' respecto a las actitudes o forma de ser que espera de un chico, pues en la balanza sobrepasa por mucho el comportamiento, metas y la pulcritud de los varones en comparación al aspecto físico que puedan tener. Asimismo, varias chicas de entre 22 y 27 años admiten que antes se dejaban llevar por el atractivo físico de los muchachos, pero actualmente esto ha quedado relegado.

#### La masculinidad y la belleza masculina no son conceptos cerrados ni reales, son ambiguos y subjetivos

Cuando conocieron los doramas por primera vez varias participantes mujeres admitieron que se sintieron motivadas para seguir viéndolos por el romance y el atractivo de los actores. Lo cual responde a los objetivos del capitalismo transestético que se prepara para vender historias, imágenes, fantasías e ilusiones que puedan generar la estética de sus productos. En efecto, los personajes y su atractivo físico se pueden entender como productos estéticos producidos tal cual los consumidores los quieren ver y por lo cuales pagarían sin dudar. Sin embargo, actualmente las motivaciones de las participantes son otras, pues aseguran que para ellas la belleza física, así como la masculinidad son conceptos subjetivos o inexistentes. Si bien los

dramas les ayudaron a ampliar su panorama de belleza, ellas consideran que ambos conceptos son ambiguos.

La masculinidad no es una sola, sino que para ellas no existe diferenciación de género relacionado a usos y costumbres que pueden variar. Es decir, las chicas no cuestionan la división biológica de sexos; sino que consideran que el género (como aquella parte social aprendida) no existe realmente, sino que es una cuestión religiosa. En consecuencia, algunas participantes manifestaron que la concepción de masculinidad para ellas es difusa y ambigua, pues consideran que hay varias formas en que los hombres pueden ser hombres, y demostrarse como tales sin necesidad de sentirse presionados a satisfacer los roles tradicionales que dicta la sociedad actual. Esta podría considerarse una respuesta para la pregunta de Eiras (2015) sobre la tendencia de los dramas de mostrar cierta flexibilidad del hombre para combinar lo femenino y masculino. El autor señala que el modelo de belleza masculina impulsado por el hayllu ha sido asimilado visiblemente en occidente, pero deja en duda si se podría esperar la misma repercusión en la representación de género porque no desaparece ni el binarismo de género, ni los roles sociales. En ese sentido, analizando el punto de vista de las participantes se puede decir que no desapareció el binarismo de género, pero si los roles sociales.

#### Críticas del círculo social cercano

Si bien las participantes que mencionaron las opiniones de sus familiares o amigos frente a ellas como espectadoras de dramas no las calificaron como críticas; durante el análisis de este trabajo se cree que es importante exponer este aspecto de los espectadores de dramas. Debido a que varias chicas concuerdan en que de alguna forma sus familiares y/o amigos se muestran reticentes o lanzan algún tipo de crítica pasiva cuando ven que las chicas gustan de ver dramas o más cuando gustan de los actores. Lara señala esto mismo cuando describe las críticas que escucha de sus familiares por años a la manera como se presentan físicamente a los actores coreanos, quienes son exponentes de la masculinidad suave que contrasta con la masculinidad hegemónica aprobada usualmente por la sociedad.

También puede darse el caso extremo de discriminación por gustar de los k dramas como es el caso de Paz, quien admitió no haber podido disfrutar de los dramas antes, por la discriminación de la que era testigo a las jóvenes espectadoras.

En ese sentido, Paz no quería sentirse rechazada, pero como finalmente decidió ver doramas pasó por lo que ella llama una paradoja. Ello debido a que, fue en contra de sus gustos y lo que la gente pensaba para finalmente hallar un respaldo o referente ajeno a los k dramas que no criticaba la cultura coreana relacionada con el k pop, sino que lo describía positivamente. Ello la ayudó a decidirse por ver doramas. Este caso es muy importante, pues nos ayuda a desvelar la discriminación o las críticas que existen hacia las personas que manifiestan su gusto particular por algún aspecto de la ola coreana (k pop, k dramas, k moda, etc).



## BIBLIOGRAFÍA

### Referencias:

Asher, S. (2018, 05 de setiembre). Flower boys: por qué está cada vez más de moda la "masculinidad suave", *BBC news*.  
<https://www.bbc.com/mundo/noticias-45426052>

Barchiesi, E. & Samar, R. (2018, 10 de octubre). Medios, masculinidades y violencia, *Página12*.  
<https://www.pagina12.com.ar/147737-medios-masculinidades-y-violencia>

Ko, N., No, S., Kim, J.N. & Gobbi R. (2014). Landing of the Wave: Hallyu in Peru and Brazil. *Development and Society*, 43(2), 297-350.

Chang, D. (2016). A Study of TV Drama Series, Cultural Proximity and Travel Motivation: Moderation Effect of Enduring Involvement. *International Journal of Tourism Research, Int. J. Tourism Res.*, 18: 399–408.

Lipovetsky, Gilles & Serroy, J. (2015). El capitalismo artístico. *La estetización del mundo: Vivir en la época del capitalismo artístico*. (pp. 31-107).

Eiras, R. (2015). *Repercusiones sociales de género de la Ola Coreana (Hallyu)* [Trabajo de Fin de Grado, Universitat Autònoma de Barcelona]. Diposit digital de documents de la UAB.  
[https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2015/tfg\\_25063/Simon\\_Eiras\\_Raquel\\_TFG\\_GEAO\\_2014-15.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2015/tfg_25063/Simon_Eiras_Raquel_TFG_GEAO_2014-15.pdf)

Embajada de la República de Corea en Honduras. (2019, 15 de febrero). ¿Qué es Hallyu (la Ola Coreana)?.  
<http://overseas.mofa.go.kr/hn-es/index.do>

Fuller, O. N. (2018). El cuerpo masculino como alegoría y como arena de disputa del orden social y de los géneros. *Difficil ser hombre: nuevas masculinidades latinoamericanas*: Vol. Primera edición. Fondo Editorial de la Pontificia universidad Católica del Perú.

Fuller, O. N. (2012).Repensando el Machismo Lationamericano. *Masculinities and Social Change*, 1(2), 114-133.

Fuller, O. N. (2001). No uno sino muchos rostros: Identidad masculina en el Perú urbano.

Kim, G. M. & Omerbašić, D. (2016). Multimodal Literacies: Imagining Lives Through Korean Dramas. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 60 (5), 557-566.

Kramer, M. (2018). From Georg Simmel to Stefan George: Sexology, Male Bonding, and Homosexuality. *German Studies Review*, 41(2), 275–295.

Martinez, A. (2012). Masculinidades: su representación en la ficción televisiva. *Derecho a Comunicar*, (4), 121-139.

Martinez, J. (2019). *El consumo cultural y la construcción de masculinidad de los jóvenes que realizan K-Pop en Quito. Un análisis desde el modelo de mediaciones* [Maestría en Comunicación, Universidad Andina Simón Bolívar]. Repositorio Institucional UASB-DIGITAL. <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6630/1/T2855-MC-Martinez-El%20consumo.pdf>

Miyose, C. & Engstrom, E. (2015). Boys Over Flowers: Korean Soap Opera and the Blossoming of a New Masculinity. *Popular Culture Review*, 26 (2), 2-13.

Rivera, M. (2018). Entre doramas y telenovelas Hallyu en Latinoamérica, esbozo de un nuevo frente cultural. *Journal de Comunicación Social* 6 (6): 197-223.

Shimpach, S. (2011). Viewing. En A. Sreberny (Eds.), *The Handbook of Media Audiences* (pp. 62-85). Jhon Wiley & Sons.

Verheijen, J. (2006). Mass Media and Gender Equality: The Empowering Message of Romantic Love in Telenovelas. *Etnofoor*, 19(1), 23-39. <http://www.jstor.org/stable/25758108>

Villa, J. (2015). Cuerpo, masculinidad y estilo en jóvenes de sectores altos de Lima. *Debates en Sociología*, 40, 61-91.

#### Bibliografía consultada:

Ardevol, E. (2003). Etnografía Virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea, *Athenea Digital*, 3, 72-92.

Arriojas, C. & Réquiz, I.(2019). Devorando el Hallyu: Desarrollo, hibridación y canibalismo latinoamericano. *Revista Mundo Asia Pacífico*, 45-59.

Ávila, R. (2006). Telenovelas, audiencias, nivel de comprensión. *De la imprenta a la Internet*, 157-176.

Barbero, J. M. (1992). Televisión y melodrama. Géneros y lecturas de la televisión en Colombia, *Mediaciones*, 1-34.

Bard, G. (2018). Las violencias romantizadas: masculinidades hegemónicas en el capitalismo tardío y heteropatriarcal, *Aposta: revista de ciencias sociales*, 77, 59-100.

Cánepa, G. (2011). Imaginación visual y cultura en el Perú. Fondo Editorial PUCP.

Cassano, G. (2019). *Representaciones de género y melodrama televisivo en el Perú: Una mirada al siglo XXI* [Tesis Doctoral, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio PUCP. [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/15742/CASSANO\\_ITURRI\\_GIULIANA\\_REPRESENTACIONES.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/15742/CASSANO_ITURRI_GIULIANA_REPRESENTACIONES.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Entwistle, J. (2002). La moda, indumentaria y cambio social. *El cuerpo y la moda: una visión sociológica*, 94-205.
- Espés, M. M. (2015). Masculinidades y prensa “estilo de vida”. *Anuario del Centro de la Universidad Nacional de Educación a Distancia en Calatayud*, 21, 83-115.
- Goffman, E. (1991). La ritualización de la feminidad. *Los momentos y sus hombres. Textos seleccionados y presentados por Yves Winkin*, 135-168.
- Ismail, X. (2003). Melodrama o la seducción de la moral negociada, *La Puerta FBA*, 146-155.
- Jonghoe, Y.(2007). Globalization, nationalism, and regionalization: the case of Korean popular culture. *Development and society*, 36, 177-199.
- Jones, G. (2017). Globalizing Latin American Beauty. The making of a giant business. *ReVista Spring*, 10-14.
- Kogan, L. (2007). *La insoportable proximidad de lo material: cuerpos e identidades* [Tesis doctoral, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio PUCP. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/5713>
- Kogan, L.(2015). Belleza, musculatura y dolor. Etnografías de cuerpos en Lima. Universidad del pacífico. Lima, Perú.
- Miller, D.(2019). Cómo y por qué el mundo cambió las redes sociales. *Etnografías. Revista del Centro de Estudios en Antropología Contemporáneas*, 5(9), 6-17.
- Minchala, J. (2019). *Consumo cultural coreano en guayaquil: el k-drama en los jóvenes guayaquileños* [Grado, Universidad Casa Grande]. <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/2125/1/Tesis2310MINi.pdf>
- Murrugarra, J. (2003). La lucha por lo auténtico como fundamento de la estética de lo precario: una mirada al rock ‘subte’. *Debates en Sociología*, 155-174.
- Morley, D. (1992). Hacia una etnografía de la audiencia. *Televisión, audiencias y estudios culturales*, 249-285.
- Oh, S. (2016). Hallyu (Korean wave) as Korea’s Cultural Public Diplomacy in China and Japan. *Korea’s Public Diplomacy*, 168-196.
- Parc, J.& Moon, H. (2013). Korean dramas and films: Key factors for their international competitiveness. *Asian Journal of Social Science*, 41, 126-149.
- Park, V., Diwata, J., Win, N., Ton, V., Nam, B., Rajabally, W., Jones, V. (2020). Promising results from the use of Korean Drama to address knowledge, attitudes, and behaviors on school bullying and mental health among Asian American colleague-aged students. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 1-17.
- Pink, S.S., Gomes, A.A., Zilse, R.R., Lucena, R.R., Pinto, J.J., Porto, A.A., ...Duarte, M.M. (2018). Automated and connected? Smartphones and automobility through the global south. *Applied Mobilities*, 1-17.
- Ponce, C. (2017). *Recepción y Performance de Bollywood en Lima: los casos de “Show Indian Dance” y “Bollywood Perú”* [Tesis Pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio PUCP. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/9148>

Repoll, J. (2008). *Estudio de audiencias multiculturales* (Tesis Doctoral).

Romero, A. (2018). Construcción de masculinidad y belleza masculina en jóvenes varones infractores de ley consumidores problemáticos de drogas. *Última Década*, 48, 107-132.

Schuyler, S. (2015). Reality Television, Melodrama, and the Great Recession. *Studies in Popular Culture*, 37(2), 43-65.

Segovia, Ji.& Espinoza, R. (2015). Cuerpos legítimos / ilegítimos: subjetivación de la masculinidad de hombres jóvenes en el norte de Chile.

Soley, P. (2009). La teoría performativa de género de Judith Butler. *Transexualidad y la matriz heterosexual. Un estudio crítico de Judith Butler* (pp. 27-56). Edicions Bellaterra.

Ucelli, F. & García, M. (2016). Solo zapatillas de marca. Jóvenes limeños y los límites de la inclusión desde el mercado, 25-53, 179-243.

Zarco, L. (2018). Difusión de dramas coreanos, un análisis de su éxodo a América Latina y Colombia. *Palabra*, 82-98.

Zarco, L. (2016). Dramas coreanos en Colombia: una reflexión desde sus contenidos y otras formas de narrativas. *Questión*, 402-419.

