

## Letras

### Tendencias

# 'Healing fiction', la literatura curativa asiática que arrasa en Occidente

A raíz de la covid, ha penetrado en las listas de éxitos de Europa y EEUU impulsada por las recomendaciones en TikTok e Instagram



Netflix quiere convertir esta película en una de sus sagas mayores en el futuro de la plataforma. FOTO: NETFLIX

### El significado ¿Qué es el género K-Pop?

El K-Pop se trata de la música popular urbana autóctona de Corea del Sur (su nombre es una abreviatura de Korean Popular Music). Sin embargo, su origen no proviene de la música tradicional coreana, sino que bebe de influencias internacionales como la música electrónica y urbana de raíces norteamericanas.

La oferta musical del K-Pop es sumamente diversa, ya que bebe de numerosas influencias internacionales, abarca distin-

tos géneros como pop, soul, hip hop, rock, R&B y drum'n'bass. La primera generación de k-pop tiene lugar entre comienzos de los años 2000, y de ésta destacan bandas como Seo Taiji & Boys, SHINHWA o BoA.

En España en España, la música coreana ha logrado grandes éxitos: BLACKPINK agotó 18.000 localidades en su concierto en el Palau Sant Jordi en 2022 y 33.000 personas asistieron al festival KPOP LUX en Madrid hace dos años. Su calado es indiscutible.

ra no se han revelado más detalles.

La cinta la han dirigido dos clásicos de la industria de la animación, Chris Appelhans y Aggie Kang. El proyecto provoca una fácil relación con el fenómeno fan, que rápidamente se ha identificado con los personajes. Las actrices Arden Cho, May Hong y Ji-young Yoo dan voz a Rumi, Mira y Zoey.

Varios productores de la industria musical se han comprometido con la banda sonora completa de la película, que conserva una vigencia extraordinaria en las plataformas. Han alimentado un proyecto que mezcla cine, música y cultura pop.

### La rumorología

El fervor que provoca la película ha alimentado la rumorología. Hasta el punto que Netflix quiere convertir a Las Guerreras K-Pop en una saga de primer orden, con proyectos que irían desde un live-action hasta un musical de Broadway que llevaría a los escenarios los grandes temas de las HUNTR/X y los Saja Boys. Por ahora, todo se encuentra en fase de gestación, aunque el impacto que ha generado el producto ha derribado cualquier tipo de expectativa optimista. Ha nacido un fenómeno que parece irreplicable por calado y por su capacidad de ingresos.

MAGDALENA TSANIS  
MADRID

Lleva una década triunfando en Japón y Corea pero en los últimos años, y especialmente a raíz de la pandemia de covid, la llamada *healing fiction* (literatura curativa) ha penetrado en las listas de éxitos de venta de Europa y Estados Unidos, impulsada por las recomendaciones en redes sociales como TikTok e Instagram.

La pandemia supuso un punto de inflexión para muchos lectores en la búsqueda de reconexión emocional, cuidado y consuelo y en cuanto se reanudaron las ferias internacionales las editoriales detectaron un aumento del interés por la literatura asiática. *Antes de que se enfríe el café* de Toshikazu Kawaguchi, publicada en 2015 en Japón –a España llegó en 2021 de la mano de Plaza & Janés– fue uno de los primeros éxitos que marcó el camino a este tipo de historias, emotivas y cotidianas, que buscan dotar de sentido a la vida. Son novelas con características muy definidas: suceden en espacios cotidianos acotados, como lavanderías, tiendas de comestibles, cafeterías o librerías, donde a menudo convergen tradición y modernidad y por los que transitan unos personajes

que lidian con problemas emocionales y viven experiencias transformadoras.

«Aunque parecen historias sencillas, en realidad tocan temas importantes como la soledad, la pérdida, la culpa y la amistad», señala Elena Ramírez, directora editorial de Ficción Internacional en Planeta.

La autora coreana Kim Jiyun visitará España este mes para presentar *El misterio de la lavandería de Yeonnam-dong* (Planeta), una novela inicialmente autopu-

### Novelas ambientadas en lavanderías, tiendas de comestibles, librerías o cafeterías

blicada que triunfó por el boca oreja y dio el salto a una gran editorial en Corea, donde lleva 18 reediciones y hasta tiene una adaptación musical.

Ambientada en una lavandería tradicional en un barrio de moda en Seúl, entre luces cálidas y un reconfortante aroma a café y ropa recién lavada, la trama arranca cuando un cliente olvidado allí un diario y sus páginas empiezan a llenarse de confesio-

nes, miedos y sueños anónimos. Según explica la autora, la clave de esta historia es la empatía que genera. «Las preocupaciones que escriben estas personas en el diario son relatos con los que cualquiera puede identificarse», asegura, y el diario permite poner el foco en «lo que significa estar conectados».

Otros éxitos recientes son *Tè receto un gato* (Planeta, 2025) de Syou Ishida –los gatos suelen tener especial protagonismo–, o *La asombrosa tienda de la Señora Yeom*, de Kim Ho-Yeon (Duomo), con más de un millón de copias vendidas en su país y traducida a 23 idiomas, sobre un excirujano alcohólico y sin hogar, rescatado por la cándida señora Yeom como dependiente de su tienda. También *La papelería Tsubaki* (Navona, 2024), de Ito Ogawa, *Mis días en la librería Morisaki* (Plata, 2023), de Satoshi Yagisawa, o *Bienvenido a la librería de Hyunam-Dong*, de Hwang Bo (Espasa). Estas lecturas reflejan un interés creciente por la cultura coreana y japonesa, cada vez más presente en el panorama global a través del K-drama, el K-pop, el manga o el anime, y en el caso de la literatura coreana, apuntado por el Nobel a Han Kang el año pasado.



Kim Ho-Yeon es autor de 'La asombrosa tienda de la Señora Yeom'. FOTO: CEDIDA/DUOMO EDICIONES

### EL IMPACTO

# 236

millones de visualizaciones

● El impacto de 'Las Guerreras del K-Pop' ha sido extraordinario. Desde su estreno, acumula 236 millones de visualizaciones.

que el negocio para Sony no ha resultado rentable.

Durante el verano, la película de animación se ha mantenido entre los títulos más vistos en Netflix. Solo en la semana del 18 al 24 de agosto, acumuló 25,4 millones de visualizaciones, sumó un total de 236 millones desde su estreno el 20 de junio. Gracias a estas cifras, ha superado a *Alerta roja* (2021), el thriller protagonizado por Gal Gadot, Ryan Reynolds y Dwayne Johnson, en el ranking de los contenidos más vistos.

Netflix aspira a que *Las Guerreras K-Pop* derive en su propia *Frozen*, y para ello ya ha puesto en marcha dos secuelas, un cortometraje y una adaptación teatral en formato musical. Oficialmente, Netflix y Sony confirmaron que han comenzado las negociaciones para una segunda entrega, aunque por aho-