


ANÁLISIS DE LA IDENTIDAD VISUAL DEL GRUPO COREANO



HIPÓTESIS

¿Es la identidad visual tan importante en la industria musical de Corea del Sur?

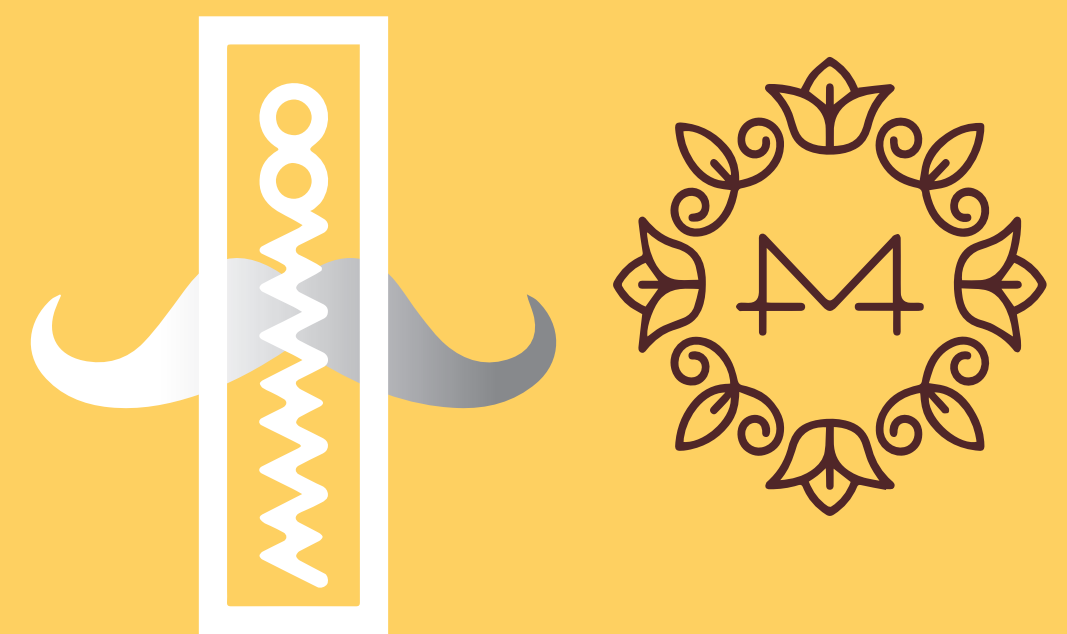
OBJETIVOS

- Conocer cómo funciona el marketing en el kpop (música coreana).
 - Observar la identidad visual de un grupo coreano.
 - Analizar la evolución de la identidad visual del grupo MAMAMOO.
-  Comprobar si la evolución de su estilo visual influye en su música y su público.

METODOLOGÍA

- ☉ Definir y analizar la identidad visual para, posteriormente, aplicarlo a los grupos musicales.
- ☉ Explicar qué es el kpop.
- ☉ Realizar un recorrido por los orígenes de los *girl group* y las *boy bands* en occidente.
- ☉ Aplicarlo a Corea del Sur y definir las particularidades de la industria nacional.
- ☉ Analizar la identidad visual del *girl group* coreano MAMAMOO a través de su primer (*Hello*, 2014) y su último disco (*Yellow Flower*, 2018).

ANÁLISIS



CONCLUSIONES

- ☉ Las estrategias de marketing son más numerosas y eficaces que las occidentales.
- ☉ La identidad visual en el kpop contempla muchos elementos determinantes para su éxito.
- ☉ MAMAMOO evoluciona a pasos agigantados comparado con otros grupos.
- ☉ Identidad visual y música van de la mano y se nutren, así como su público evoluciona con ésta.