

Dramas coreanos en Colombia: una reflexión desde sus contenidos y otras formas de narrativas

Liz Andrea Zarco Quintero

Universidad de Cartagena (Colombia)

Resumen

Este artículo propone una reflexión teórica a partir de la descripción de las características que definen la popularidad de los dramas coreanos en Colombia, en relación con sus contenidos y narrativas. Se plantea que para entender su popularidad, es necesario analizar su discurso televisivo a la luz de las culturas mediáticas, las lógicas del entretenimiento, y de la disyuntiva entre su género y formato. A su vez, se concluye que no son telenovelas en el sentido estricto de esta categoría, sino una ramificación del éxito de los *doramas* japoneses por sus elementos característicos. El drama puede considerarse entonces una versión asiática de las telenovelas latinoamericanas debido a que comparten códigos simbólicos en el fondo o contenido, aunque difieren en los modos de comunicar.

Palabras clave: televisión, dramas, Corea, discurso televisivo.

Artículo recibido: 23/10/16; **evaluado:** entre 20/10/16 y 25/11/16; **aceptado:** 16/12/16.

Introducción

Las transformaciones de la comunicación y de las formas de comunicarnos, tal como lo conocemos hoy en día, han producido nuevas formas de entender y concebir la cultura. ¿Qué se entiende por cultura? Partimos del hecho de que lo cultural está íntimamente relacionado

con la construcción de significación, por tanto, se retoma la conceptualización del término por parte de García Canclini (2004) que considera la cultura “un conjunto de procesos sociales de significación” o, desde una visión más amplia, “el conjunto de procesos sociales de producción, circulación y consumo de la significación en la vida social” (Ibídem: 34). Ambas consideraciones presentan la cultura como proceso social mediado a través de la producción, circulación y consumo, es decir, que la cultura está sujeta a los usos y apropiaciones que las sociedades hagan de ella.

La cultura es inherente a la comunicación porque a través de las culturas mediáticas se renuevan los territorios, tiempos, ejercicios del poder, promesas de subjetividad, los símbolos, y nuevas presencias históricas de los medios de comunicación; dando origen así a una comunicación mediática que, a diferencia de lo tradicional, se caracteriza por las narraciones y afectividades, capaces de intervenir en el mundo a través de rituales, prometer expresión social y abrir el significado de nuevos modos sociales, que convierten a los medios en experiencias cotidianas (Rincón, 2006: 17-18).

En este sentido, la carga simbólica de los productos mediáticos tiene una gran repercusión en la medida en que genera identificación con las experiencias de la vida privada, puesto que “los medios de comunicación producen culturas porque son *máquinas narrativas* que socializan una variedad de relatos, visibilizan una diversidad de sujetos, extienden las escenas del sentido e intervienen simbólicamente en la sociedad contemporánea” (Ibídem: 20). Así, la televisión ocupa un lugar privilegiado como referente narrativo que comparte las lógicas y la narración propias del entretenimiento.

Cultura mediática y discurso televisivo

Se partirá del hecho de que son cuatro los ejes desde los que se configuran las culturas mediáticas: el *entretenimiento*, que comprende el discurso, las estéticas y los relatos mediáticos característicos capaces de atraer la audiencia; *contar historias* cuya identidad narrativa permite que desde lo tradicional se “imaginen nuevos héroes que cuenten historias que nos permitan soñar y nos salven del tedio cotidiano”; la *industria cultural*, desde las lógicas del mercado, de producción y de potencial económico; y los *contenidos*, con historias que para poder tener impacto deben configurarse de forma transversal desde las lógicas del entretenimiento y bajo la presión de la industria (Rincón, 2006: 22-23).

Dicho esto, la televisión y en general los medios de comunicación cumplen un rol fundamental en las sociedades contemporáneas, en la medida en que permiten el flujo de información, como agentes que buscan el entretenimiento masivo, y actúan en la configuración y reconfiguración de las diferentes culturas populares por haberse constituido como elementos fundamentales de la cultura global actual.

Lo anterior se ejemplifica de manera concreta con las palabras de Omar Rincón (2006): “La televisión es la reina porque es la máquina narrativa más entretenida, más potente y más productiva de la actualidad [...] nos lleva a experimentar la vida ‘como si estuviéramos en un plató televisivo’, y que hace que la cotidianidad tome modos de visibilidad televisiva” (165-167), que por consiguiente lleva a una escenificación de la vida cotidiana y de la realidad. A esa fascinación por lo íntimo, por lo privado, al interés por acercarse a lo cotidiano donde no hay distinción entre el espectador y la realidad representada, Gérard Imbert (2003) lo denomina “deseo de presente” que alude a las nuevas representaciones discursivas de la realidad y sus modos de ser narrada.

En una visión más amplia, Baudrillard concibe la televisión no solo en función de su carácter de representación de la realidad, del mundo en que vivimos, sino que define, cada vez más, lo que es realmente (Giddens, 2001: 482). Desde sus estudios, propone la *hiperrealidad* que al hallarse más allá de la realidad, o lo que percibimos como realidad, se estructura en el simulacro. Por su verosimilitud, el espectador no diferencia entre la validez de la copia y el original. De forma que la realidad pasa a ser especular, por su relación con lo cotidiano; y espectacular, en la medida en que la teatralidad y la performatividad se hacen presentes; pero es ese “como si” o ese contrato comunicativo de la neotelevisión en la que la realidad es controlada como forma narrativa lo que incide en los modos de ver y de sentir (Imbert, 2003: 28-31).

En este sentido, cabe resaltar que la función social y educativa con la que surgió la televisión (paleotelevisión) se ha transformado hacia el paradigma sobre el cual se configura esta reflexión: la neotelevisión, concepto que, acuñado por Umberto Eco (1985), hace referencia al modelo televisivo en el cual prima la diversión y el entretenimiento; la relación de lo *in-mediató* o lo impactante, el contacto, y la interactividad.

De este concepto se distinguen entonces características imprescindibles: las ausencias, de sujeto único de saber y de homogeneidad en el público; y la polivalencia de las formas, puesto que en ella importa más la forma o modos de comunicar, que el fondo o los contenidos. El medio se transforma en una “máquina de entretener” con el fin de ocupar y de divertir, en el que la seducción es la herramienta primordial para atraer y fijar la atracción público (Imbert,

2003: 39-44). La neotelevisión se caracteriza por representar en forma de *espejo*: los espectadores se reflejan a sí mismos y su entorno en la pantalla (Gordillo, 2009: 24).

Entre tanto, para efectos posteriores se entiende la televisión como discurso, un acontecimiento comunicativo, en el cual el lenguaje audiovisual adquiere significación mediante el proceso de codificación-descodificación que realizan las audiencias en el proceso comunicativo global (Hall, 2004: 218-221). Así, el discurso televisivo es, a su vez, un discurso social dentro del discurso público que –como se mencionó anteriormente– aplica su función social a la construcción de sentido desde las representaciones colectivas; es un relato abierto, un flujo continuo en forma de realidad y de simulacro, es un lugar fronterizo entre la realidad y la ficción; que para el caso de las series –u otro tipo de ficción– se sublima la realidad a través de la idealización (Imbert, 2003: 15-27).

Martín-Barbero (2010), desde su planteamiento de las mediaciones, define a la televisión como “los lugares de los que provienen las constricciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural de la televisión” que rescata el carácter social de televisión y su función de cohesión en una sociedad. El autor propone tres lugares de mediaciones: la cotidianidad familiar, que comprende a la familia como unidad básica de audiencia para el caso latinoamericano y es el espacio ideal donde se forjan las relaciones cortas y de la proximidad, que a partir de la mediación asume sus funciones claves de simulación del contacto (1) y retórica de lo directo (2); la temporalidad social, que se representa en el *fragmento* y la estética de la *repetición* (3), los cuales se organizan en función de la rentabilidad de cada programa; y la competencia cultural, que hace referencia a la relación entre televisión- cultura y al cambio o modificación de su significación social.

Además, reconoce que la dinámica cultural de la televisión actúa en función de sus géneros, los cuales entiende como “la unidad mínima del contenido de la comunicación de masa (al menos a nivel de la ficción pero no solamente) y que la demanda de mercados de parte del público (y del medio) a los productores se hace a nivel de género” (p. 257), es decir, que actúan como eje mediador entre el sistema productivo y del sistema de consumo, con repercusión tanto en las lecturas como de los usos.

En ese punto se hace necesario comprender que desde el aspecto semiológico los contenidos culturales se transmiten teniendo en cuenta la interacción de códigos y signos para la producción de significación; y como referencia al signo que al cruzarse con las estructuras semánticas de una cultura, toma una dimensión ideológica (Hall, 2004: 227-229). No obstante, debido a que se transmiten elementos propios de una cultura a través de los códigos y representaciones visuales, el receptor los descodifica a partir de sus competencias en tanto se

reconoce miembro de una determinada cultura, por lo cual las connotaciones varían de acuerdo a las referencias culturales que se tengan.

En el mundo de la comunicación globalizada en el cual nos desenvolvemos, los dramas coreanos son entendidos como una forma de producción, circulación y consumo cultural a nivel transnacional. Por lo tanto, las representaciones que allí se evidencian los vinculan a una permanente interacción con otras sociedades. En este proceso, señala Ryoo (2009) sucede la hibridación cultural que “ocurre cuando los agentes y actores de las culturas locales negocian con las formas globales, usándolas como recursos a través de los cuales los locales construyen sus propios espacios culturales, como ejemplo en el caso del cine y los dramas televisivos coreanos” (p. 144), en donde los imaginarios de identidad local se reconfiguran de acuerdo a los flujos recíprocos en contextos locales y globales, permitiendo así tomar elementos propios de otros espacios, como el hollywoodense por ejemplo, adaptándolos con elementos de orden local.

A raíz de lo anterior, entendemos que los dramas coreanos encajan en las dinámicas globalizadoras en tanto son una forma de producto mediático al confrontar el sentido de lo nacional y lo transnacional tal como lo afirma Martín-Barbero (1987b). Su impacto, circulación y consumo en América latina se manifiesta en la medida en que entran a una industria televisiva dominada principalmente por las telenovelas –entendidas como producto audiovisual latinoamericano por excelencia y de carácter hegemónico–, lo cual hace que la cultura popular coreana y en general la cultura asiática interactúen con otros sistemas culturales diferentes y permitan a estos construir nuevas significaciones de los códigos simbólicos allí representados.

Disyuntiva entre género y formato

En un primer acercamiento los términos drama, *dorama*, melodrama y telenovela podrían ser semejantes por referirse a un mismo tipo de producto mediático. Sin embargo, su estructura difiere en términos de duración y narración de las historias. En ese sentido, ¿cómo se podrían clasificar las producciones audiovisuales propias de la cultura popular coreana que tanto éxito han suscitado en la audiencia latinoamericana?

Partiremos del concepto de género en materia televisiva que, en palabras de Rincón (2006), es un “acuerdo entre realizador –para usar unas formas de comunicación establecidas– y el espectador –para usar un sistema propio de expectativas–” (p.183) y la consideración de

Martín-Barbero (1987) que define como “estrategias de comunicabilidad, como competencias – capacidades– comunicativas” (p.69).

Melodrama y drama

El melodrama es el arte de producir drama –una emocionante, excesiva y parabólica historia– de las cosas banales de la realidad (Brooks, 1976: 2 en Moreira, 2008: 2). No obstante, en su surgimiento en el siglo XIX era utilizado para clasificar piezas teatrales y novelas francesas que narraban una exageración emocional y el establecimiento de un conflicto moral, que con modificaciones se ha retransmitido al cine y la televisión.

Moreira (2008) se refiere al melodrama como género dramático de manera general: “representación ficcional cuyo aspecto emocional es predominante; donde imperan figuras como la hipérbole y el exceso; cuyos temas giran en torno a la polaridad entre el bien y el mal” (p. 2). Por eso, esta disyuntiva de orden moral es una de sus características representativas, en la que el protagonista tiene que realizar una elección consciente e individual.

Moreira cuestiona la utilización del término melodrama para representaciones occidentales únicamente, y defiende su aplicación a la producción artística oriental, siempre y cuando se observen algunos elementos culturales representados debido a que “tanto en occidente como en oriente, el melodrama presenta dilemas morales fruto de los conflictos ideológicos entre los personajes, pero la naturaleza de esos dilemas, sus valores, los modos de construcción y representación varían enormemente de cultura a cultura” (p. 3), es decir, que los melodramas representan la cultura para la cual fueron producidos, independientemente de cuál sea de acuerdo al contexto histórico y social en el que se desenvuelva.

Cada género en particular tiene sus propias reglas y convenciones que lo distinguen del resto, los cuales se adaptan a los contextos de acuerdo a la cultura a la que vaya dirigida. Pero ¿cuándo consiguen ser aceptados universalmente? En el caso del melodrama, el carácter de identificación se constituye como fundamento básico de la estructura melodramática, a partir de la representación de emociones inherentes al ser humano independiente de la cultura o sociedad a la que pertenezca. Por lo tanto, el melodrama se establece en términos del “drama de reconocimiento” (volver a conocer lo conocido) y anacronía (en el sentido de las lógicas de remembranzas de la cultura popular barrial) en la medida en que se entiende la televisión en términos de repetición, fragmento y serie como estrategias discursivas, el melodrama

“cotidianiza el entorno social y da cuenta de sus transformaciones” (Martín-Barbero, 1987: 64-66).

En esta observación, se destaca también el carácter evolutivo del melodrama, que se ejemplifica en la transformación del género propiamente dicho, el paso de las piezas teatrales a las producciones hollywoodenses y tiempo después a las latinoamericanas, que se establecen como las principales y más populares formas de difusión actual del melodrama.

Otra acepción válida para este estudio es aquella que considera que un melodrama es “un género dramático, es decir, una forma de organizar el material narrativo, tendiente a lograr en quien lo ve un efecto específico (emocional primario). Melodrama no es sinónimo de historia de amor, ni mucho menos de telenovela. Existen telenovelas no melodramáticas, melodramas sin historias de amor y amor sin melodrama” (García, 2000: 21 en Rincón, 2006: 186).

Sin embargo, ¿puede el melodrama ser un género dramático reconocible y válido para las representaciones visuales producidas en Asia, tal como lo propone Moreira (2008) o simplemente es un una categoría intrínseca de Occidente?

¿Dorama o telenovela?

Si bien la categoría melodrama en su concepción tradicional parece no abarcar las producciones de corte no occidental, surge en Japón el término *dorama*, como un derivado de la palabra drama, para designar aquellas “telenovelas” (4) producidas en este país, que se establecen debido a su circulación en internet y por apoyo de los seguidores a través de los *fansubs* (5). En materia narrativa, se caracterizan por la continuidad en la narración, al igual que la secuencia narrativa de las telenovelas latinoamericanas.

Sin embargo, el *dorama* se populariza en el formato más conocido *renzoku* o continuidad, que con una duración de entre 9 a 12 capítulos de 30 a 60 minutos son los que más éxito han tenido en América Latina. Otro factor que los identifica es la presencia de artistas de la industria musical japonesa que hacen parte del elenco, y, además, hacen la banda sonora de la producción, que cuenta parte de la historia narrada, generando así más audiencia y éxito. Este hecho genera además la creación de grupos y comunidades que, para apoyar a sus *idols*, ven todos los *doramas* en los que aparecen, lo cual funciona como un sistema de divulgación doble (Bianchini et ál., 2015: 175-179).

Se hace pertinente entonces definir “telenovela” en la medida en que retomamos el concepto para compararlo con el fenómeno melodramático de Asia. Para Giddens (2001), la telenovela tiende a desarrollarse en un ámbito doméstico, que demanda la constancia del espectador

puesto que un único episodio no tiene sentido. El hilo conductor hace, por lo tanto, que el espectador se vincule o familiarice con las acciones de los personajes, sus emociones y experiencias. Asimismo, relaciona lo mencionado anteriormente con que la mayor parte de su audiencia son las mujeres, debido a que en muchas sociedades estas tienden a lo doméstico y tienen más afinidad hacia la sensibilidad y las emociones. Este autor, además, destaca que no suelen tratar grandes temas sociales y económicos, por lo que deja ver una cierta intención de orientar los productos hacia el puro entretenimiento, para no preocupar al espectador con los problemas de la realidad. Sin embargo, no se descarta la existencia ni de la capacidad de alcanzar el éxito o la popularidad de aquellas cuyas historias nacen de estas temáticas.

Gordillo (2009) distingue las telenovelas como uno de los géneros más longevos e inmutables a lo largo de la historia de la ficción televisiva por su concepción unitaria de la narración (166), es decir, a diferencia de las *soap opera* y las series no están divididas por temporadas. Su emisión es frecuentemente diaria con aproximadamente 30 a 50 minutos de duración por capítulo.

En Japón, como señala Álvarez (2011), las telenovelas –en este caso entendidas como *doramas*– son producidas con una duración definida porque se escriben en su totalidad antes de ser grabadas sin existir de la posibilidad de prolongarlas o de realizarles cambios. Esto debido a la agenda de los actores y los productores, por lo que no se hace posible programar agendas indefinidas de grabaciones. En este sentido, el planteamiento de Álvarez es totalmente aplicable al caso coreano por la similitud de las industrias, lo que le hace ser un elemento diferenciador de las telenovelas producidas en Colombia que dependen de la recepción de la audiencia para continuar la producción y, por ende, el tiempo al aire.

En el contexto colombiano, la telenovela se ha consolidado como el tipo de programa de mayor preferencia por la audiencia demostrado en su alta sintonía, y es percibido también como el producto mediático de mayor éxito por su impacto tanto a nivel nacional como internacional; que, a su vez, representa la fuente de ingreso más segura para la productora por la inversión en publicidad de la que es objeto. Por lo tanto, la telenovela se sitúa como un espacio de confrontación entre las lógicas nacionales y los modelos transnacionales que hacen que este trascienda las fronteras locales de su producción (Martín-Barbero, 1987b).

Las telenovelas colombianas difieren de las mexicanas y las venezolanas en tanto se configuran a partir del experimento al narrar nuevos ángulos de la cotidianidad, la historia y la geografía a través de lo irónico con un tono realístico a personajes matizados, lo cual se replica también en las producciones argentinas y brasileñas (Rincón, 2006: 191).

Entonces, ¿por qué los productos mediáticos coreanos que estudiamos no pueden ser considerados telenovelas en el sentido estricto de esta categoría? Si bien son una ramificación del éxito de los *doramas* japoneses por sus elementos característicos, no reciben el mismo nombre: se les denomina *drama* (6) a pesar de contener elementos similares a los presentados en los japoneses. No obstante, no pueden ser considerados telenovelas en las significaciones e imaginarios colectivos que se han tejido para el caso latinoamericano en general, teniendo en cuenta el sentido de lo nacional que allí se transmite; aunque retoman sus narrativas –tal como lo estudiaremos en el próximo apartado–, la diferencia más grande entre estas dos categorías se da por el formato, la participación activa de la audiencia a través de los *fansubs*, el seguimiento a los *idols* y las comunidades que se crean entorno a los productos mediáticos en internet para el constante intercambio de información referente a ese círculo. El drama puede considerarse, entonces, una versión asiática de las telenovelas latinoamericanas. En otras palabras, estas dos categorías –drama y telenovela– comparten códigos simbólicos en el fondo o contenido, aunque difieren en los modos de comunicar o lo que se conoce como formato retomando el planteamiento de Eco (1985), mencionado en el apartado anterior.

Si en cuestión de formatos, los dramas coreanos se diferencian de las telenovelas latinoamericanas por la actividad que generan en la audiencia, el tipo de interacción que se construye con las telenovelas también es un factor diferenciador entre estas dos clases de productos mediáticos. El fenómeno de los *fansubs*, la relación que se teje entre los seguidores y los productos mediáticos, y la generación de comunidades y organizaciones entorno al fenómeno Hallyu, se sustentan desde los postulados de Thompson (2010), que conciben como una forma de casi-interacción mediática que posibilita el proceso de comunicación e intercambio simbólico entre individuos que no están presentes físicamente, pero con quienes pueden establecerse lazos de amistad, afecto o lealtad. Así, se produce un tipo de interacción unidireccional, monológica, orientado hacia un número indefinido de recipientes que son recibidos en tantos contextos diferentes como tantos receptores interactúen.

Sin embargo, esta concepción no toma en cuenta la utilización de tecnologías de la información en las relaciones mediadas por las redes sociales, lo que la hace parcialmente válida para el asunto en cuestión. Entre tanto, se hace necesaria la relación entre dos formas de interacción, un híbrido entre la casi-interacción mediática y la interacción mediática. Esta última también propuesta por Thompson (2010) implica el uso de medios técnicos para transmitir información o contenido simbólico a individuos ubicados en contextos espacio-temporales de recepción distintos, en los que se sitúa la televisión como medio rico en términos simbólicos y la relación es de orden dialógica, es decir, que implica respuesta de los otros a través de señales

simbólicas. Aquello considerando que para el caso de los dramas coreanos la interacción cara a cara es nula.

Caracterización, ¿qué las hace tan populares?

El diseño y la producción de contenidos televisivos orientados hacia lo local se constituye como una de las principales tendencias de la industria, que busca en este tipo de contenidos la representación de los géneros en los cuales cada una se ha especializado: Estados Unidos, con las *sitcom*, los *realities* y los deportes; Europa, con el diseño de documentales, programas culturales y *realities*; Latinoamérica, con las telenovelas y los documentales- reportajes. Aquello conlleva a la diversificación de contenidos y genera identificación para cada industria (Rincón, 2006: 173). En este orden de ideas, se agrega a la lista el fenómeno asiático de los dramas como producción audiovisual predominante, y se sitúa geográficamente nuestro objeto de estudio en Corea.

Un factor de diferenciación de las industrias mencionadas anteriormente es la forma en la que los productos mediáticos son narrados. Rincón (2006: 181-187) propone algunos criterios sobre los cuales se narra la televisión:

- La televisión, todo lo que toca lo convierte en conflicto dramático.
- La televisión es innovar sobre la repetición narrativa.
- La televisión narra sobre la base de arquetipos morales universales.
- La televisión es dilación temporal, todo siempre está a punto de pasar.
- La pureza no existe en televisión, se narra desde el fragmento y hacia la hibridación infinita.
- El formato es la unidad de creación televisiva.
- La televisión es la expresión y la reflexión hechas desde la cultura emocional y en ella.

En otras palabras, Rincón (2006) plantea que una de las características principales o quizá la principal de la televisión es buscar el conflicto y presentarlo en sus múltiples formatos; sin embargo, la forma en cómo se desarrolla ese conflicto determina su estructura dramática, en la cual las nuevas formas de combinaciones de las fórmulas narrativas convencionales son lo que realmente indica si hay innovación o no. Las situaciones que enfrentan los personajes, y sus resultados, son las mismas narrativas repetidas a las cuales está acostumbrado el *Homo*

scoenicus (7), siempre representadas desde lo afectivo y lo sentimental. Las narrativas, limitadas por el tiempo emisión, hacen que la historia se dilate o se fragmente en la medida en que captan la atención del espectador. En este sentido, queda claro que no existe pureza en cuestión de géneros, puesto que en la televisión convergen todo tipo de mezclas sobre la base de la fragmentación, a través de los formatos o “modos en los que se ensamblan los diversos elementos narrativos e industriales” (p. 186).

Una forma de describir qué sucede con los dramas coreanos en el discurso narrativo que presentan es entendiendo que estos cumplen con una determinada reciprocidad en los códigos establecidos y simetría tanto en el codificador-productor como en el decodificador-receptor (Hall, 2004: 220-222); es decir, que existen ciertas historias y “reglas” del lenguaje y de contenidos reconocibles –a manera de patrones– que pueden identificar y clasificar a las producciones asiáticas como un género específico. Sin embargo, como se discutió en el apartado anterior, los dramas coreanos tienen en su “fondo” ciertas características narrativas propias de las telenovelas latinoamericanas, características que Omar Rincón (2006: 192-193) esclarece a continuación, de las cuales seleccionamos varias que se adaptan a nuestro contexto de estudio:

- La premisa es: “mujer pura salva a hombre equivocado”.
- Cuenta una historia de amor.
- Exhibe un conflicto de clases, son historias de ascenso social.
- Los generadores de conflicto son el destino, lo económico, la clase, lo físico, lo cultural.
- La marca sexual del relato es propia del relato; la virginidad es un valor, la pureza es la estrategia de salvación.
- Confidentes: los protagonistas y los antagonistas deben tener “orejas”.
- Suspense: la existencia de un secreto establece complicidad con el televidente.
- Final feliz (8): el público no perdona un final abierto o que los protagonistas no se queden juntos.

De acuerdo con Kim (2007), una de las características que hace a los dramas coreanos interesantes es la “dramatización de las sensibilidades asiáticas” porque integra elementos tradicionales y modernos de la cultura asiática que se relacionan estrechamente con los valores familiares propios del confucianismo e ideales morales tradicionales, por ejemplo, situar la familia antes de sí mismo. La autora también sugiere que los productores coreanos no se guían por la fórmula global del éxito, sino que han encontrado su propio método a partir de la

forma “afectiva” de conmover a las audiencias. Los dramas coreanos reproducen identidades y representaciones culturales con las que el espectador se identifica: “típicamente tratan de asuntos familiares, amor y la devoción filial (9), en una época de cambios tecnológicos y que usualmente refuerzan los valores tradicionales del confucianismo” (Ryoo, 2009: 140).

¿Qué tipo de historias narran? Historias-fuente como La Cenicienta (lucha de clases), Romeo y Julieta (amor imposible), El príncipe y el mendigo (intercambio de identidades), Cumbres borrascosas (la rica y el pobre), El Conde de Montecristo (la venganza), y Los Miserables (la injusticia) hacen parte de los conflictos tradicionales a los cuales la telenovela les apuesta por ser una fórmula que funciona (Gaitán, 2000: 28; citado en Rincón, 2006: 192), estos son argumentos que por su carácter universal no le son ajenos a los dramas coreanos. Nayelli López (2012) concluye que estos productos mediáticos se caracterizan por tener entre sus narrativas diversos elementos (10) que se pueden agrupar en las siguientes categorías: durabilidad, contenido, valores representados y la musicalización; entendidos como parte de la formación de códigos y arquetipos establecidos para los dramas coreanos.

Durabilidad

Como primer rasgo característico de los dramas coreanos se destaca la durabilidad: en un período corto de tiempo logra narrar una historia. Este elemento ocupa un papel fundamental para la industria, ya que permite la innovación narrativa y un mayor número de producciones. Puesto en comparación con los productos audiovisuales venidos de los Estados Unidos, potencia por excelencia en términos de producción, no maneja temporadas características de los seriados. Más bien, son historias que duran entre 16 y 20 episodios de una hora cada uno, lo que las convierte en productos de fácil seguimiento para el espectador. Se caracteriza por contar historias de tipo serial en la que en cada capítulo se desarrolla una parte de la trama consecuente y da paso al siguiente, manteniendo así la fidelidad en la audiencia. Cabe anotar que aquellas producciones que superan los 20 episodios fueron diseñadas para tal duración.

Contenidos o desarrollo de la trama

El contenido abarca las temáticas tradicionales desde las clásicas comedias románticas, musicales, dramáticos, producciones dedicadas a temas históricos o de época, policiales; sin embargo, también se destacan asuntos familiares, el amor en un ambiente rodeado de tecnología. Usualmente, presentan una estructura de ficción de tipo secuencial que Gordillo

(2009) describe: “cada entrega o capítulo, desarrollado con una independencia cercana a la ficción episódica termina con elementos de las tramas sin concluir (*cliffhanger*), que remiten necesariamente al comienzo del siguiente” (p. 154), lo que también funciona como elemento generador de fidelidad en la audiencia.

Otra clasificación de los contenidos es aquella dada por los distribuidores que organizan sus títulos disponibles. Uno de ellos es *Drama Fever*, popular por su distribución a nivel global de los dramas coreanos subtítulos en diferentes idiomas y doblados al español. Ofrece en su buscador los siguientes temas: relación de amor y odio, basados en un libro de comic o un manga, primer amor, educación secundaria, médico, de pobreza a riqueza, sobrenatural, conspiración, familiares, k-pop, *gender bending* o cambio de género, chico bueno, *bromance* (11) y *coming of age* (12); que de cierta forma complementan los géneros tradicionalmente conocidos al estar más segmentados en sus tramas.

De esta forma, las clásicas historias de una persona que pasa de ser pobre a ser rica y los asuntos familiares continúan siendo temáticas recurrentes con el pasar de los años. Es de destacar la presencia de historias basadas en comics o mangas, así como las temáticas de *bromance* y de cambio de género en las que, por lo general, el o la protagonista interpreta el rol de un personaje del sexo opuesto de manera indefinida o adquiere sus comportamientos; son llamativas como un claro ejemplo de narrativas transmedia lo que, a su vez, reafirma el interés por difundir la cultura popular asiática a partir de estos contenidos.

Por su parte, el portal *Viki*, sitio de distribución de televisión en internet –que además cuenta con un dominio web mexicano para su audiencia latinoamericana– clasifica como un género los dramas coreanos. Este portal no solo se especializa en los contenidos coreanos, sino que presenta un énfasis en los productos mediáticos de Taiwán y China. Ha sido tanta la aceptación y la difusión de este tipo de contenidos, que estos portales también coproducen los dramas.

Además de las estrategias descritas anteriormente, el portal *Viki* ha implementado una estrategia comparable a una forma de hibridación porque negocia la trama de sus contenidos desde las dinámicas de la globalización, que se evidencia con el lanzamiento de *Drama World* (13) en el segundo trimestre del 2016. En forma de comedia dramática de diez episodios, narra la historia de una estudiante de 20 años fanática de los dramas coreanos que con un toque mágico se transporta a su show favorito. Este personaje es interpretado por una actriz de origen australiano, y la historia se desarrolla en Los Ángeles y en Seúl. Aunque no es el primer drama que se desarrolla en escenarios internacionales, sí es el primero en tener una protagonista internacional y la mayor parte de sus diálogos en inglés, cuando una de las

características que identifican los dramas tradicionales es la implementación del idioma coreano con el fin de mantener la cultura popular. De acuerdo con sus productores, la historia rinde homenaje a los millones de fans internacionales de los dramas coreanos con una trama que refleja su vida diaria, sin embargo, puede considerarse como nueva tendencia narrativa.

Valores

Otro factor para analizar son los valores del confucianismo (14) representados en las relaciones sociales y en la vida familiar. Esta podría ser una de las razones por las cuales atrae tanto al público mayor como a los jóvenes del este asiático, debido a su función identitaria de la ficción televisiva al reafirmar los elementos propios de la cultura asiática (Gordillo, 2009: 115); en este caso, los valores propios de esta corriente si se tiene en cuenta que “la cultura es vista como una instancia simbólica de la producción y reproducción de la sociedad” (García-Canclini, 2004: 37).

Es común encontrar entre las narrativas la alusión a la lealtad al núcleo familiar, el respeto por las tradiciones coreanas, la importancia de la alimentación propio de las culturas asiáticas, la recompensa al sufrimiento y a la dedicación en una sociedad netamente patriarcal donde muchas veces la mujer es mostrada con comportamientos sumisos. Sin embargo, este tipo de producto mediático abarca tanto valores locales como globales (Moreira, 2008:10), teniendo en cuenta que los valores propios de la cultura asiática crean un contenido emotivamente rico y exótico para los públicos occidentales, generando así una atracción más efectiva.

Otro tipo de valores representados en los dramas coreanos son las formas idealizadas de amor (triángulos amorosos, un amor prohibido o platónico) que se representan con una estética surrealista, aunque no siempre hay finales felices como el mismo dramatismo que simboliza lo sugeriría.

Musicalización

Como anotó López (2012), la musicalización cumple un rol fundamental en los dramas coreanos: desde la letra de las canciones hasta los intérpretes, que, por lo general, son cantantes populares o bien actores de la misma producción que también se desempeñan como estrellas multitalento del K-pop. Estas bandas sonoras o *Original Sound Track* (OST) son creadas específicamente para el drama a partir de letras emotivas y conmovedoras que reflejan

la estructura de la historia que narran, por lo que la balada aparece como el género más común y apropiado para ello.

La canción principal –que generalmente es en coreano y puede tener frases en inglés– es exhibida en momentos de tensión y carga dramática entre los protagonistas; así como en los momentos de inicio y final del capítulo acompañado de un *close up* a los protagonistas o personajes centrales. Las canciones secundarias también acompañan a los protagonistas en diferentes momentos de la narración como transiciones y elementos no verbales junto a gestos y miradas de manera complementaria.

Consideraciones finales

A partir de esta reflexión teórica, se logra establecer la configuración de los dramas coreanos desde un discurso televisivo que responde a las necesidades de las culturas mediáticas, las lógicas del entretenimiento, y de la disyuntiva entre su género y formato; puesto que, por su naturaleza, son entendidos como una forma de producción, circulación y consumo cultural a nivel transnacional.

Asimismo, los dramas coreanos se caracterizan por la continuidad en su narración, al igual que la secuencia narrativa de las telenovelas latinoamericanas. Sin embargo, esta similitud no es viable en el sentido estricto de esta categoría. Así se propone considerar primeramente como una ramificación del éxito de los *doramas* japoneses por sus elementos narrativos y técnicos. Como segunda instancia, se propone pensar el drama coreano como una versión asiática de las telenovelas latinoamericanas debido a que ambos comparten códigos en el fondo o contenido, aunque difieren en su “fondo” o los modos de comunicar.

De igual modo, existen ciertas historias, “reglas” del lenguaje y de contenidos reconocibles que pueden identificar y clasificar las producciones asiáticas como un género específico. Por lo que el receptor requiere de contenidos culturales, como códigos y signos propios de la cultura coreana para su correcta decodificación. Este consumo, por lo tanto, propicia el proceso de interpretación de las formas simbólicas para la construcción de nuevas significaciones y modos de apropiación del material cultural allí representado.

Notas

- (1) Martín-Barbero (2010) lo entiende como modo de comunicación que sigue la función fáctica de Jakobson, en el cual la ficción y el espectáculo irrumpen en el espacio de la cotidianidad y de la rutina.
- (2) Con este concepto, Martín-Barbero (2010) se refiere a la televisión como el eje central de la proximidad, que se construye a partir del montaje que produce una sensación de inmediatez y la magia de ver; que es en sus palabras “discurso que *familiariza* todo, que torna ‘cercano’ hasta lo más distante y que se hace así incapaz de enfrentarse a los prejuicios más ‘familiares’” (p. 254).
- (3) Hace referencia a “la discontinuidad del tiempo del relato con la continuidad del tiempo relatado” (Martín-Barbero, 2010: 255).
- (4) Se utiliza este término para hacer una comparación entre formatos en la medida en que este genera familiaridad en el lector.
- (5) Palabra que se deriva de “fan” o seguidor y “subtitles” para designar un producto que fue traducido o subtulado de una lengua a otra por los seguidores.
- (6) Término que de aquí en adelante será usado para designar a las producciones audiovisuales propias de la cultura popular coreana.
- (7) “El ser de entretenimiento” (Glaser, 2000: 8 en Rincón, 2006: 43).
- (8) En los dramas coreanos esta característica se encuentra en discusión, puesto que es una fórmula para todas las producciones. Se destaca el ejemplo del exitoso melodrama *Escalera al cielo* (2003) en la cual la protagonista muere a causa de una enfermedad y, por tanto, los separa del final feliz.
- (9) Relacionado con el respeto hacia los mayores, padre, madre y ancestros, propio de la filosofía confucionista [en línea]. Disponible en: <http://www.taoist.org/uploads/2013/05/8Virtues_Draft4_Spanish.pdf> [Consulta: 7 de mayo de 2016].
- (10) López (2012) concluye en su investigación los siguientes elementos: “el período corto de las historias en los dramas, el contenido de las historias, el reforzamiento de los valores familiares en las historias, la percepción del amor como inocente, la expresión del amor de una manera moderada, el respeto por los mayores, la amabilidad del hombre con la mujer, las buenas representaciones actorales, los productos de buena calidad y de moda, las letras no agresivas en las canciones” (p. 596).
- (11) Vínculo o relación afectiva y emocional entre hermanos varones que no implica un contacto sexual. De hecho, existe una producción taiwanesa que lleva este nombre y fue estrenada en 2015.
- (12) Género que usualmente utiliza la técnica del flashback para contar la transición del protagonista desde la juventud a la adultez.
- (13) Dato consultado en línea. Disponible en: <<http://www.soompi.com/2015/09/16/wiki-original-series-dramaworld-to-pay-homage-to-k-drama-fans/>> [Consulta: 6 de mayo de 2016].
- (14) Principalmente la justicia y benevolencia, la piedad filial. Arnaiz, C. (2004), *Confucianismo, Budismo y la conformación de valores en China y Corea* [en línea]. Disponible en: <<http://www.uba.ar/ceca/download/arnaiz-c.pdf>>.

Bibliografía

Álvarez, M. (2011), “Dorama japonés como material auténtico para la enseñanza: Un análisis comparativo de las telenovelas de Japón y Colombia”, en *Memorias del XIII Congreso Internacional de ALADAA, Asociación Latinoamericana de Estudios de Asia y África* [en

línea]. Disponible en:
<http://ceaa.colmex.mx/aladaaa/memoria_xiii_congreso_internacional/images/alvarez_monica.pdf>.

- Bianchi, T., Carrion, M. y M. Gobbi (2015), "Doramas: cenários da cultura asiática", *Iniciação Científica CESUMAR* 17 (2), pp. 173-181.
- García Canclini, N. (2004), *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad*, Barcelona, Gedisa.
- García Canclini, N. (1985), "Gramsci con Bourdieu: hegemonía, consumo y nuevas formas de organización popular", *Nueva Sociedad*. 71.
- García Canclini, N. (2001), *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Buenos Aires, Paidós.
- Giddens, A. (2001), *Sociología*, Madrid, Alianza.
- Gordillo, I. (2009), *Manual de narrativa televisiva*, Madrid, Síntesis.
- Hall, S. (2004), "Codificación y descodificación en el discurso televisivo", *CIC Cuadernos de Comunicación* 0 (9), pp. 215-236.
- Imbert, G. (2003), *El zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión especular*, Barcelona, Gedisa.
- Iadevito, P. y B. Bavoleo (2015), "Telenovelas coreanas en América Latina una aproximación desde los estudios culturales", *Revista Digital Mundo Asia Pacífico* 4 (6), DOI: <http://dx.doi.org/10.17230/map.v4.i6.02>.
- Kim, Y. (2007), "The rising of East Asia 'Wave': Korean media go global", en Daya Thussu (ed.), *Media on the Move: Global Flow and Contra-Flow*, Londres y Nueva York, Routledge, pp. 121-135.
- Lee, S. (2011), "The Korean Wave: The Seoul of Asia", *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications* 2 (1), pp. 85-93.
- López R, N. (2012), "Hallyu y su impacto en la sociedad mexicana", *Estudios Hispánicos* 64, pp. 579-598.
- Martin-Barbero, J. (2010), *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*, Rubí, Barcelona, Anthropos.
- Martin-Barbero, J. (1987), "Televisión, melodrama y vida cotidiana", *Signo y pensamiento* 11.
- Martin-Barbero, J. (1987b), "La telenovela en Colombia: televisión, melodrama y vida cotidiana", *Diálogos de la comunicación* 17.
- Martin-Barbero, J. (2008), "Diversidad cultural y convergencia digital", *Revista científica de información y comunicación* 5, pp. 12-25.

Vol. 1, N.º 52 (octubre-diciembre 2016)

- Moreira, L. (2008), "Repensando o melodrama no contexto asiático: um estudo sobre a série televisiva sul-coreana Dae Jang Geum", *Contemporânea* 6 (1).
- Rincón, O. (2006), *Narrativas Mediáticas, o, Cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*, Barcelona, Gedisa.
- Ryoo, W. (2009), "Globalization, or the logic of cultural hybridization: the case of the Korean Wave", *Asian Journal of Communication* 19 (2), DOI: 10.1080/01292980902326427, pp. 131-151.
- Shim, D. (2006), "Hybridity and the rise of Korean popular culture in Asia", *Media, Culture and Society* 28 (1), pp. 25-44.
- Thompson, J. B. (2010), *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*, Barcelona, Paidós.