

ARTE & CULTURA / CHILE / PORTADA

Del K-pop al trap: cómo la cultura fan se convirtió en fuerza social

El Ciudadano · 13 de noviembre de 2025

De Taylor Swift a BTS y Sabrina Carpenter, los fandoms ya no son solo grupos de fans. En Chile y el mundo, las comunidades juveniles están transformando la admiración por sus ídolos en campañas solidarias, causas sociales y movimientos digitales.



Lo que antes era simple pasión musical, hoy se convierte en organización. Jóvenes que recaudan fondos, promueven causas feministas y ambientales o se movilizan por la justicia social desde sus propias redes. El fenómeno —que abarca desde los *Swifties* hasta los fans del K-pop— refleja una nueva forma de activismo juvenil, donde la cultura pop se cruza con la política.

Un ejemplo reciente ocurrió en Estados Unidos, cuando tras la retirada de Joe Biden de la carrera presidencial, un grupo de seguidoras de Taylor Swift se organizó para apoyar la candidatura de Kamala Harris. Lo que comenzó con un tuit espontáneo de la joven Esmeralda Medrano dio origen a **Swifties for Kamala**, un movimiento digital que replicó las estrategias del fandom para difundir mensajes políticos, coordinar campañas y fomentar la participación electoral entre jóvenes.

La influencia de las *Swifties* también se extendió a América Latina. En Argentina, durante las elecciones presidenciales, publicaron un comunicado titulado “*Swifties contra La Libertad Avanza*”, donde llamaban a “estar del lado correcto de la historia” y comparaban a Javier Milei con Donald Trump, recordando la postura crítica de Swift frente al presidente estadounidense.

En el mismo contexto, el **ARMY** —la comunidad global de fans de BTS— salió al paso de los dichos xenófobos de la entonces candidata a vicepresidenta Victoria Villarruel, reafirmando su rechazo al discurso de odio y su compromiso con los valores de respeto e inclusión.

El activismo del ARMY no es nuevo. Este fandom se ha destacado por sus campañas sociales y ambientales en todo el mundo: desde donaciones a víctimas de desastres naturales y programas educativos, hasta su apoyo a la campaña **Love Myself** de UNICEF contra la violencia infantil. En 2020, incluso recaudaron más de un millón de dólares para el movimiento **Black Lives Matter**.

De la pantalla al barrio: cómo los fandoms transforman la movilización juvenil

En América Latina, la fuerza digital de los fandoms se hizo sentir también durante las protestas sociales de 2020 y 2021 en países como Chile, Colombia y Perú. Los fans del K-pop convirtieron sus redes en espacios de activismo, utilizando tácticas de “limpieza de hashtags” —inundando etiquetas conservadoras con videos y memes de sus ídolos— para neutralizar discursos de odio y visibilizar las demandas sociales.

Estas acciones sorprendieron a los gobiernos, que incluso llegaron a tildarlas erróneamente de “ciberterrorismo”. Pero más allá de esa reacción, lo ocurrido mostró cómo los fandoms representan una nueva forma de participación ciudadana: un activismo digital que combina creatividad, coordinación y pasión por la música.

En Chile, la música siempre ha sido una herramienta de resistencia y expresión social. Desde la voz de **Víctor Jara** hasta las letras críticas de **Los Prisioneros**, el sonido chileno ha acompañado las luchas populares y las transformaciones del país.

En los últimos años, esa tradición se ha renovado en un nuevo contexto marcado por profundas demandas sociales, como el **movimiento feminista** y el **estallido social de 2019**, donde la música volvió a ocupar un papel central como vehículo de protesta, identidad y comunidad. Es bajo este contexto donde cantantes como Pablo Chill-E han marcado la diferencia.

Nacido en San Bernardo en 1999, Chill-E irrumpió en el trap chileno con un mensaje ligado a la realidad popular. Durante el estallido, usó sus redes para apoyar las protestas, denunciar abusos y organizar ayuda para heridos, inspirando

a muchos jóvenes a movilizarse. De ese vínculo nació la **Coordinadora ShiShigang**, un colectivo formado en gran parte por jóvenes de sectores populares, fans del artista que transformaron su admiración en acción social.

La ShiShigang no solo organizó **ollas comunes y campañas solidarias**, sino que también realizó actividades culturales y deportivas. En momentos de crisis, como los **incendios de Viña y Valparaíso**, Chill-E convocó **tocatas solidarias** donde asistieron cientos de personas para donar alimentos y recursos, demostrando el poder de su comunidad como red de ayuda y movilización juvenil.

Más que un fandom musical, la ShiShigang se consolidó como un **movimiento social juvenil**, capaz de pasar del apoyo en redes a la acción en los territorios. Al igual que los fandoms globales como los **Swifties** o el **ARMY de BTS**, sus seguidores funcionan como una masa organizada que canaliza su energía en causas colectivas. En el caso chileno, ese tránsito “del fan al activista” toma forma en las poblaciones y barrios: del escenario a la calle, de la música a la comunidad.

Fuente: [El Ciudadano](#)