

Luces
y sombras
del K-POP



TE QUERRÉ PARA SIEMPRE



GIAAE KWON

LIBROS CÚPULA

Luces
y sombras
del K-POP

TE QUERRÉ PARA SIEMPRE

Traducción de Fernando Garí

GIAAE KWON

LIBROS CÚPULA

La lectura abre horizontes, iguala oportunidades y construye una sociedad mejor. La propiedad intelectual es clave en la creación de contenidos culturales porque sostiene el ecosistema de quienes escriben y de nuestras librerías. Al comprar este libro estarás contribuyendo a mantener dicho ecosistema vivo y en crecimiento.

En **Grupo Planeta** agradecemos que nos ayudes a apoyar así la autonomía creativa de autoras y autores para que puedan continuar desempeñando su labor. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. Puede contactar con CEDRO a través de la web www.conlicencia.com o por teléfono en el 91 702 19 70 / 93 272 04 47. Queda expresamente prohibida la utilización o reproducción de este libro o de cualquiera de sus partes con el propósito de entrenar o alimentar sistemas o tecnologías de inteligencia artificial.

Esta obra fue publicada originalmente en 2025 por Henry Holt and Company, un sello de Macmillan Publishing Group, en Estados Unidos, bajo el título *I'll Love You Forever*.

© Giae Kwon, 2025

© de la traducción: Fernando Garí

Diseño de cubierta: Emily Mahar

Imágenes de cubierta: © Lallanan ; © STANISLAU SALTUK y © Polina Tomtova/Shutterstock

Extractos de este libro fueron publicados originalmente en la columna de su autora en *Catapult*, titulada *From a K-pop Fan, With Love*, bajo los diferentes títulos: «Dear H.O.T.», «I'll Love You Forever» (2021); «Dear IU, Our Bodies Are Fine» (2021); «Dear Irene, I'm Still Learning How to Be a Feminist Too» (2021); «Dear Taeyeon, It's Okay Not to Be Okay» (2021); «Dear Shinhwa, I Found My Joy in K-Pop Fandom» (2022).

© Editorial Planeta, S. A., 2026

Av. Diagonal, 662-664, 08034 Barcelona (España)

Libros Cúpula es marca registrada por Editorial Planeta, S. A.

www.planetadelibros.com

Primera edición: enero de 2026

Depósito legal: B. 19.924-2025

ISBN: 978-84-480-4550-0

Impreso en España – *Printed in Spain*

El papel utilizado para la impresión de este libro es cien por cien libre de cloro y está calificado como papel ecológico.



ÍNDICE

TONY . 9

- 01. K-POP . 11
- 02. H.O.T . 27
- 03. 보아 BOA . 41
- 04. 타블로 TABLO . 65

재중 JAEJOONG . 87

- 05. 아이유 IU . 91
- 06. 소녀시대 GIRLS' GENERATION . 111
- 07. ANONYMOUS . 131

T.O.P . 143

- 08. 아이린 IRENE . 151
- 09. 방탄소년단 BTS . 175
- 10. 동방신기 TVXQ . 203

김종완 KIM JONGWAN . 221

- 11. 태연 TAEYEON . 225
- 12. 신화 SHINHWA . 243

슈가 SUGA . 265

- BIBLIOGRAFÍA . 268
- AGRADECIMIENTOS . 270

K-POP

HOLA, NENA, BIENVENIDA A MI MUNDO
 ÆSPA, «WELCOME TO MY WORLD»
MY WORLD, 2023

Las reglas para ser un fan del k-pop son bastante simples: tienes que ser leal. Tu *boy band* tiene que ser la número uno. Tienes que serle fiel, con una fidelidad constante y devota.

Nadie tuvo que enseñarme estas reglas para que las entendiera. Nací y crecí en Estados Unidos, y me eduqué con el k-pop en la distancia, en una época en la que internet era una maravilla tecnológica incipiente que requería línea telefónica y constantes discusiones con tus padres, que o bien necesitaban usar el teléfono o bien estaban esperando una llamada. Sin embargo, nosotros también necesitábamos esa línea si queríamos conectarnos a *Soompi*, el principal foro coreano-estadounidense de aquel entonces, para enterarnos de las últimas novedades sobre H.O.T., la *boy band* de k-pop que estableció la fórmula de los grupos de ídolos que aún hoy perdura.

H.O.T. estaba formada por cinco miembros: 문희준 [Moon Heejun, el líder], 강타 [Kangta, nombre real 안칠현 (Ahn Chil-hyun), el vocalista principal], 장우혁 [Jang Woohyuk, el bailarín principal], 토니안 [Tony An, nombre coreano 안승호 (An Seungho), el que venía de América y mi favorito], y 이재원 [Lee Jaewon, el *maknae*, o el menor del grupo]. H.O.T. debutó en 1996 bajo el sello SM Entertainment, y cantaban y rapeaban

pegajosas canciones pop mientras ejecutaban lo que pronto se conocería como *칼군무* [coreografías milimétricas y afiladas como cuchillas]. Su club de fans se llamaba Club H.O.T., su color oficial era el blanco, y su rival principal eran los SechsKies, un grupo de seis integrantes de DSP Entertainment, lo cual significaba que los SechsKies estaban muertos para mí, igual que cualquiera de mis amigas que los escuchara, porque H.O.T. era mi grupo, mi *boy band*, y tenía que serle fiel. No solo yo, sino también la gente que me rodeaba.

Me gusta bromear diciendo que las coreanas llevamos el concepto de fan en la sangre, porque no sabemos hacer nada a medias: sentimos con intensidad, bebemos en exceso, nos aferramos a las modas, ya sea la marca estadounidense del momento (GAP, Tommy Hilfiger, The North Face) o salir a protestar en masa contra la carne estadounidense. A las coreanas de Corea nos gusta llevar las cejas igual (rectas y esponjosas, nada de arqueadas), nos encantan las rutinas intensas de cuidado facial y ese maquillaje que parece que no llevas nada. Gritamos mucho y hablamos de nuestras deposiciones durante las comidas, y cuando nos da la risa nos partimos, alternando entre taparnos la boca y aplaudir. Por qué aplaudimos o a quién, es algo que aún no entiendo del todo a pesar de mis treinta y pico años de vida, pero sé que eso también está escrito en mi cuerpo, igual que mi condición de fan obsesiva.

Muchas coreanas y coreano-estadounidenses atribuyen esa intensidad al concepto de *han*, que, dicho de forma harto reduccionista, describe una melancolía ardiente que llevamos dentro y que proviene de siglos de conquistas y guerras. Nos gusta decir que, como pueblo, sentimos demasiado por culpa del *han*, esta forma de ser que es imposible traducir con precisión en una sola frase. Tanto coreanos como coreano-estadounidenses apelamos al *han* para justificar la rabia, la depresión y cualquier emoción extrema con connotaciones negativas, sin importar que este término tenga raíces coloniales: fueron los japoneses quienes acuñaron esta idea de la melancolía coreana como forma de convertirnos en el «otro», en sus súbditos inferiores.

Cuando Japón se anexionó formalmente a Corea, en 1910, tras haber ocupado el país desde finales del siglo XIX, su objetivo

era incorporar Corea a su imperio para legitimar su expansión en la península, desde donde esperaba conquistar el resto de Asia. Japón alegó que había lazos históricos entre Corea y Japón que justificaban la anexión, un supuesto regreso de los coreanos al seno del imperio. Pero el imperialismo japonés nunca logró equiparar lo coreano con lo japonés: aún hoy, los coreanos que fueron llevados a Japón y siguen viviendo allí no pueden obtener la ciudadanía japonesa, a pesar de que ya han nacido varias generaciones de coreanos *Zainichi*² en ese país. Atribuir el *han* —esa melancolía innata— a los coreanos como rasgo nacional fue una forma más de establecer una diferencia entre ambos pueblos, llegando incluso a afirmar que esa melancolía se traslucía en el aspecto físico.

No puedo decir que yo creciera teniendo plena conciencia de esa historia, porque nací a mediados de la década de los años ochenta en Flushing, Queens, como hija de padres inmigrantes de la «generación 1.5». Se los llama así porque ambos llegaron a Estados Unidos siendo aún jóvenes, mi madre con diez años, mi padre después de terminar la universidad. Mi hermano menor y yo nacimos en la ciudad de Nueva York, así que se nos considera coreano-estadounidenses de segunda generación. Tuve la suerte de crecer en una comunidad coreana en los suburbios de Los Ángeles, y esta es una afirmación que me obliga a detenerme, porque fue también esa comunidad coreana la que más daño me hizo. En mi primer año de secundaria, mi comunidad coreana comenzó a avergonzarme de manera intencionada por mi cuerpo, ya que tenía sobrepeso y no encajaba en los estándares de belleza coreanos. Aquello se prolongó durante más de una década: insultos, burlas, humillaciones. Me dijeron que nunca saldría con nadie, que no tendría amigas ni un trabajo decente si no lograba transformar mi cuerpo. Eso acabó por fracturar por completo mi sentido de identidad. La humillación corporal no solo me robó diez años de vida, también me costó otros diez sanar, reencontrarme conmigo misma y, a lo largo de ese proceso, reconectar con mi identidad coreana.

2. Nombre que reciben los coreanos que llevan varias generaciones viviendo en Japón. (N. del T.)

Fueron mi familia y mi comunidad coreanas quienes me machacaron. Y, aun así, me siento —y siempre me he sentido— profundamente orgullosa de ser coreana. Al crecer en los suburbios de Los Ángeles, en una comunidad mayoritariamente coreana —y enteramente asiática—, no viví la experiencia que muchas otras personas de la diáspora asiática han contado: la de sentirse avergonzadas por su cultura o por la comida que llevaban a la escuela. Todo mi grupo de amigas era asiático: proveníamos de Corea, Vietnam, la India y Tailandia; todas éramos hijas de inmigrantes y entendíamos, sin necesidad de palabras, de dónde veníamos. La iglesia a la que asistía mi familia era totalmente coreana, así que, aunque el k-pop fuera considerado profundamente poco recomendable durante mi adolescencia, yo estaba rodeada de gente que lo conocía, lo escuchaba, se aprendía las coreografías y sabía quiénes eran los grupos del momento, aunque ninguna fuera una *bbasooni* como yo. Nos hacíamos *mixtapes* (¡grabados en casetes!), compartíamos grabaciones en VHS de programas musicales y devorábamos las revistas coreanas que llegaban a Estados Unidos, meses después de publicarse en Corea.

No todas mis amigas veían culebrones coreanos, pero sus padres sí, y alquilaban los episodios en la tienda de vídeos durante la compra semanal en el supermercado coreano. Mi instituto era un ejemplo de diversidad, pero en las clases avanzadas, la mayoría éramos estudiantes asiáticos. No tuve que enfrentarme al rechazo de mi cultura ni sentir vergüenza por mi identidad coreana al crecer. Más bien, la vergüenza vino de otra parte: de no sentirme lo bastante coreana, de no tener el cuerpo correcto para pertenecer a lo coreano. Era bilingüe y bicultural, hablaba coreano sin acento americano, pero bastaba una sola mirada para que quedara claro: no era lo que se dice coreana, coreana, sino «alguien diferente» dentro de mi propia comunidad.

El k-pop, por tanto, ocupaba un rincón extraño en mi vida: era mi vía de acceso a una cultura con la que siempre he tenido una relación ambigua y fracturada. Mis padres eran inmigrantes coreanos, y durante la secundaria viví con mis abuelos paternos. El coreano fue mi primer idioma. Entré en la guardería en Es-

tados Unidos sin saber una palabra de inglés. Crecí viendo sobre todo películas y culebrones coreanos, comiendo comida coreana y hablando coreano, pero no tenía demasiada conciencia de las tradiciones ni de la cultura en sí, porque en mi infancia no solíamos celebrarlas. Mi abuelo paterno era el hijo mayor de su familia, algo que en Corea era importante, pero que en Estados Unidos había perdido sentido. Además, por una lesión, evitaba las reuniones grandes, incluso las familiares.

Eso significaba que yo me enteré de que el *Chuseok* era una de las grandes festividades coreanas gracias a los programas coreanos de la tele, y que el *Seollal* se celebraba porque los ídolos del k-pop publicaban fotos ataviados con los vestidos tradicionales coreanos, los *hanbok*, y enviaban saludos por el año nuevo lunar. Descubrí la tradición del *gimjang* (la elaboración anual del kimchi) a través de los programas de televisión, y aprendí sobre jerarquías sociales coreanas y títulos honoríficos al observar cómo los *hoobae*³ se comportaban con los *sunbaes* entre bambalinas en los conciertos y programas musicales.

También interioricé la misoginia que es consustancial al k-pop: cómo las *girl groups* eran tratadas de forma distinta por sus discográficas, por el público e incluso por sus fans. Ver a grupos como 소녀시대 [Girls' Generation], atrapadas en esas personalidades dulces y aniñadas, forzadas a mantener una falsa inocencia incluso cuando ya eran mujeres jóvenes, reforzaba la cultura de la pureza que me enseñaban en mi iglesia coreana conservadora. Aprendí lo que era un amor distorsionado, manipulador, a veces violento, a medida que el fanatismo en torno al k-pop generaba espacios para que el deseo tóxico y la posesividad echaran raíces y se expandieran. Las historias románticas que veía en los culebrones y los videoclips estaban llenas de declaraciones de amor cargadas de rabia y de apretones de muñeca.

A pesar de todos sus aspectos más nocivos, el mundo del fan puede ser algo hermoso, y yo no soy de las que lo desprecian. Estoy

3. En coreano, un *hoobae* es el inferior de un *sunbae* dentro de una escala jerárquica. (N. del T.)

aquí, viva, en gran parte gracias a él, gracias al *fandom*. Existe una tendencia a mirar con desdén la cultura pop, a reducir a las *fangirls* a chicas inmaduras, propensas a comportamientos extremos, gritos agudos y superficialidad, como si ser fan fuera algo de lo que avergonzarse. Hubo un tiempo en que yo también quise huir de esa etiqueta, reinventarme como alguien más «seria», más «madura». Una de las razones por las que ansiaba irme de Los Ángeles en mis últimos años de adolescencia y primeros de juventud era dejar atrás a mi lado *bbasooni*. Todo el mundo allí sabía que yo era una fan obsesiva y había sido testigo de mis locuras adolescentes, de manera que lo que deseaba era empezar de cero en otro lugar.

Entre 2015 y 2022, me tomé una especie de vacaciones del *fandom*. Seguía en el mundo del k-pop, pero me negaba a volver a encariñarme con otra *boy band*. Mi intérprete favorito, 재중 [Jaejoong], uno los integrantes de 동방신기 [TVXQ], había dejado el grupo junto a otros dos miembros alrededor de 2010. Después, tuve un breve romance con Big Bang, hasta que su masculinidad tóxica y su descarada apropiación cultural me resultaron intolerables. Para 2015 ya llevaba casi veinte años en el mundo del k-pop y estaba agotada. Ser una *bbasooni* lo ocupa todo: coloniza tus pensamientos, exige tiempo diario para estar al día con tus gustos, participar en comunidades online, recolectar y organizar fotos, vídeos, entrevistas. También requiere bastante dinero para comprar discos, revistas y demás productos de *merchandising*. Estaba arruinada, emocionalmente exhausta y con el corazón doblemente roto: primero, por la abrupta disolución de H.O.T. en 1999; luego, por la ruptura dramática de TVXQ en 2010.

Y entonces, a finales de 2022, tras nueve años de evitarlos porque me conocía demasiado bien, volví a caer con 방탄소년단 [BTS o Bangtan]. Mi *timing* fue impecable: estaban en pausa como grupo, a punto de iniciar el servicio militar obligatorio, y cada uno de los siete miembros se preparaba para lanzar proyectos en solitario. Pasó exactamente como lo imaginaba: me obsesioné con uno de ellos casi de inmediato. Me ayudó que 슈가 [Suga], mi *bias*, estuviera ya cerca de los treinta y hubiera perdido su cara de niño; así, me sentía menos incómoda admirándolo, aunque sea

ocho años menor que yo. Probablemente sea el último ídolo por el que me obsesione, porque la diferencia de edad que me separa de los nuevos debutantes ronda ya las dos cifras.

Eso me resulta algo agri dulce, porque mi vida ha estado marcada por el hecho de haber sido una buena fan. Empecé con H.O.T., y hasta la actualidad sigo considerándome leal a ellos. Por su culpa me quedé con SM durante décadas, lo que significa que, de las cuatro grandes discográficas que dominan la industria del k-pop, SM es la que mejor conozco y JYP la que menos (JYP lanzó a g.o.d. —Groove Overdose—, también rivales de H.O.T.). A YG la desprecio por su misoginia flagrante y su pésima gestión de los grupos. HYBE —antes conocida como Big Hit Entertainment—, la más nueva de las cuatro, me hace más bien gracia, aunque el hecho de que no lanzaran un grupo femenino hasta 2022 (Le Sserafim) más bien me molesta. (Para ser justos, Big Hit colaboró con Source Music para el debut de un grupo femenino, GLAM, en 2012, pero se disolvió en 2014. Source Music fue adquirida por HYBE en 2019).

No creo que vaya a dejar el k-pop del todo, aunque ya no tenga un *bias* como antes. En estos casi treinta años, esta industria se ha entretendido con mi vida de forma inseparable, y en muchos sentidos me ha enseñado a estar en el mundo, a pensar de forma crítica sobre la cultura, la historia, el género, y a no tomármelo todo tan en serio. Me ha enseñado a valorar la vida y a estar dispuesta a compartir lo que me vuelve vulnerable, incluso (o quizá sobre todo) cuando se trata de mi cerebro defectuoso. Ser una *bbasooni* me ha ayudado a aceptar mis obsesiones más raras, incluso cuando no son demasiado *cool*, porque siempre habrá alguien más que comparta ese interés y lance una especie de batseñal metafórica que grite: «¡Eh, ¿tú también?! ¡Yo también!».

Y, por encima de todo, el k-pop ha protegido mi vínculo con lo coreano, incluso después de más de una década de humillaciones corporales que destruyeron la persona que yo era. Y en estos últimos diez años, mientras por fin empiezo a sanar y a recomponerme, el k-pop me ha ayudado a encontrar un espacio de felicidad en este terreno de nadie que significa ser coreano-estadounidense.

Como introducción histórica: 서태지 [Seo Taiji] es considerado el padre del k-pop, el líder revolucionario de 서태지와 아이들 [Seo Taiji and Boys], un trío que abrazó abiertamente la influencia occidental y dio un giro total al *gayo* coreano, que hasta entonces se había centrado en el *trot* (un género musical más antiguo surgido durante la ocupación japonesa, con un ritmo y estilo de canto muy particulares) y en la música folk. No es que Corea no hubiera tenido contacto previo con la música o el pop occidental, pero esa influencia solía llegar a través de Japón, y se filtraba sobre todo en forma de géneros más «tradicionales» como el *trot*, el folk o las baladas. Después de la guerra, la música occidental llegó con fuerza de la mano del ejército estadounidense. A medida que se establecían bases militares en la mitad sur de la península coreana, también surgían clubes nocturnos, donde se contrataba a músicos coreanos para que tocaran música de estilo occidental, y discotecas —especialmente en el barrio de Itaewon, de Seúl— donde los coreanos se exponían al hiphop y a los ritmos de baile estadounidenses. Seo Taiji and Boys llevaron esa música al gran público coreano y lideraron un movimiento de fans compuesto, en su mayoría, por chicas jóvenes que asistían en masa a sus presentaciones y compraban sus discos, a pesar incluso de que los medios los rechazaban. Eso contribuyó a forjar su imagen de líderes de una especie de rebelión juvenil, en pie contra el sistema. El grupo incomodó tanto a la sociedad coreana que, en 1994, cuando lanzaron su tercer álbum de estudio, *Seo Taiji and Boys III*, algunos medios afirmaron que si se escuchaba al revés la canción «교실 이 데아» [La idea del aula] se podía oír un mensaje demoníaco.

Vale la pena recordar que Seo debutó en el marco de una democracia aún incipiente: a finales de la década de los años ochenta, Corea acababa de salir de varias décadas de dictaduras militares, marcadas por protestas estudiantiles y huelgas de trabajadores industriales. El país había acogido los Juegos Olímpicos en 1988 y, ya en la década de los años noventa, trataba de avanzar hacia la prosperidad y la democracia: celebraba elecciones libres por primera vez, permitía que sus élites y grandes conglomerados (los *chaebols*) lideraran el desarrollo industrial y económico, e invertía

agresivamente en su economía exportadora. Para entonces, tras décadas de pobreza e inestabilidad política posbélica, Corea del Sur ya se había hecho un lugar en el escenario internacional y aspiraba a ser una potencia influyente, justo a tiempo de que estallara la crisis financiera asiática. En 1997, Corea del Sur se declaró en bancarrota y recibió un paquete de rescate del Fondo Monetario Internacional por un valor aproximado de 60.000 millones de dólares.

En 1996, Seo se retiró abruptamente de Seo Taiji and Boys, lo que desató el pánico entre sus fans. Pero en 1998 reapareció por sorpresa como músico de rock en solitario, y desde entonces ha sacado un álbum cada pocos años. También comenzó a fichar a otras bandas a través de su sello Seo Taiji Company, entre ellas —la más significativa para mí— el grupo de indie rock Nell, que constituye una rara excepción en el panorama musical coreano: una banda independiente que logró dar el salto al circuito comercial.

Durante los últimos veinte años, Seo ha mantenido un perfil relativamente bajo, aunque de vez en cuando regresa a los escenarios y desata el fervor entre los coreanos. Tal vez sea quien mejor encarna el concepto de 신비주의, una filosofía basada en no revelar lo personal para preservar un aura de misterio. De él se sabe poco: no fue a la universidad, no hizo el servicio militar obligatorio, pero aun así se lo considera el «presidente de la cultura». Estuvo casado una vez con la actriz Lee Ji Ah, a quien conoció en 1993, cuando Seo Taiji and Boys seguían activos. Él tenía veintiún años, ella quince, y vivía en el área de Los Ángeles. Se casaron en 1997 y él la trasladó a Atlanta, donde vivió oculta mientras él viajaba entre Corea y Estados Unidos, hasta que finalmente se divorciaron en 2006. Ella volvió a Los Ángeles, estudió en el ArtCenter College of Design y acabó convirtiéndose en actriz en Corea. Todo esto fue un secreto hasta que, en enero de 2011, Lee presentó una demanda ante el Tribunal de Familia de Seúl para reclamar una pensión y la división de bienes. Entonces, aquella vida y relación ocultas salieron a la luz y sacudieron por completo a la prensa del entretenimiento coreana. El caso se resolvió con un acuerdo extrajudicial, en julio de 2011.

En 2013, cuando tenía cuarenta y un años, Seo volvió a casarse, esta vez con la actriz Lee Eun-sung, dieciséis años menor que él, con la que tuvo una hija, un año más tarde, en 2014. Desde entonces, Lee ha desaparecido prácticamente del radar; pero, según declaró en entrevistas anteriores a conocer a Seo, solo había empezado a actuar para ayudar económicamente a su familia.

Y todo esto ¿no son más que chismes, o es relevante desde el punto de vista cultural? El segundo matrimonio de Seo no sería digno de mención si no fuera por su fama y por la diferencia de edad, aunque en la industria del entretenimiento coreana las relaciones con diferencias de edad marcadas no son precisamente raras. Pero, cuando hay poder de por medio, ¿realmente no hay nada inquietante en ello? El fundador y director de YG Entertainment, Yang Hyunsuk —antiguo integrante de Seo Taiji and Boys—, está casado con una mujer veinte años menor que él, a quien conoció cuando ella aún estaba en la escuela secundaria. Fue aceptada en YG a los dieciséis años para formar parte del grupo Swi.T, y comenzaron a salir oficialmente cinco años después, cuando el grupo se disolvió. Él contó toda su historia de amor en un episodio del programa *Healing Camp*, de la cadena SBS, en 2012. Incluso admitió que, de haberse implicado más profesionalmente en el grupo Swi.T, con toda probabilidad habrían tenido más éxito, pero que esa popularidad habría hecho imposible salir con ella. En 2019, Yang se vio envuelto en el escándalo conocido como el caso *Burning Sun*, que implicaba a otro de sus artistas, Seungri, de Big Bang, y que incluía denuncias de prostitución y chantaje. Yang acabó renunciando temporalmente a su cargo en YG.

A esto se suman las acusaciones de explotación y maltrato económico. En 2009, tres integrantes de TVXQ demandaron a SM Entertainment, lo que puso bajo el foco los contratos esclavistas —acuerdos de varios años que obligaban a los ídolos a aceptar condiciones abusivas y salarios miserables— justificados por las empresas como la única forma de recuperar los costes de formación, debut y promoción de sus artistas. En Corea, las empresas de entretenimiento controlan absolutamente todo: hacen audiciones, reclutan talentos, los entrenan, les dan alojamiento,

los hacen debutar y gestionan toda su actividad, desde sus calendarios musicales hasta sus apariciones en televisión, pasando por sus contratos publicitarios y sus colaboraciones con marcas comerciales. Se estima que formar y lanzar a un grupo de ídolos cuesta alrededor de 1,5 millones de dólares, así que las empresas —como es de esperar— quieren recuperar esa inversión lo más rápido posible y generar el mayor beneficio, todo a costa del cuerpo, el talento y el trabajo de estrellas que muchas veces apenas han alcanzado la adolescencia.

Desde finales de la década de los años noventa hasta mediados de la década de 2010, las llamadas *big three* dominaron el mundo del k-pop: SM Entertainment, la compañía que lanzó la primera *boy band* del k-pop, H.O.T., en 1996, y al año siguiente el primer grupo femenino, S.E.S., estableciendo así la fórmula de ídolos que aún sigue vigente; YG Entertainment, con un enfoque más hiphopero y fundada por Yang; y JYP Entertainment, creada por el cantante Park Jin-Young. A mediados de la década de 2010, estas tres pasaron a ser las *big four* con la llegada de HYBE, matriz de Big Hit Entertainment, fundada por «Hitman» Bang Sihyuk, productor y compositor que se formó en JYP y escribió éxitos para cantantes como Park Jiyeon, Rain y Wonder Girls, entre otros. Bang acabaría siendo conocido mundialmente por lanzar y gestionar a BTS o, como la coreana que hay en mí prefiere llamarlos, Bangtan.

En 2024, vivimos la que se considera la cuarta generación del k-pop (aunque hay quien dice que ya hemos entrado en la quinta), y la industria se ha vuelto verdaderamente global en la última década. Cada vez más personas en todo el mundo conocen los nombres más importantes del universo de los ídolos, como Bangtan o BLACKPINK (de YG). El fenómeno ha crecido tanto que a menudo surge la pregunta de si aún deberíamos llamarlo k-pop o simplemente pop. ¿El k-pop se ha vuelto tan importante, ha llegado tan alto, que ya no necesita la K? ¿Es racista o excluyente seguir distinguiéndolo del pop? ¿Qué es lo que realmente hace que algo sea k-pop? ¿El idioma? ¿La etnicidad de los ídolos? ¿Cualquier elemento que remita a lo coreano?

En lo personal, no tengo ningún problema con que se siga llamando k-pop, y hasta siento cierto orgullo por esa K, así que me resisto a prescindir de ella. Primero, porque no entiendo la obsesión de Corea con Occidente —y en especial con lo estadounidense—, una veneración que se remonta al periodo de posguerra y está tan incrustada en la cultura coreana contemporánea que dudo que alguna vez logremos desprendernos de toda esa influencia. Y segundo, porque el k-pop funciona a una velocidad y con una intensidad organizativa que me parece única: desde el control que ejercen las empresas sobre sus artistas hasta el hecho de que cada grupo funciona como una especie de pequeño culto.

Convertirse en ídolo supone someterse a una especie de rito de iniciación. Antes del debut, la agencia publica fotos y perfiles del grupo: imágenes promocionales, videoclips, *teasers* y avances musicales. Tras el debut, el club de fans recibe un nombre oficial y, con suerte, el grupo consigue su propio *light stick*, una varita luminosa con diseño único que los fans agitan en conciertos, grabaciones de programas musicales y demás. También se asigna un color representativo. Por ejemplo, el grupo femenino Girls' Generation tiene como comunidad de seguidores a las SONE (소원), su color es el rosa, y su *light stick* tiene forma de corazón: dos G, una de ellas invertida, que forman dicha figura geométrica.

Cuando las integrantes de Girls' Generation se refieren a sus fans, los llaman SONE. Los *light sticks* con conexión Bluetooth —que se sincronizan durante los conciertos para que parpadeen al ritmo del espectáculo— no se popularizaron del todo hasta la tercera generación del k-pop. Antes se usaban barras luminosas, y antes de eso, para los auténticos pioneros como H.O.T. (club de fans: Club H.O.T., color: blanco), Shinhwa [신화창조 (Shinhwa Changjo), naranja] o BoA (Jumping BoA, amarillo), lo que se agitaban eran globos.

Los *fandom* se organizan mediante membresías, y los clubes de fans solían tener liderazgo propio, aunque admito que no sé cómo funciona hoy en día en Corea, porque el sistema se ha vuelto más automatizado y corporativo. Cada ídolo, ya sea solista o parte de un grupo, tiene su propio café en Naver (el equivalente

coreano de Google, ya que Google no llegó a cuajar en Corea), así como anticafés, para quienes canalizan su obsesión hacia un ídolo a través del odio y el vitriolo. Ahora también hay cuentas en plataformas como Weverse o Bubble, que permiten a los ídolos interactuar con sus fans de forma más directa a través de publicaciones o retransmisiones en directo (las *lives*). Las cuentas en YouTube, Instagram o Twitter (ahora X) ya son casi un estándar, aunque puede pasar un tiempo hasta que un ídolo tenga su cuenta propia. Los miembros de Bangtan, por ejemplo, no abrieron sus cuentas personales de Instagram hasta 2021.

El k-pop también puede que sea único en otro aspecto: es una industria que, desde el principio, se ha sostenido sobre relaciones parasociales. Y yo diría que el verdadero trabajo de un ídolo no es cantar ni actuar, sino cultivar ese vínculo con el público. Las relaciones parasociales no son exclusivas del k-pop y se han vuelto algo habitual con cualquier tipo de celebridad, pero en el k-pop se organizan con una intención clara. Los ídolos juegan con las *ships* (parejas imaginarias entre miembros del grupo que crean los fans) y están disponibles a través de *lives*, *fansigns* y redes sociales. Las relaciones parasociales no son un subproducto de la fama en el k-pop, sino su fundamento. Mi lado cínico las llamaría conexiones falsas, porque ¿qué tan real puede ser un amor unilateral en el que ninguna de las partes llega a conocer de verdad a la otra? Para los ídolos, nosotros somos una masa anónima. Y los ídolos que adoramos, a los que les juramos devoción, son solo personajes públicos.

Y, sin embargo, esa línea se difumina constantemente. También ahí aparece la intensidad coreana: son los *sasaeng fans*, seguidores tan extremos que invaden la privacidad de los ídolos de formas aterradoras. Jaejoong ha contado en varias ocasiones que algunas *sasaengs* habían llegado a entrar a su casa y robarle la ropa interior. En 2006, miembros de Super Junior —un grupo de segunda generación de SM— volvían a casa cuando un taxi lleno de *sasaeng* los persiguió y provocó un accidente tan grave que Heechul acabó con el fémur hecho trizas. El *maknae* de Bangtan, Jungkook, ha suplicado en sus directos de Weverse que, por favor, dejen de presentarse en su gimnasio o de enviarle comida a su casa.

Sin embargo, lo cierto es que esta es la cara más oscura del mundo de los fans, y que no todos se comportan mal. Hay una dulzura sincera en ser fan, algo que he vivido tanto por cómo he amado a mis ídolos del k-pop como por las amistades que he forjado gracias a mi condición de fan, así que me resisto a entregarme del todo al cinismo. Porque, para una fan, lo que un ídolo te hace sentir es muy real. La conexión, la esperanza, la alegría... todo eso importa, y tiene efectos tangibles en nuestra vida.

A mediados de la década de los años 2000, en pleno furor por TVXQ, una miembro de Club H.O.T. escribió una carta larguísima a Cassiopeia, el club de fans de TVXQ. Decía muchas cosas, pero lo que más se me quedó grabado fue esto:

Cuando crezcas, aunque encuentres novio,
no te olvides nunca de que eres fan de DBSK.
Al principio puede que solo sea una fantasía para ti,
pero con el tiempo, cuando crezcas,
te darás cuenta de que significa mucho más
de lo que imaginabas.⁴

Tardé algunos años en entenderlo, pero tenía razón. Al principio, ser fan parecía una fantasía, una vía de escape, una ventana a otro mundo al que nunca pertenecería del todo. Pero a medida que fui creciendo, ganando distancia y conocimiento sobre el k-pop, mi condición de fan se convirtió en uno de los grandes puntos de inflexión de mi vida. Los ídolos que amé y admiré me influyeron mucho más de lo que esperaba, y ya no siento vergüenza de ser una *bbasooni*. Al mirar atrás, doy gracias a aquellos años como fan, por muy intensos, obsesivos y, sí, irracionales que fueran. Sin duda incluyen actitudes que tal vez no repetiría... aunque, quién sabe, quizá sí lo haría.

4. «A Message from a H.O.T. Fan to Cassiopeia», <<https://candysky.tumblr.com/post216122993/a-message-from-a-hot-fan-to-cassiopeia>>. DBSK es el nombre extra oficial de TVXQ, usado habitualmente por el fándom, que refleja cómo suena pronunciado en coreano: *Dong Bang Shin Ki*.

Cuando empecé a seguir a H.O.T., era muy joven, y trataba de situarme en plena preadolescencia. Luego, con Shinhwa, BoA y Fly to the Sky, buscaba consuelo en mis primeros años del trauma. Con TVXQ, ser fan se convirtió en mi refugio más profundo durante los años de mayor soledad. Cuando yo me aislaba por culpa de mis miedos, ellos me ofrecieron un espacio seguro donde descubrir quién era como escritora. Con IU y Taeyeon aprendí a intentar quererme, a aceptar mi cuerpo y mi mente rota como mujer, aunque eso no fue un logro sino un esfuerzo cotidiano por estar presente para mí misma. Con Suga, tomé conciencia de cuánto había cambiado en una década, y me enfrenté, por fin, a la rabia y al resentimiento que siento hacia la escritura.

El k-pop ha cambiado muchísimo desde los tiempos de H.O.T. Pasamos de los casetes a los CD, de los MP3 al *streaming*, de Cyworld a Twitter, Instagram, la V App y Weverse; de los globos con los colores del club de fans a las barras luminosas y luego a los *light sticks* que parpadean en sincronía con la música durante los conciertos. Pasamos del módem telefónico al internet de alta velocidad, y de ser un fenómeno de nicho (incluso impopular entre la diáspora coreana) a llenar estadios en todo el mundo.

Mucho ha cambiado, pero mucho sigue igual. A los ídolos varones todavía no se les permite mostrarse en público con mujeres, los *sasaengs* siguen consiguiendo sus números de teléfono y direcciones, y yo me he convertido en una nostálgica que suspira por el k-pop de antaño. Antes todo era más sencillo —la condición de fan era más sencilla—, o tal vez se debe a que yo era más joven, a que aún no lidiaba con la vida adulta o a que seguía atrapada en mis traumas a fines de la década de los años noventa y principios de la década de los años 2000. El k-pop fue mi refugio, incluso cuando no tenía palabras para explicarlo.

Y, así, aquí estoy. Soy una *bbasooni*. Soy una *fangirl*. He amado con intensidad, y he crecido con esta industria —literalmente con ella—, y a medida que el k-pop se ha expandido, transformado y evolucionado, yo también lo he hecho.