



Ética y Cine Journal

ISSN: 2250-5415

ISSN: 2250-5660

eticaycine@psi.uba.ar

Universidad de Buenos Aires

Argentina

Meléndez Táboas, Amelia
Ficciones corporativas surcoreanas, modelos de liderazgo y Ética cordial
Ética y Cine Journal, vol. 13, núm. 1, 2023, Marzo-Junio, pp. 27-39
Universidad de Buenos Aires
Argentina

DOI: <https://doi.org/10.31056/2250.5415.v13.n1.40639>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=564474700003>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

Ficciones corporativas surcoreanas, modelos de liderazgo y Ética cordial

Luces Nocturnas | *Bulyaseong, White Nights* | 2016 - | *Geomsaekoreul Ibryeokhaseyo* | 2019

Amelia Meléndez Táboas*

Universidad Nebrija de Madrid, España

Recibido 17/11/2022; aprobado 16/02/2023

Resumen

La ficción surcoreana televisiva que se ocupa de retratar la vida empresarial bascula entre el drama *soap opera*, la caricatura deudora de la historieta en línea o *webtoon* de origen y dramas realistas atravesados o no por otros géneros como el *thriller* o el melodrama. En esta ficción corporativa es posible observar modelos de liderazgo que pueden corresponderse con algunos descritos en manuales corporativos (Competencia Pigmalión, Liderazgo Personalista Integral) y también con propuestas que desde la ética aplicada no renuncian a una ética normativa que sea tanto de mínimos como de máximos, como la Ética de la razón cordial, Ética Cordial (Cortina, 2009). Ambos modelos de liderazgo y propuesta ética servirán para el análisis de dos ficciones televisivas surcoreanas recientes - *Luces Nocturnas* (Bulyaseong, *White Nights*, 2016) y *Search: WWW* (Geomsaekoreul Ibryeokhaseyo, 2019) - que ponen sobre la mesa el incremento de conciencia en su sociedad de la situación de las mujeres profesionales cuyas vidas proyectan. El perfilado moral e incremento de realismo en la caracteriología de los personajes desde la CEO Yi-Kiung Seo (*Luces nocturnas*) a Ta mi Bae (*Search*) se debe al paso de un guionista, Ji-hoon Han, al avance que supone la incorporación de más guionistas a la industria hallyu como Eun Sol Kwon. Además, *Search: WWW* acusa el cambio social vivido en el país después del *Feminist Reboot* que siguió al asesinato de la estación Gagnam que ha llevado a todas las industrias del hallyu a replantearse sus condiciones de igualdad de género.

Palabras Clave: Ética | Liderazgo | Igualdad de Género | Mujeres trabajadoras | Hallyu

South Korean corporate fictions, leadership role models and Cordial Ethics

Abstract

South Korean television fiction that portrays business life oscillates between soap opera drama, cartoons borrowed from the online cartoon or webtoon of origin, and realistic dramas that may or may not be crossed by other genres such as thrillers or melodrama. In this corporate fiction it is possible to observe models of leadership that may correspond to some of those described in corporate manuals (Pygmalion Competence, Integral Personalist Leadership) and also with proposals that from applied ethics do not renounce a normative ethics that is both minimum and maximum, such as the Ethics of Cordial Reason, Cordial Ethics (Cortina, 2009). Both models of leadership and ethical proposition will serve for the analysis of two recent South Korean television fictions - *Night Lights* (Bulyaseong, *White Nights*, 2016) and *Search: WWW* (Geomsaekoreul Ibryeokhaseyo, 2019) - that bring to the table the increasing awareness in their society of the situation of the professional women whose lives they project. The moral profiling and increased realism in the characters' characterisation from CEO Yi-Kiung Seo (*Night Lights*) to Ta mi Bae (*Search*) is due to the move from one screenwriter, Ji-hoon Han, to the breakthrough of more screenwriters in the hallyu industry such as Eun Sol Kwon. In addition, *Search: WWW* acknowledges the social change in the country after the Feminist Reboot that followed the Gagnam station murder, which has led all hallyu industries to rethink their gender equality conditions.

Keywords: Ethics | Leadership | Gender equality | Women workers | Hallyu

1. Introducción. Ficciones Corporativas dentro del Hallyu¹

Este estudio se acerca a un producto determinado de la nueva ola coreana o *hallyu*, término unión del sinograma Han (Corea) y Liu o Ryu (flujo u ola), que da nombre a cuatro conjuntos de producción cultural surcoreana: la música k-pop, los k-dramas o doramas, el *manhwa*

nacional derivado del manga japonés devenido *webtoon* y los juegos online (Guarné, 2020). China nombró hallyu al éxito del k-drama *What is love?* (MBC, 1991) extendido a Japón y Taiwan con *Winter Sonata* (KBS, NHK, 2003) y hasta Singapur, Malasia y Vietnam con *Una joya en palacio* (Dae Jam Geun, MBC, 2003). La política *Segyehwa* (1994-1998) del presidente Kim Young-Sam atractora de inversión extranjera o FDI (Foreign Direct Investment)

* amelende@nebrija.es

(Nicolas; Thomsen y Bang, 2013) incluyó la ley de promoción del cine (1995) por las grandes industrias *chaebols* (Samsung, Hyundai, Daewoo). Esta estructura oligopólica corporativa apoyó el llamado Hallyu 1.0. entre 1998 y 2007 (Jeong, Jin y Kim citados en Ju, 2018: 2) con un *star-system* propio (Guarné, 2020). Es decir, el Hallyu 1.0. se vio espoleado tras la Crisis Financiera asiática de 1997-8 con la creación de la Ley de la Promoción de la Industria Cultural Básica y la Agencia Coreana de Cultura y Contenidos (1999), KOCCA (2001, Agencia Coreana de Contenido Creativo) y KOFIC (Korean Film Council de apoyo a radio, animación, videojuegos y cine). Hacia 2007-8 el éxito de las bandas de idols advierte de un Hallyu 2.0. que motiva la Comisión Presidencial de la Marca País (2005-2009). Arriolas toma de Hogarth (2013) las nueve razones de su triunfo 1) alta calidad y planificación sofisticada; 2) atractivo fotográfico; 3) ethos asiático confuciano de cuidado familiar y énfasis educativo; 4) predestinación y puritanismo sexual; 5) proyección de imagen positiva de hombres y mujeres fuertes de altos principios; 6) tradición vs modernidad; 7) bajo coste; 8) narración hábil que evita controversia (homosexualidad, abuso y prostitución) y 9) predominio de amor eterno heterosexual, triángulos amorosos, altruismo, familia, amistad y humanidad además del ideales de verdad, bondad y belleza (Arriolas, 2019).

El Hallyu 2.0. orientó la industria audiovisual a la emisión multicanal en el mercado nacional, asiático e internacional. Ese proceso involucró cadenas veteranas como KBS, MBC y SBS y nuevas como TvN, OCN y JTBC; reinventó la imagen nacional como “cool culture”, conformó un “soft power” embajador de una “Korea imaginada” orgullosa de ser asiática (Ju, 2018), identidad compartida con los otros diez países de la región del sudeste asiático (Ju, 2020: 35). El Hallyu 2.0. se distribuyó gracias a la televisión por satélite y sitios de *streaming* (mysoju.tv, DramaCrazy.net, allkpop.com) hasta recalar en plataformas Amazone Prime Video, Hulu y Netflix, paraguas de 130 estudios asociados como Viki o DramaFever.

El ministro de Cultura Choe Kwang-shik lanzó el K-Culture Promotion Task Force el 29 de enero de 2012 y con ello el Hallyu 3.0. fuertemente identificado con Park Geun-hye (Seo, 2012). La intención era revitalizar la cultura tradicional iniciada con la promoción *Han Style* de 2007 centrada en el alfabeto coreano o *hangul* y el festival de cocina fría de abril o *hansik* (Finchum-Sung, 2009) recuperando la arquitectura de *hanok*, el *hanji* o papel tradicional de moreras, la *han'guk* u.mak (música tradicional coreana) y el *hanbok* o traje tradicio-

nal. Ese año 2012 el hit K-Pop *Gagmam Style* del presentador televisivo Psy atrajo la mirada mundial hacia Seúl.

El 21 de noviembre de 2019 CJ ENM/Studio Dragon acordaba producir series originales entre 2020 y 2023 para su distribución en Netflix. Esa marca global procuró a *Hallyuwood* el tercer puesto de la industria audiovisual (Miroudot, 2019).

Desde 2015, o 2016, según las fuentes, se alcanza un cuarto estadio siendo hallyu 1.0 (K-drama), hallyu 2.0 (K-pop music), hallyu 3.0 (K-culture) y hallyu 4.0 (K-style) (Kim, 2015) al que cabría agregar un hallyu 5.0. (Korean Aesthetics). Se configura como red cultural de conocimiento pan-asiática abierta a otras culturas aunque sin lograr su identificación con la identidad nacional (Ryzhkov; López-Rocha, 2017).

En la primera década del siglo XXI el ciclo neo-noir surcoreano demostró mayor variedad genérica que Hong Kong con thrillers góticos y psicóticos, temática supernatural y crítica social de realismo oscuro y melodrama de acción (Teo, 2014). Esa cualidad transgenérica resultado de la influencia transnacional en la identidad nacional y viceversa provoca una visión de paralaje que revela los desajustes de ambas. Se exporta una Korea imaginada y se adquiere una nueva conciencia nacional al tratar temas locales bajo convenciones de Hollywood. La mitificación del pasado histórico y patriotismo de la Generación 586 que llevó Corea a la democracia primó bajo el gobierno conservador de Park Geung-hye (2013-2017). El *noir* realizado durante el mandato de esa presidenta, luego destituida por tráfico de influencias, retrató el enfrentamiento entre la policía y herederos corruptos de *chaebols* además de dirigentes corruptos también en los grandes medios, política, gángsteres y sus peones (Kim, 2019). La sensibilidad *noir* surcoreana revelaba un lado oscuro del capitalismo salvaje necesitado de contexto temporal y geográfico (Teo, 2014).

Ese noir es perceptible en la ficción corporativa, o sobre el mundo empresarial, que se desenvuelve en Seúl o filiales en poblaciones cercanas a la capital. El realismo de estas ficciones es controvertido porque representan más bien tropos de *K-Dramaland*, término emic que designa una Korea imaginada creada por guionistas, actores, directores y fandom hallyu (Schulze, 2013).

La ficción surcoreana corporativa aborda entre sus temas comunes la mentorización de los directivos (*sum-baenim* o *sumbae*) sobre jóvenes aprendices (*hoobae*) que se describe: 1) de forma secundaria desde su resultado (*Life*, 2018), en trama soap opera de romance adolescente (*Love alarm*, 2019-2021), intrigas de familias ricas

(*Es mío*, 2021) o familias sustitutivas (*Recuerdos de la Alhambra*, 2018; *My Holo love*, 2020 y *Vincenzo*, 2021); 2) por caricatura de jefes tóxicos y torpeza slapstick de empleados (*My horrible boss* o *La Sra Temperamento y Nam jung Gi*, 2016) o *Jefe Kim* (2017); 3) como épica ingenua y simplificadora resultado de su origen en webtoons (*Misaeng*, 2014, *Who's wrong with secretary Kim*, 2018; o *Itaewon Class*, 2020), referido a Generación Sampo en *Misaeng* (Vida Incompleta, 2014; *Mi señor* (Na-ui ajeossi, 2018) o con paternalismo entre el mentor masculino y la meritoria mujer (*Argon*, 2017; *Romance is a bonus book*, 2019 y *Start-up*, 2020).

2. Objetivos y Metodología

El texto pretende ahondar en la caracteriología de las líderes protagonistas de dos ficciones corporativas surcoreanas realistas asequibles por distintas plataformas: *Luces Nocturnas* (Bulyaseong, White Nights, 2016) en Netflix; y *Search:www* (Geomsaekoreul Ibryeokhaseyo, 2019) en Doramasflix y Amazon Prime.

De estas protagonistas se considera, en concreto, su papel en la mentorización de otros empleados, su ejercicio de liderazgo y se valora su estilo a la luz de dos modelos de liderazgo, al tiempo que como ejercicio de ética aplicada. En concreto los modelos revisados para su análisis serían: 1) Competencia Pigmalión (Rómulo Cáceres, 2020) y 2) Liderazgo Personalista Integral (De la Sota; Cabrera; Zaínos, 2022).

Se observa además en qué medida la relación entre mentora y empleado o empleada puede ser una expresión de la Ética de la razón cordial o Ética Cordial (Cortina, 2009).

De igual forma se expresan consideraciones a propósito del liderazgo femenino ficcional como imagen aspiracional dentro de las conquistas sociales frente a la misoginia residual.

Se expone además la posibilidad de interpretar las ficciones corporativas estudiadas a la luz de cierta evolución reciente de la conciencia feminista en la sociedad surcoreana.

3. Modelos de Liderazgo y Ética

Antes de pasar al análisis del corpus seleccionado recogemos brevemente los modelos y ética normativa aplicada a la empresa empleados para su análisis.

3.1. Modelo de Competencia Pigmalión

El consultor de comunicación corporativa Rómulo Castro Cáceres creó por aplicación del concepto de liderazgo transformacional del politólogo James McGregor Burns un modelo de Competencia Pigmalión en que tal liderazgo se alcanza por profecía autocumplida. Líderes con cuya fuerza de visión y personalidad pueden modificar el curso de una organización. Las bases de ese logro son: 1) el fortalecimiento de las expectativas de los supervisores respecto de sus colaboradores; 2) el reconocimiento sincero y periódico; 3) el modelaje de conductas valiosas en subalternos por parte del supervisor y 4) abrazar como líder el compromiso con su rol comunicador para potenciar escucha y co-creación con sus empleados, reforzar su sentido de pertenencia y conseguir el aumento en la cantidad y calidad de resultados. Para ello toma el Efecto Pigmalión, también llamado profecía autocumplida por el sociólogo Robert K. Merton y que define como: “efecto de persuasión que genera el líder en los colaboradores al conectarse con ellos, hacer empatía, motivarlos y reforzar su autoestima. Es la acción de reconocer y exaltar todas aquellas habilidades que poseen los trabajadores” (Castro, 2020, p. 16).

Distingue entre el Pigmalión propiamente dicho o Pigmalión positivo que incrementa la autoestima y consolida el aspecto hacia el que se dirige. Y su reverso, el Pigmalión Negativo o Efecto Golem, por el que la pobre idea que un líder se hace del desempeño de un empleado provoca en éste disminución de autoestima y rendimiento. El líder Pigmalión se expresa con frases Pigmalión donde el sujeto líder se alinea con sus expectativas y las consecuencias de su liderazgo. El líder sería el sujeto activador que necesita a su vez de otro sujeto activado por el efecto Galatea, la convicción que tenemos de nuestras capacidades que condiciona nuestros logros. El proceso de la profecía autocumplida pasaría por expectativas, sinceridad, motivación, comprobación y reconocimiento. Ese modelaje sigue los pasos explicitados por Albert Bandura: atención, retención, reproducción y motivación. El aspecto del salario emocional o reconocimiento afectivo (riguroso y sincero, refuerzo de conductas y hechos, potencia autoestima reconociendo los resultados, genera más reconocimientos que críticas y realiza un feedback efectivo). El Proceso de comunicación interna se apoya en Difusión, Modelaje y Reconocimiento.

3.2. *Modelo de Liderazgo Personalista Integral*

Otros estudios han determinado que ni el liderazgo transformacional ni las diversas Corrientes de Liderazgo Moral llamadas liderazgo (auténtico, ético, espiritual y de servicio) que tratan de explicitar el comportamiento ético del líder, cuentan con una ética explícita y bien fundamentada. El Liderazgo Personalista Integral (en adelante LPI) persigue acercar el modelo de liderazgo a la ética y para ello aprovecha la enseñanza filosófica del Personalismo, su corriente ontológica clásica, para examinar al líder corporativo en tanto que persona (De la Sota; Cabrera y Zaínos, 2022). Rescata los rasgos esenciales del Personalismo: la dignidad y la centralidad de la persona, la experiencia personal de la verdad o realidad objetiva como fuente de conocimiento; las relaciones interpersonales, la libertad, la corporeidad, la afectividad, la subjetividad, y la primacía de la acción y el amor. Estructura ese modelo de LPI en ejes: 1) corpóreo; 2) intelectual (tanto teórico como práctico, capacidad de innovar); 3) afectivo (relación afectiva, voluntad de promoción mutua que debe regir las decisiones) y 4) eje de la transcendencia (actos dirigidos a alguien más además de sí mismo).

Incide también este modelo en la motivación, la percepción del líder como tal y de su voluntad de buscar el bien de sus subordinados, su capacidad, coherencia, compromiso y confiabilidad. Este modelo contempla también áreas de intersubjetividad: 1) encuentro, el proyecto del nosotros; 2) diálogo afectivo, con sentido e intercambio de ideas, definición de objetivos y estrategias 3) vida comunitaria, el “vivir junto con otros”.

3.3. *Ethica Cordis, Ética de la razón cordial o Ética Cordial*

La catedrática de Ética y Filosofía Política Adela Cortina quiso actualizar su propuesta de Ética Mínima reeditada varias veces desde 1986. En su *Ética de la Razón cordial. Educar en la ciudadanía en el siglo XXI* (2009) valoraba, entre otros temas, la Responsabilidad Social de las Empresas. Cortina reflexionaba la necesidad de incorporar, además de índices de responsabilidad corporativa a los procesos de evaluación interna, una genuina preocupación por un carácter y hábitos responsables para que la ética no fuera operación cosmética y burocracia (Cortina, 2009).

Perseguía Cortina superar con su *Ethica cordis* los

planteamientos de una ética de razón procedimental ambicionando una razón cordial que contemplara la humanidad en su integridad. Esta ética sería movida por las pasiones de temor a la muerte, deseo de mejora de vida y seguridad a través del trabajo. Otras pasiones como el afán de poder, lucro y estima no deberían comprometer éstas.

Cortina señalaba la necesidad de una Ética alineada con la concepción de la Responsabilidad Social Corporativa (en adelante RSC) que fuera interna a la empresa tal y como la entendía el Libro Verde de la Unión Europea: “Dentro de la empresa, las prácticas responsables en lo social afectan en primer lugar a los trabajadores y se refieren a cuestiones como la inversión en recursos humanos, la salud y la seguridad, y la gestión del cambio” (COM, 2001).

La competitividad de la empresa debe ser compatible con la responsabilidad con los afectados por la vida empresarial, los *stakeholders* (incluyendo aquí tanto a empleados como a accionistas). La empresa debía emular el Reino de los fines de Kant al concebir cada empleado como un fin en sí mismo que pudiera alcanzar sus propósitos sin limitar los del resto gracias a leyes comunes que los favorezcan (Cortina, 2009).

Para ello proponía unos principios de su *Ethica Cordis*:

El Primero, Principio de no instrumentalización/ Principio de No-Maleficiencia;

El Segundo, Principio de las capacidades (empoderar al otro): libertad de agencia, libertad de bienestar (nutrición, salud, movimiento, educación, participación pública), para que sea sujeto agente de su vida.

El Tercero, Principio de la justicia distributiva. Distribuir equitativamente cargas y beneficios en referencia a intereses universalizables (Cortina, 2009: 222) En este principio entraría la *Teoría de la justicia* (1971) de John Rawls para distribuir bienes primarios: 1) Modelo de justicia del interlocutor válido; 2) La sociedad se compromete a diseñar instituciones que permitan participar en diálogo; 3) Los afectados decidirán exigencias más allá del mínimo razonable y 4) el motor de voluntad de justicia es el reconocimiento cordial de los iguales en dignidad, diversos en capacidades y diversos en identidad.

El Cuarto, Principio dialógico, debe tener dialógicamente en cuenta a los afectados (*stakeholders* de las empresas) por las normas a la hora de tomar decisiones sobre ellos. Estos cuatro primeros de cumplimiento para seres de igual dignidad.

El Quinto, Principio de responsabilidad por los seres

indefensos no humanos (minimizar daño en seres sintientes no humanos y trabajar por desarrollo sostenible) es un principio ligado a la responsabilidad.

4. Liderazgo femenino, modelos de liderazgo y actitud ética: *Luces nocturnas* (2016) y *Search: www* (2019)

La influencia de la cultura popular en la inserción del discurso del feminismo en la ideología patriarcal dominante había sido analizada en series previas y posteriores a la crisis de 1997 que precedió al origen del Hallyu.

Tras la crisis de 1997 con el FMI hay consenso sobre una crisis de masculinidad que lleva a la creación de un hombre blando, versión coreana del metrosexual, llamado Kkonminam (chico-flor).

Pero persistían discursos resistentes al cambio en roles de género, sexualidad femenina y el sistema familiar nuclear (Kim, 2005).

Tras el hallyu 2.0. se exportó una imagen de la mujer coreana a través de las girls-band del K-pop (dulce, inocente, sexy, joven, con poder adquisitivo para accesorios, ropas, viajes, cirugías estéticas) a la que se ha atribuido una distorsión respecto de la mujer coreana contemporánea que pretende representar (López-Rocha, 2015). Esa mujer exporta además el ‘Korean Look’ de ojos anchos, pómulos y mandíbula estrechos y nariz respingona, la K-beauty o *Gangnam beauty* demandado por turistas médicos chinas. Los cirujanos coreanos, orgullosos representantes de un nacionalismo médico que también satisface la demanda interior de invertir en un buen aspecto para aumentar estatus (Holliday et al., 2017).

La revisión de filmografía de directoras coreanas como Su-yeon Lee, Ji-young Hong, Jeong Hyang Lee y Chan-ok Park, ha puesto de relevancia la hibridez entre modernidad global y tradicional confucianismo. Pero también una percepción con sensibilidad de género que permite describir mujeres reales, la necesidad de explorar sus deseos sexuales o incluso el amor más allá del marco matrimonial, cómo la sociedad les culpa y castiga por el fracaso familiar, les conmina a perdonar a los hombres que les causan sufrimiento severo, su fragilidad dentro de ese patriarcado y la manipulación masculina de la que son víctimas (Howson y Yecies, 2015).

Se ha percibido en el cine de arte y ensayo también ese desplazamiento desde una mirada masculina y esteticizante de los directores Bong Joon-ho, Kim Ki-duk o incluso Park Chan-woon hacia otra más empática con la situación social de sus protagonistas en Lee Chang-dong

(Tangalycheva, 2019).

El asesinato el 17 de mayo de 2016 “Gangnam yeok 10 beon chulgu salin sageon” de una mujer al azar en el baño de la estación de metro de Gagnam por un hombre rechazado por otras mujeres sin que fuera clasificado de feminicidio por la policía. Eso provocó el documental de Youjin Do (KoreaExposé, 2018) titulado *Feminist reboot* (reinicio feminista) que animó la creación de nuevos textos feministas como *Reclaim the language: How to deal with a sexist* (2016, Baume à l’âme) de Lee Min-Gyeong que permitieran sacar al feminismo del ámbito académico y acercarlo a las necesidades del lector común. Se acuñó así el incremento de conciencia feminista en manifestaciones que conforman la audiencia principal de k-dramas. Estas mujeres se embarcaron en la lectura feminista intensiva, vivieron su propio #MeToo y añadieron el movimiento #EscapetheCorset desde 2018 (Pambooc, 2019).

Esto moduló la demanda hacia las empresas de entretenimiento.

La adquisición de derechos de las mujeres coreanas fue establecida en la constitución de 1948 y dificultada por la violenta primera dictadura militar de Park Chung-hee (1961-1979) pese a los 57 grupos bajo el Council of Korean Women’s Organisations (CKWO9). Se debe en gran medida a la Academia Cristiana, la Asociación de Mujeres de Iglesias coreanas (1973) y el Departamento de Estudios de mujeres de la Universidad Ewha (1977). Atravesó episodios de violación de activistas en la dictadura militar de Chun Doo-hwan (1980-1988) que estimularon la creación del Consejo de mujeres contra la Violencia Sexual (1984) y la KWAU (Korean’s Women Association United) en la transición democrática (1987-1992) (Jung, 2003). Patriarcado y capitalismo fueron identificados como sistemas opresores frente a los que se creó el SAC (Sexual Assault Centre) y el KSVRC (Korean Sexual Violence Relief Centre) en las presidencias democráticas de Kim Young Sam (1993-6) y Kim Dae-jung (1998-2003). El patriarcado tóxico es herencia de la jerarquía del Confucianismo, ideología estatal desde la Dinastía Chosun (1393-1910).

Si en 2001 las mujeres seguían subrepresentadas en televisión y dramas, reforzando la noción de *Jibsalam* (persona al cuidado de la casa, esposa), años más tarde las mujeres trabajadoras se representaban como criaturas frías, arrogantes y obsesivas que recurren para triunfar a medidas extremas e ilegalidades. El epítome es la protagonista de una de las series analizadas, *Luces nocturnas* (2016).

No obstante, la ficción incorporó mujeres en puestos de prestigio como fiscales, jueces *Suspicious Partner* (SBS, 2017), *Witch's Court* (KBS2, 2017), *Abyss* (tvN, 2019) y *Ms. Hammurabi* (JTBC, 2018). Se incorporan nuevos personajes femeninos que Asya Pambooc denomina como 1) La Amazona (igual en fuerza, coraje, convicción que trabaja de igual a igual con hombres). Dentro de este grupo estarían 1.1. Detectives veteranas en thrillers como Han Jeo-jin (Bae Doona) en *Stranger 1 y 2* (2017 y 2020); 1.2. Guerreras adiestradas para el combate: Go Ae Shin (Tae-ri Kim) y Hina Kudo (Min-jung Kim) en *Mr. Sunshine*, (2018).

De igual manera dramas del mundo laboral como *Misaeng* (tvN, 2014), reconocido como iniciador de esta corriente de descripción realista del empleado corporativo, se vuelcan a retratar la trabajadora corporativa. Suelen coincidir con la televisión por cable Total Variety Network (tvN) abanderada además del remake de series norteamericanas.

En *Romance is a Bonus Book* (tvN, 2019) se puede además observar la evolución en el tratamiento de las *ajummas* o mujeres de mediana edad antes olvidadas o caricaturizadas en la ficción. La protagonista de *Search: WWW* (tvN, 2019) es también una mujer frisando los cuarenta (Pambooc, 2019).

Pero se reconocen aún límites a la evolución: Se reflejan tipos negativos como las *kkotbaem* (mujer serpiente) que acusa falsamente de asalto sexual y la mujer violenta es raramente representada. No se agota la tendencia de damiselas en apuros con Complejo de cenicienta en tramas del tipo *La Bella y la Bestia* que aceptan relaciones abusivas cuyo mayor beneficiado es el hombre al que mejoran: *What's Wrong with Secretary Kim* (tvN, 2018), *The Smile Has Left Your Eyes* (tvN, 2018) o *Memories of the Alhambra* (tvN, 2018).

En la ficción hallyu 4.0. se ha distinguido una presencia creciente de temas feministas en relación de hibridación con elementos locales como la lengua, regionales como el confucianismo, budismo del este asiático y el capitalismo neoliberal global en el que su feminismo se inscribiría. En sus series aparecen tanto el ascenso en posición laboral, la superación de la brecha salarial, el acoso sexual en el trabajo, la experiencia sexual de las mujeres pese a la doble moral social e incluso la superación de la negociación entre carrera y familia del feminismo occidental mostrando una clara preferencia por la primera presentándose como las vencedoras del juego de poder del corrupto mundo empresarial (Boman, 2022).

Lo que distingue estas dos series corporativas seleccionadas es que tanto la figura de líder como de colaborador lo encarnan mujeres y es posible observar la mentorización desde el inicio.

4.1. *Luces Nocturnas* (Bulyaseong, *White Nights*, 2016)

Luces nocturnas (también conocida como Bulyaseong, *Illuminations*, *White Nights*, 2016), producida por SPC para la cadena MBC con dirección de Jae-dong Lee y guión de Ji-hoon Han, se alinea con la ficción noir de la presidencia de Park Geung-hye. Los protagonistas son Lee Yo-won (directiva mentora Seo Yi-kyung) y UEE (meritoria Lee Se-jin), y Jin Goo (heredero chaebol Park Gun-woo y primer amor de Seo Yi-Kyung). El director Jae-dong Lee comenzó con tres series con protagonistas mujeres al frente de gran fortaleza en *That Woman's house* (Geu YeoJane Jip, MBC, 2001); *Sweet Buns* (Danpat bbang, MBC, 2004-2005) y *Rules of Love* (Ibyeole Daecheohaneun Wooriui Jase, MBC, 2005) o cuyo primer amor vuelve del pasado en *I Miss You* (Bogosipda, MBC, 2012-2013). El guionista Ji-Hoon Han había escrito ya series con protagonista aventajada en su extremada riqueza, en *Temptation* (Yoohok, SBS, 2014) y volverá a hacerlo en *Woman of 9.9 Billion* (99eokui Yeoja, KBS2, 2019-2020) o por su pertenencia a la realeza como la princesa Joseon con capacidades extraordinarias de *River Where The Moon Rises* (Dalyi Ddeuneun Gang, KBS2, 2021).

Se ha destacado en esta ficción la hibridación entre la personalidad fuerte feminista que desatiende el romance con el heredero *chaebol* Park Gun-woo y trata con respeto confuciano y mano dura a los corporativos veteranos y corruptos. Y la inversión de roles que permite la ventaja laboral de las mujeres de carrera neoliberales (la directiva, la aprendiz, la *hacker*) en la Corea contemporánea (Boman, 2022).

4.1.A. Competencia Pigmalión en *Luces Nocturnas* (2016)

El Efecto Pigmalión es sinónimo del proceso que Robert K. Merton denominó “Profecía autocumplida”: “efecto de persuasión que genera el líder en los colaboradores al conectarse con ellos, hacer empatía, motivarlos y reforzar su autoestima. Es la acción de reconocer y exaltar todas aquellas habilidades que poseen los trabajadores” (Castro, 2020, p. 16).

La CEO protagonista comienza por fortalecer expectativas, Efecto Pigmalión, en su hoobae. Seo ficha a Se-jin cuando ve su habilidad para manipular la subasta y las pujas temerarias. Activa en ella un Efecto Galatea vinculado a lo que Julian B. Rotter (1966) denominó “el locus de control interno”, las creencias internas sobre la propia valía siguiendo la máxima de ‘creer es poder’ (Castro, 2020, p. 22). La mentora o sunbae Seo derriba barreras limitantes como “el espíritu de pobre” o reservas morales.

En un segundo momento procede a ofrecerle un reconocimiento sincero (afectivo) y periódico que forma parte de su salario emocional. Seo Yi-Kyung le alaba el gusto al elegir un modelo exclusivo de un diseñador célebre y le pide que sea su personal shopper y su doble en un encuentro con inversionistas. En ese aspecto está actuando como un Pigmalión positivo que refuerza su autoestima. Todos sus diálogos obedecen el esquema de la frase Pigmalión que contiene el sujeto activador, la expectativa y los resultados dirigidos a objetivos como los perfiles de empresarios y sus conexiones. El nivel de expectativas que la líder tiene sobre su meritoria es ilimitado, lo que produciría una motivación también ilimitada según el paradigma organizacional del Efecto Pigmalión: puede poseer todas esas “luces nocturnas” del título. Todo el equipo se suma al reconocimiento de la valía de esta meritoria estimulando su rendimiento (Castro, 2020).

En un tercer paso procede al modelaje de conductas valiosas (en los cuatro pasos de atención, retención, reproducción y motivación). Asistimos a la reproducción de gestos, procesos y estrategias hasta que la meritoria puede anticiparse a su mentora. Ambas se necesitan y se reflejan la una en la otra en esa ambición, este reflejo se traduce con la metáfora visual de espejos. Este proceso se interrumpe cuando divergen los criterios y se quiebra lealtad ciega. El reconocimiento se retira cuando desaparece la expectativa de rendimiento. La conciencia de su poder conduce a Lee Se-jin a adoptar un segundo mentor del que seguir aprendiendo.

El cuarto paso es abrazar el compromiso con su rol comunicador. La líder Seo ha trasladado con claridad a su equipo lo que quiere, muchas veces escucha los consejos de sus subordinados y modula sus decisiones en función de su retroalimentación y todo el equipo se comporta como una familia (familia de trabajo) con sentido de pertenencia, rasgo común a los k-dramas derivado de su confucianismo (Park y Lee, 2019, posición 5040).

Rómulo Castro da un nombre al Pigmalión negativo, Efecto Golem. A él responden los patriarcas que disminuyen la autoestima de sus colaboradores e incluso de

sus propios hijos. La mentorización positiva se prueba en cambio eficaz para superar la desigualdad clasista y la misoginia mantenida por el patriarcado tóxico de origen confuciano.

4.1.B. Liderazgo Personalista Integral en *Luces Nocturnas* (2016)

Esta serie describe el liderazgo desde la persona de Yi-Kyung Seo, heredera de Finanzas Ilhan, y su contexto de crianza sin madre en Japón. En gran medida la acción viene determinada por su percepción de la realidad en la que opera con la empresa que ha fundado, Galería S, en oposición al patriarcado tóxico confuciano del holding que conforman la Asociación Progreso Futuro, el grupo Mooji, Finanzas Chunha o la Fundación Baeksong donde imperan: “el gangsterismo, la usura, el secuestro y sobre todo la violencia contra mujeres y niños, contra los propios padres y contra los migrantes” (Teo, 2014, p. 151).

En el eje corpóreo la distinguimos enseguida por su estilo clásico de trajes cruzados con abotonadura delantera, la americana amarilla que acompaña a la subasta que da inicio a las actividades de su empresa, sin temor a destacar. La serie ofrece no pocas ocasiones de riesgo físico personal: Secuestro exprés, persecuciones herederas del *jingfei* hongkonés, creación de estados de opinión utilizando medios y ejecutivo para concesiones urbanísticas megalómanas, sobrepujas en subastas, espionaje, escuchas grabadas, intervención de teléfonos y pc, hackeo de servidor interno e infiltración en redes sociales, comisiones ilegales, capital blanqueado en arte por empresas-fantasma y desviado a paraísos fiscales. Estas prácticas sobreviven al Servicio de Supervisión Financiera, la fiscalía y Comisión de Comercio Justo.

En ese contexto el eje intelectual y estratégico de Seo es audaz, va siempre un paso por delante del resto de empresarios avariciosos. En el plano o eje afectivo tiene una preocupación genuina por sus empleados, el empleo no sólo de Sejin Lee a la que moldea como segunda de a bordo sino también de Tak (Jung Hae-in) como chófer y guardaespaldas es vivenciado como una apuesta personal.

La trascendencia de sus actos afecta a la familia que se ha traído de Japón que son el secretario que la vio crecer Mun Sook Jo (Min Choi) y la ingeniera informático-hacker Writer Kim (Yi-young Shim).

Yi-kyung Seo goza de la confianza de sus empleados, pero la obediencia que les exige adolece de cierta rigidez medieval que parece atribuirse a su crianza nipona y su rígido padre que la modeló desde niña en el valor del dine-

ro por encima de su propia vida (la escena en que arroja cien yenes por el jardín de piedrecitas blancas que la niña debe recuperar es paradigmática). En ese sentido escucha a todos, pero la decisión final es sólo suya. Y tiene una idea de la finalidad de sus actos como una cumbre que debe escalar, escalada en la que no espera que todos sobrevivan. No es una líder que espere un 'nosotros'.

Seo Yi-Kyung capitaliza la corrupción del primer capitalismo acelerado para vengarse de los patriarcas que traicionaron a su padre. Son patriarcas que combatieron en Vietnam, se beneficiaron de su papel en las Olimpiadas de Seúl con el Permiso para la recuperación de la crisis del FMI de 1997. Este patriarcado confuciano del Noir del Este emplea una violencia descrita con crueldad barroca (Teo, 2014: 144, 145, 149). Las audiencias extranjeras como la española son sensibles al clasismo y la rígida jerarquía descrita en estos k-dramas (Ju, 2020).

4.1.C. Ethica Cordis en *Luces Nocturnas* (2016)

Respecto de los principios en los que Adela Cortina Orts fundamenta su Ethica Cordis o ética de la razón cordial el contexto de esta serie deja varios desiderandos. Comenzando por el primero, Principio de no instrumentalización/Principio de No-Maleficiencia. La actividad empresarial de la serie transcurre a menudo en restaurantes *hanok* atendidos por empleadas vestidas con el traje tradicional (*hanbok* con *jeogori* y *chima*) donde se tejen luchas intestinas y alianzas variables con testaferreros, herederos torpes y emprendedores de primera generación avariciosos. Una de las primeras misiones a las que envía a Se-jin como su doble compromete la seguridad de ésta al encontrarse con dos secuestradores chinos.

En lo que respecta al segundo Principio de las capacidades (empoderar al otro) Yi-kyung Seo sí demuestra lograr en los otros una libertad de agencia: Cuando coloca a Se-jin ante decisiones siempre tiene en cuenta que la libertad de elección es, en última instancia, suya y le recuerda que debe regirse por motivaciones intrínsecas, propias. La heredera Yi-kiung Seo, en cambio, no puede operar su propia empresa sin un permiso paterno para la Asociación Progreso Futuro que ilustra el sistema de privilegio del *pater familias* (Cho, 2000) pese a que la ideología '*namjon yölbi* que colocaba a las mujeres al servicio de hombres respetables había retrocedido tras la promulgación de leyes de igualdad ante la herencia a comienzos de los 90 (Kim Hogarth, 2010). Este patriarcado *chaebol* hace frente común contra ella con referencia a

fuentes chinas antiquísimas, como el *Romance de los tres reinos* (1522) debida a Luo Guanzhong o el filósofo Han Feizi (279-232 ac) que recomendaba la filosofía *Kutmin* de sacrificio individual al estado que triunfó tras la crisis de 1997.

Es decir, pese a reconocerle sobradas capacidades, le niegan capacidad de agencia.

Respecto al tercer Principio de la justicia distributiva es muy difícil aquí identificar el interlocutor válido. Podría parecer Tae Joon Jang (Don Hwan Jung) de la Fundación Baeksong que parece manejar al resto, pero no siempre está claro. Las instituciones en las que conseguir esa justicia se demuestran ineficaces y no se tiene en cuenta a los *stakeholders* en las decisiones de empresa por muchos consejos que se organicen de cara a la galería. El sistema empresarial con el que se encuentra Seo Yi-Kiung en Corea es corrupto y obsoleto. Pero ella apuesta por ser ejemplo de la disolución de la jerarquía de género en el sistema familiar consecuencia de la crisis financiera y como resultado de la negociación entre una Korea racista, xenofóbica y misógina y la Korea cosmopolita aspiracional (Kim, 2019). Yi-Kyung defiende frente a su padre la oportunidad del mercado surcoreano, la duda divergente y la nueva política populista y comunicativa que ha sustituido a la del soborno de las élites.

Respecto al cuarto principio que moviliza la justicia en la Ethica Cordis al reconocer a los demás iguales en dignidad, capacidades, aunque diversos en identidad es preciso destacar en ese patriarcado a una corporativa de vieja escuela, He-jung Moon (Gi Ae Nam), cuya alta cualificación no le libra de ser abofeteada por Moomsam, usurpador de la presidencia del grupo. Compensa con trabajo abundante y metódico Park sus limitaciones en materia tecnológica frente a su homóloga en la empresa de Seo Yi-Kyum, Writer Kim, diestra en código fuente.

El final de la serie contiene la última enseñanza: el auténtico poder puede consistir en no aferrarse, en detenerse antes de la cima. Seo Gong-Soo, el padre de Yi-Kiung, había sido también su mentor empresarial, anticipó su voluntad de venganza (pasión a la que él había renunciado) y que necesitaría negociar su vida a cambio del memorándum de las transacciones secretas con más de 100 personas influyentes que hicieron posible las Olimpiadas de Seúl. Tanto Seo Yi-Kiung como Se-jin saldan cuentas con el pasado de sus progenitores y eso les permite comenzar desde cero sus propios negocios libres de ese sistema patriarcal de conglomerados *chaebol*.

4.2. *Search: www* (Geomsaekoreul Ibryeokhaseyo: WWW, TvN, 2019)

La serie cuenta con varios directores, entre ellos Ji-hyun Jung, director de la mencionada *Mr. Sunshine* (2018) pero también de una serie que aborda desde su protagonista la realidad de las madres solteras, *You are my sunshine* (tvN, 2021) o el tabú social que supone en Corea del Sur la relación entre personas de diferente edad en *Twenty five, Twenty one* (tvN 2022). El otro director, Young-II Kwon había abordado la mentorización corporativa en *Suits* (KBS2, 2018) y volvió a tratar la mujer corporativa en internet en la editora de *Doom at your service* (tvN, 2021).

La guionista Eun Sol Kwon o Do Eun Kwon, según las fuentes, ha escrito después *Twenty five, Twenty one*. Esta serie fue su debut tras haber sido asistente de Kim Eun Sook, la veterana y premiada guionista de *Mr. Sunshine*. Desde las primeras conversaciones estaba claro el absoluto protagonismo femenino como mujeres profesionales que priorizan ese aspecto de su vida arriesgando o desdiciendo otros (Lew, 2018) aunque también se ha destacado el delicado realismo con el que se refleja la evolución rica en matices de la amistad, amor compartido con los personajes masculinos (Tuleconghoa, 2022).

La serie focaliza el desarrollo de estos personajes en un medio con grandes desafíos morales y en la pasión que ponen en ese trabajo en lugar de centrarse en su vida amorosa logrando así hacerlos más realistas (Pambooc, 2019).

Las tres protagonistas indiscutibles son directivas de dos empresas competidoras de portales web, Unicon donde trabajan Baeta Mi (Im-su Jung) y Song Ga Kyung, (Hye-Jin Jeon) directiva y jefa en Unicon y Hyun, en Barro.

Aunque la trama avanza por las decisiones de Ta Mi, directiva de 38 años alérgica al matrimonio, cuyas luchas laborales y dificultades sentimentales con el compositor de música para videojuegos Mo gun Park (Ki-jong Jang) ocupa más espacio. En ese sentido la serie comienza con el esquema *one-night stand* en la que la iniciativa es de la protagonista mujer, no teme presentarla como ser sexual. Park trata de revertir esa vivencia en una relación seria durante toda la ficción, en un ejercicio de reversión de roles acorde con el sentido progresivo de la ficción y con la masculinidad *soft* atribuida a los k-dramas, que habría evolucionado en una multidimensionalidad del *kkonminan* (de flor, kkot, y hombre atractivo, minam) del hallyu 1.0. al hunnam del hallyu 4.0. (amable, cálido y guapo) que Park representaría (Park y Lee, 2019, Posición 3894).

Ga Kyung Song fue casada con Jin Woo Oh (buen ejemplo del *kkotjungnyeon* o *kkonminan* de mediana edad) para salvar a sus padres de la quiebra. Ga Kyung es considerada como ‘perro’ a las órdenes de su suegra, Hee-Eung Jang (Ye-Soo Jung), viuda artista y violenta al frente del grupo KU, en constantes tratos corruptos con la presidencia de turno en el país. Ga Kyung ha recurrido a un ‘anfitrión’, Min-Gyoo Han, nombre de los acompañantes o prostitutos, revelando así su dimensión sexual. Además ejerce la violencia sobre Tami y una pariente irrespetuosa.

Hyun Cha /Scarlett (Da-Hee Lee), frustrada olímpica de judo y amiga de la infancia de Ga Kyung ambiciona ser rica pero también una luchadora admirable. Resuelve excesos de ira en negocios específicos para ello destrozando cabinas. Leal compañera, no duda en apalazar al responsable de poner a Ta Mi en el ranking de más buscada o destrozando el coche de Jin Woo Oh, responsable del encargo. Tiene además antecedentes penales por causar graves heridas al repeler a un acosador sexual en un ascensor, escena que recuperamos en flash-back.

La serie permite ver todos esos momentos de violencia femenina y sexualidad femenina, algo que solía ser muy raro en los k-dramas previos al hallyu 4.0. Scarlett está platónicamente enamorada del actor Ji Hwan Sul (Jae Wook Lee) al que conoce, promociona como mánager y convierte en pareja. Ese actor sale en una k-drama ficticio, del tipo hallyu 1.0. llamado ‘¿Qué pasó con mi suegra?’ que sigue la estructura de modernas historias de cenicientas, *Kongjwi* y *Patjwi* en Corea, donde la madre o abuela de la protagonista arroja algas sobre el cruel heredero *chaebol* que le rompe el corazón (Pambouc, 2019). Se incluye así en esta k-drama 4.0 una parodia de sus antecesores.

4.2.A. Competencia Pigmalión en *Search: WWW*

Podemos observar en *flash-back* la mentorización de Ga Kyung sobre Tami en el desarrollo de Unicon Korea. Tami ficha a Ah-yeon Oh (Ellie), siendo barista, por su inteligencia viva, observación y capacidad intuitiva para el análisis del marketing y podemos observar cómo 1) fortalece esas expectativas (Efecto Pigmalión) y activa en ella el Paradigma de Galatea. Luego, conforme Ellie es proactiva en ideas recibe 2) Reconocimiento sincero (afectivo) y periódico salario emocional.

De igual manera le ayuda a modelar conductas valiosas por atención, retención, reproducción y motivación incluso cuando tiene momentos bajos como después de

fracasar en fichar a su *webtoonist* preferido. Tami traslada a todos desde su rol de comunicadora la actitud de escucha, todos intervienen en la co-creación de estrategias y experimentan sentido de pertenencia, algo que revela también su lucha para que Álex, Jeong Choi (Ji-Ho Song) no abandone por la competencia.

Ta Mi Bae, convertida en Tami en Barro, recibe también muchas nociones de Pigmalión positivo del propio presidente Hong Joo Min, Brian, que ejerce de mentor de todos. Brian, CEO de Barro, le ofrece liderar un equipo especial para derrocar a Unicon que le lleva a encontrar en Hyun Cha /Scarlett primero una opositora y finalmente una aliada.

El Pigmalión Negativo o Golem lo constituiría la suegra de Ga Kyung, la Señora Hee- Eung Jang, que destroza la autoestima no sólo de su nuera sino de su propio hijo. Y que constituye un tropo narrativo de los k-dramas, 'the evil mother-in-law' (Park y Lee, 2019, Posición 475).

4.2.B. Liderazgo Personalista Integral (LPI) en Search: WWW

Las tres protagonistas están retratadas como profesionales y personas que negocian constantemente con su conciencia y valores frente a las situaciones comprometidas que su ejercicio profesional les va presentando.

Ga Kyung Song es quizás el personaje más problemático en las relaciones con las pares porque debe primero alcanzar la libertad con la disolución de su matrimonio que le permita comportarse como un ser moral alineado con la lealtad que sí demuestra a la empresa a la que ha contribuido tanto. Su apego hacia amistades y afectos es más ambiguo, oportunista incluso. Hyun Cha estaría en el otro extremo del espectro, libre de estructuras sociales y mentales con una fortaleza sin fisuras que demuestra en la generosidad desplegada en relaciones sean del signo que sea. Ta mi Bae vive en constante preocupación por la coherencia entre sus valores, preferencias de vida y relaciones, pero muestra cierta rigidez a la hora de asumir los cambios que su evolución vital le va demandando.

El Modelo LPI sigue el eje 1) corpóreo: Las tres protagonistas encarnan en su forma de andar, desplazarse y vestirse la fuerza de avance de la nueva mujer corporativa que este k-drama propone.

2) El eje intelectual (teórico – práctico, innovador): Las tres dominan la estructura del negocio, saben tomar decisiones de tipo práctico y estratégico. Logran además salidas inesperadas a situaciones delicadas. Saben anticipar nuevas soluciones de negocio.

3) El eje afectivo: este es más evidente en Tami, que vela por la promoción de todos los que tiene a cargo, anteponiendo su bienestar antes que en el suyo propio. En este aspecto recibe de las periódicas consultas a Brian muchos aprendizajes necesarios.

4) El eje de transcendencia: Tami consigue crear equipo porque todos ven en ella una líder capaz de hacerles llegar al primer puesto. El proyecto se entiende colectivo desde el inicio en que consigue llegar a un acuerdo para aplazar las reticencias de Hyun Cha. Todas las decisiones empresariales pasan por la lluvia de ideas, discusión y consenso previo del grupo. Todos acaban preocupados de la vida de los otros, creando un sentido de comunidad que les permite superar las crisis de la divulgación del engaño sentimental de Hyun Cha (donde se cumple el tropo narrativo recurrente de los k-dramas de consolarse comiendo *bibimbap*), la renuncia temporal de Brian, el riesgo de abandono de Alex y el hundimiento sentimental de Tami. Todos están motivados en su percepción de Tami como líder que busca su bien con capacidad, coherencia, compromiso y confiabilidad. Las tres áreas de intersubjetividad de proyecto común, dialogado y comunitario están cubiertas.

4.2.C. Ethica Cordis en Search: WWW

La serie arranca comprometiendo el primer principio: Principio de no instrumentalización/Principio de No-Maleficencia. Tami y Hyun Cha son los personajes más morales, ninguna admite ser peón ni cebo de otros. Ta Mi Bae es crítica con el poder excesivo de los motores de búsqueda. Hyun Cha ejercita todo su poder para inducir a los comunicadores de Barro a documentarse y tratar con respeto las notas de suicidio. Ga Kyung aprenderá a no dejarse utilizar por su suegra y padres, pero para ello deberá romper todo su mundo. Antes de eso, Ga Kyung Song fue instrumentalizada por su suegra para favorecer a un candidato presidencial y aceptó que fuera Ta mi Bae la que enfrentara las consecuencias en la comisión gubernamental. Tras usarla de chivo expiatorio la empresa se deshizo de ella. Tras robarle un artista promocional intentó difamarla, atribuyéndole la responsabilidad de su intento de suicidio con noticias falsas y manipulación de las palabras más frecuentes en el motor de búsqueda web.

En cuanto al segundo asistimos a un incremento de poder y libertad de agencia en todos los personajes de la serie, un aumento de su bienestar y participación, de su agencia de vida. En ocasiones el afán de poder, lucro y estima compromete estos principios. Ta mi Bae contem-

pla el suicidio (en un país con los ratios más altas de la OCDE) y Hal Min Gyoo lo intenta cuando comprende por Ga Kyung que no puede cambiar su reputación en internet. Ambos parten de un desequilibrio entre las necesidades primarias y sus pasiones.

3º. Principio de la justicia distributiva. Todos los roles femeninos de la serie, principales y secundarios, son mujeres fuertes, cultas y de gran personalidad que no temen defender lo que creen justo. Incluso aunque suponga bordear la ilegalidad como Hyun Cha y Jenny /Hong Yoo-Jin (Ha Seung-Ri), la hacker del equipo que da con el saboteador de palabras clave y cuyo primer ciberdelito por amor también recuperamos en flash-back, tropo común a los k-dramas.

4º. Principio dialógico, tener dialógicamente en cuenta a los afectados por las normas a la hora de tomar decisiones sobre ellas, en las empresas los stakeholders. Tanto Brian como Ta Mi Bae tienen en cuenta en primer lugar al lector-usuario del portal que les otorga la confianza de informarse a través de ese portal. Bae Ta Mi se va de Unicon, y su entrada en Barro se intercala con el repaso de la publicación de los cinco artículos del código de conducta creados con Ga Kyung ocho años antes. A saber:

“Art. 1. Un portal web debe ser muy progresivo y creativo. Nada puede violar el derecho de los usuarios a saber y su libertad de expresión.;

Art. 2. Un portal web no debe manipular u ocultar información. Debe proteger a sus usuarios de todo tipo de presiones, violaciones, restricciones y discriminaciones que intentan perjudicar sus derechos.

Art. 3. Un portal web no debe dejarse llevar por el interés privado. Debe permanecer independiente de la influencia interna y de influencias externas como la política, la economía y la sociedad. Y no debe intervenir en nada...Eso podría dañar su imparcialidad.

Art. 4. Un portal web debe gestionar, supervisar y ser responsable por todo lo que pasa en el sitio. Nunca se debe guardar silencio sobre ellos o tratar de evitarlos.

Art. 5. El poder de influencia de un portal web proviene de sus usuarios, y les influye a la vez. Nunca debe aspirar a obtener ningún beneficio injustificable y no debe ejercer ninguna influencia indebida.”

Este código de conducta abre en el capítulo dos un desarrollo de serie plagada de reflexiones en torno a la Responsabilidad Social Corporativa que servirá en el capítulo decimosexto de cierre que alinee de nuevo a las tres directivas y amigas.

5. Conclusiones

En estos k-dramas corporativos hemos podido observar una evolución genérica desde una serie televisiva contaminada de convenciones del *noir* asiático hacia un realismo melodramático centrado en el retrato del desarrollo profesional de las mujeres.

En ambos encontramos dos tropos comunes tanto a ellas como a otras series: la ruptura con el medio profesional de partida y con su interés sentimental necesaria para un ulterior desarrollo. Es el caso de otras series posteriores como *She would never know* (JTBC, 2021) sobre Yoon Song ah (Wong Jing-ah), una directiva de marketing cosmética que para avanzar profesionalmente elige irse a la sede parisina arriesgando y perdiendo, al menos temporalmente, su relación de pareja con Hyung-seung Cha (Rowon), hoobae y maknae (miembro más joven) de la empresa, del que ella había sido mentora (Sunbaenim). En *Now we're breaking up* (SBS TV, 2021), la diseñadora de modas Young-eun Ha (Hye-kyo Song) de la empresa The One, rechaza la validación masculina del presidente de la empresa que le ayudó a culminar estudios y del influyente modisto extranjero Olivier que quería explotar sus diseños. Además, rechaza acompañar a París a su pareja, el fotógrafo de modas 'J' (Ki yong Jang) para lanzar en Corea una nueva firma desde cero.

Pero además podemos observar cómo ejercen su función de mentoras (Sunbaenim) tanto de pares como de juniors, de ambos géneros, que reconocen en ellas líderes éticos que se comportan según el Modelo Competencia Pigmalión como Pigmalión positivo, que abarcan en sus cualidades humanas un Liderazgo Personalista Integral y además aspiran en sus contextos laborales a contribuir a una ética de la razón cordial por medio de las decisiones que meditan y toman teniendo en cuenta al grupo.

Aun siendo conscientes de la brecha entre las representaciones ficcionales nacionales y la realidad del país que las genera, percibimos positivamente el cambio operado en el retrato de la mujer empresaria surcoreana que no es ajeno al *Feminist reboot* experimentado desde 2016 y al incremento de mujeres en la industria hallyu, en concreto, al trabajo de las guionistas surcoreanas cuya estima y consideración va también en aumento.

Referencias

- Arriojas, C. (2019). Devorando el Hallyu: Desarrollo, hibridación y canibalismo latinoamericano. *Revista Mundo Asia Pacífico*, 8 (14), 45-59.
- Boman, B. (2022). Feminist themes in Hallyu 4.0 South Korean TV dramas as a reflection of a changing sociocultural landscape. *Asian Journal of Women's Studies*, DOI: 10.1080/12259276.2022.2127622
- Castro, R. (2020) *Modelo de Competencia Pigmalión para el Liderazgo*. Edición de Kindle.
- COM [Comisión de las Comunidades Europeas]. *Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. [Versión de 18 de julio de 2021] <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52001DC0366&from=ES>
- Cortina, A. (2009). *Ética de la razón cordial*. Educar la ciudadanía en el siglo XXI. Ediciones Nobel.
- Cho Han, H.J. (2000). 'You are entrapped in an imaginary well': the formation of subjectivity within compressed development. A feminist critique of modernity and Korean culture. *Inter-Asia Cultural Studies*. 1 (1); 46-69. DOI: <https://doi.org/10.1080/146493700360999>
- De la Sota, M.; Cabrera, M.L., E. Zaínos, E. (2022) Liderazgo Personalista Integral. Un modelo para el liderazgo en las organizaciones. *Empresa y Humanismo*; XXV (2); 43-73. DOI: <https://doi.org/10.15581/015.XXV.2.43-73>
- Finchung-Sung, H.V. (2009) Image Is Everything: Re-imaging Traditional Music in the Era of the Korean Wave. *Southeast Review of Asian Studies*; 31; 39-55.
- Guarné, B. (2020). El impacto del audiovisual japonés y surcoreano en España: circulación, recepción e influencia. *L'Atalante. Revista de Estudios cinematográficos*, 29, 7-22.
- Holliday, R.; Cheung, O. Cho, J.H.; Bell, D. (2017). Trading faces: The 'Korean Look' and medical nationalism in South Korean cosmetic surgery tourism. *Asia Pacific Viewpoint*; 58 (2); 190-202.
- Howson, R., Yecies, B. (2015) Korean Cinema's Female Writers-Directors and the Hegemony of Men. *Gender, rovné příležitosti, výzkum*; 16 (1); 14-22. DOI: <http://dx.doi.org/10.13060/12130028.2015.16.1.167>
- Jin, D. Y. (2019b). Snack Culture's Dream of Big-Screen Culture: Korean Webtoons' Transmedia Storytelling. *International Journal of Communication*, 13, 2094-2115. Recuperado de <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/10004/2647>
- Ju, H. (2018) The Korean Wave and Korean Dramas. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*, 1-28. DOI: 10.1093/acrefore/9780190228613.013.715
- Ju, H. (2020). Korean TV drama viewership on Netflix: Transcultural affection, romance and identities. *Journal of International and Intercultural Communication*; 13 (1); 32-48.
- Jung, K. (2003) Practicing Feminism in South Korea: The Issue of Sexual Violence and the Women's Movement. *Hecate, Interdisciplinary journal of women's liberation*; 29 (2); 261-284.
- Kim, S. (2005). Popular Feminism and the Hegemonic Practice of Mass Media: A study of two South Korean TV dramas, Lovers and The Woman Next Door. Conference Papers — International Communication Association. 2005 Annual Meeting, New York, NY, 1-31. 31p. Base de datos: Communication Source.
- Kim, J. (2019). Korean Popular Cinema and Television in the Twenty-first Century. Parallax Views on National/transnational disjunctures. *Journal of Popular film & television*, 47, 1, 2-8.
- Kim-Hogarth, H. K. (2010). *Globalization and Women's Property Rights in South Korea*. Koninklijke Brill NV. DOI: 10.1163/156914910X487960
- KoreaExposé (2018, 11 de mayo). Documentary: *FEMINISM REBOOT* (English, Spanish, French and German sub). [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=2EMRjzDMXdg>
- Lee, J.L. (2019, 10 de julio). [REVIEW] Drama breaks the tradition and puts women at the center: In 'Search: WWW,' the ladies take the lead, without making sacrifices. *KoreaJoongAngDaily*. <https://koreajoongangdaily.joins.com/news/article/article.aspx?aid=3065374&ccloc=joongangdaily>
- Lew, K. (2018, 14 de noviembre). Im So Jung talks to star upcoming tvN drama. Soompi. <https://www.soompi.com/article/1262839wpp/im-soo-jung-talks-star-upcoming-tvn-drama>
- López-Rocha, N. (2015). El rol del Hallyu como cultura pop en la creación y la difusión de la imagen de la mujer coreana contemporánea. Portes. *Revista Mexicana de Estudios sobre La Cuenca del Pacífico*. III; 9 (18); 171-195.
- Miroudot, S. (2019). Hallyuwood. Korea's Comparative Advantage in the Global Motion Picture Industry. *Kritika Kultura*; 32; 54-78.
- Nicolas, F., Thomsen, S.; Bang, M. (2013), "Lessons from Investment Policy Reform in Korea", OECD Working Papers on International Investment, 2013/02, *OECD Publishing*. <http://dx.doi.org/10.1787/5k4376zqcpf1-en>

- Park, J.Y; Lee, A.G. (Ed.) (2019). *The Rise of K-Dramas*. McFarland & Company, Inc., Publishers. Edición de Kindle.
- Ryzhkov, A; López-Rocha, N. (2017). Hallyu y su percepción por los jóvenes coreanos en el contexto de la marca país coreana. *Revista Mundo Asia Pacífico*; 6-26. doi: 10.17230/map.doi.v6.i11.01
- Schulze, M. (2013) Korea vs. k-dramaland: the culturalization of k-dramas by international fans. *Acta Koreana*; 16 (2); 367-397.
- Seo J.E (2012; 30 de enero). Gov't task force to promote 'K-culture'. *KoreaJoongAng Daily*. <https://koreajoongangdaily.joins.com/news/article/article.aspx?aid=2947654>
- Tangalycheva, R. (2019). Female issues in korean art-house cinema; 25-31. th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences & Arts SGEM 2019. <https://doi.org/10.5593/sgemsocial2019V/6.1>
- Teo, S. (2014) Darker than dark: Film Noir in its asian contexts. En Pettey, H.B. y Barton, R. (Eds). *International Noir*. Edinburgh University Press, 136-154.
- Tuleconghoa (2022, 9 de octubre). 5 best screenwriters who penned the most popular Korean dramas. *BIZoom*. <https://kbizoom.com/5-best-screenwriters-who-penned-the-most-popular-korean-dramas/>

¹ Un estadio parcial y menos desarrollado de este trabajo se presentó bajo el título *Luces Nocturnas, Vida Incompleta, Stranger y Life: mentorización y reescritura en negro de otros géneros en la ficción corporativa surcoreana* en el XVI(I) Congreso de novela y cine negro: (re) escrituras en negro, celebrado entre el 18 y 21 de mayo en la Universidad de Salamanca, España.