



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**La estrategia surcoreana hacia el smart power,  
por medio de su diplomacia cultural**

**TESIS**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
Licenciada en Relaciones Internacionales**

**PRESENTA:  
Yazmín Berenice Alarcón Flores**

**TUTOR-DIRECTOR DE TESIS  
Mtro. Oscar Javier Medina Xochihua**



Ciudad Universitaria, CD. MX.

2021



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A todas aquellas personas  
con las que me he vinculado  
intelectual y emocionalmente.

Principalmente a mi mamá, papá, hermana  
y a mis abuelos maternos

## AGRADECIMIENTOS

En el transcurso de mi vida personal, académica y profesional he tenido la increíble oportunidad de conocer innumerables e interesantes personas de quienes he aprendido mucho y a quienes les agradezco sus comentarios, opiniones y enfoques, que me han permitido nutrirme intelectual y emocionalmente para continuar este proceso de maduración de la persona que soy, pero también de lo que aspiro a ser y hacer, en los diversos planos, físico, emocional, mental y espiritual.

Éstas situaciones no fueron coincidencia, es por eso que primero que nada, en el plano espiritual, agradezco a Dios por ser mi guía, mi orientador, mi mayor mentor y maestro, por nunca dejarme sola, por ayudarme a sortear los obstáculos y dificultades, de las que salgo con su apoyo fortalecida y con una lección aprendida, por estar ahí siempre, a cada instante y de forma permanente y absoluta, por todo lo que coloca como indicación en mi camino de forma tan sabia, pero sobre todo por las más increíbles y maravillosas manifestaciones y lecciones. ¡Gracias!

Mis papás y mi hermana, se volvieron mis maestros ya que les he aprendido muchísimo, los admiro y los tengo en alto valor y estima, mi familia siempre será lo más importante. Gracias de todo corazón y de forma infinita a mi mamá, que es el faro de iluminación en mi vida y de toda la familia, por enseñarme lo que es el amor incondicional con su ejemplo, sin ella no habría podido ser lo que soy hoy y justo por eso es quien más gracias se merece, por el esfuerzo, dedicación y compromiso que brinda es ejemplar, por eso es tan admirada, amada, por todos aquellos que la conocen, sin duda es un excelente ejemplo de persona, además de mamá, profesionalista, hija, hermana y tía. Gracias a mi papá quien me apoyó y guió, sobre todo en los momentos más complejos, me dio la fuerza que necesitaba para salir adelante, como dicen, “en los momentos más difíciles conoces de lo que están hechas las personas” y sin duda es un ejemplo para mí y agradezco que sea mi papá y poder aprender de él y continuar aprendiéndole, por fomentar nuestra creatividad y talentos. Gracias a los dos por siempre apoyarnos a mi hermana y a mí, en nuestros más grandes sueños, los amo. Gracias a mi fabulosa hermana, la más creativa, la más artística, la que siempre me impulsa a ir por más, a enfrentar

miedos y dudas, a salir adelante, a no dejarme vencer, a bromear y a reírme de la vida y de las circunstancias, avanzando con paso firme pero seguro, con todas sus acertadas y divertidas ocurrencias. Gracias a los tres por sus consejos y apoyo incondicionales, la realización y culminación de este trabajo, es en parte gracias a ustedes. Gracias Pelusita por formar parte de nuestras vidas, eres mi cómplice desde hace 17 años y es maravilloso tener a un ser como tú que siempre brinda apoyo y amor incondicional, mi pequeña maltés toy, gracias, ¡te adoro! A mis abuelitos maternos, que, aunque desafortunadamente ya no están presentes de forma física, siempre los recordaremos con mucho cariño y aprecio, por haberlos conocido, por todo su amor, apoyo, guía y cariño inolvidables que perdurarán, ya que mientras hablemos de ustedes y los recordemos, nunca se habrán ido, como en su momento escribió Eduardo Galeano, “Uno sobrevive en los demás: En la memoria y los actos de los demás”. Abuelita: *Engel fliegen einsam*. Gracias a todos ustedes que me enseñaron la importancia del ser antes del tener y/o hacer.

Gracias a la Universidad Nacional Autónoma de México, que me ha permitido desarrollarme como alumna y profesional de diversas formas, debido a que considero que el aprendizaje es de las cuestiones más importantes, pero sobre todo a mi querida Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, que gracias a ella, conocí a diversos compañeros y compañeras, personal académico y administrativo que han sido increíbles con sus reflexiones, consejos, asesorías, experiencia y guía durante mi formación universitaria, que me brindaron inspiración con su conocimiento y sabiduría, así como las herramientas sobre la realidad intelectual y material de mi país, que además me permitió amar de manera profunda e indudable a México, debido a la pasión que dedicaron e instruyeron en sus clases, jamás las olvidaré porque han sentado las bases de la importancia de la educación, la cultura y los diversos enfoques que como internacionalista es preciso aplicar, a propósito de encontrar mentes abiertas y dinámicas que sean flexibles y con potencial, con la correcta actitud y disciplina que se requiere para planear y ejecutar acciones para que las cosas sucedan.

Gracias al Mtro. Oscar Javier Medina Xochihua, por su apoyo como asesor, quien desde el principio que le comenté acerca del proyecto de titulación sobre Corea del Sur, ha sido una inagotable fuente de ideas, amabilidad y compromiso, pero sobre todo gracias por la paciencia ante los cambios y actualizaciones que consideré que el proyecto requería. Espero con este trabajo de alguna forma retribuir a su apoyo y confianza que me ha brindado en el desarrollo de mis inquietudes académicas. Sería increíble que este trabajo de investigación sea el primero de muchos más trabajos intelectuales en conjunto. ¡Gracias!

Gracias a la Mtra. Leticia Arroyo, coordinadora de la carrera de Relaciones Internacionales, por su profesionalismo para la resolución y apoyo en las dudas e inquietudes académicas, por siempre estar presente. ¡Gracias!

Gracias al Dr. Andrii Ryzhkov, como a la Dra. Nayelli López, por su información, guía y orientación sobre Corea del Sur, han sido un tremendo apoyo sobre las temáticas de este trabajo como son: el *hallyu*, la cultura pop coreana, la sociedad coreana, etcétera, por lo que fueron parte fundamental en la conclusión de mi tesis, ya que tratan temas que permiten entender la dinámica actual en dicho país.

¡Gracias Rt (T. L., R. Z. K., C. D. S., C. F. L., P. L. O. R.)!, ¡Gracias B.E.P., B.P.!

Gracias especiales a SHINee (샤이니), pertenecientes a la segunda generación de idols del K-pop, quienes realmente me hicieron interesarme por este nuevo género musical, considero que es el mejor grupo dentro de esta categoría, debido a que van más allá de los límites de lo establecido, mostrando la versatilidad y capacidad vocal que tiene cada uno y que en conjunto crean una armonía maravillosa.

Lee Jin Ki, Kim Jong Hyun†, Kim Ki Bum, Choi Min Ho y Lee Tae Min, quienes conforman a SHINee, han demostrado sus capacidades y talentos como artistas e intérpretes en un sentido completo permitiendo sentir diversas emociones que transmiten con su música, en cada presentación y conciertos, particularmente en vivo, demostrando el potencial que tienen sobre todo en cuestión vocal, denominados popularmente como *CDNee* (1 shot, 1 kill), debido a que suenan mejor en vivo que en la versión de estudio de cada uno de sus discos.

Como algunos críticos de música mencionan, SHINee, cambió los paradigmas sobre la música de ídolos, debido a que han tenido la oportunidad de participar en diferentes aspectos de la creación musical, desde su debut, con libertad para mostrar diferentes estilos, experimentando constantemente, marcando tendencias, con complejas y geniales coreografías, provocando que cada canción tenga una vibra diferente, pero particular y muy al estilo SHINee en cada álbum, con icónicas presentaciones en vivo y poseen una frescura como si fueran “rookies” (principiantes), pero es un grupo con más de 13 años en la industria.

Todo lo que hacen a nivel grupal como en solitario, pareciera que no se esfuerzan, que se les da de forma natural, pero la realidad es que en una industria que cada vez más competitiva, el talento, dedicación, constancia, esfuerzo y práctica de cada uno de ellos, se demuestra en cada participación y actuación que tienen, por supuesto, el mérito es de ellos por lo duro que trabajan y se esfuerzan para continuar ofreciendo calidad y novedad en cada comeback, brindando así también inspiración continua a través de su música (no sólo al público en general sino a nuevos grupos y artistas, dentro y fuera de este género). **SHINee is FIVE**. Como *shawol* y *MVP*, estoy muy orgullosa de ellos, fueron hechos para brillar y siempre será así, sigan iluminando mi camino. ¡Gracias!

**네가 남겨둔 말 (Our Page) - SHINee**

**The Story of Light EP. 3**

느껴지니 이어져 있어  
 보이지 않는 실 같은 투명한 마음이  
 말을 걸어 다짐해 저 하늘에  
 그 어떤 힘든 길이라도 계속 갈게  
 함께 걸어온 길 위에 다시 서보면  
 다섯 겹 포개진 손과 눈물과 기억  
 너무 또렷해 잊고 싶지 않아  
 잊을 수 없어  
 네가 남겨둔 예쁜 말들은  
 한 편의 시가 되어 노래가 되고  
 목소리 날아 나 있는 곳에  
 달을 거란 걸 우린 알잖아 (...)

**Nuestra Página - SHINee**

**The Story of Light EP. 3**

¿Puedes sentirlo? Está conectado  
 Un corazón transparente como un hilo invisible  
 Dímelo, al cielo le prometeré  
 No importan los obstáculos, seguiré adelante  
 Cuando veo atrás el camino que seguíamos  
 Cinco manos juntas, lágrimas y recuerdos  
 Es tan claro, que no quiero olvidarlo  
 No puedo olvidarlo  
 Las bonitas palabras que dejaste atrás  
 Se convierten en un poema, en una canción  
 Nuestras voces se unirán y llegarán allá  
 Donde tú estás, sabemos que lo harán (...)

## ÍNDICE

Introducción	9
Capítulo 1: Marco Conceptual	23
1.1 Cultura	23
1.1.2 Cultura tecnológica	25
1.2 Diplomacia	26
1.2.1 Diplomacia pública	27
1.2.2 Diplomacia cultural	28
1.2.2.1 Objetivos y actividades de la diplomacia cultural	31
1.3 Geopolítica	32
1.4 Globalización	34
1.5 Poder Inteligente (“ <i>smart power</i> ”)	35
1.6 Política Exterior	37
Capítulo 2: Generalidades sobre la República de Corea (대한민국)	39
2.1 Breve Historia de Corea	39
2.1.1 Historia de Corea (pre división)	40
2.1.2 Historia de Corea del Sur (post división)	44
2.2 Ubicación geográfica y superficie	49
2.3 Concepciones sociales y religiosas	50
2.3.1 Concepciones sociales	51
2.3.2 Concepciones religiosas	57
2.4 Composición étnica	58
Capítulo 3: La transición hacia el smart power, por medio de su diplomacia cultural	60
3.1 Diplomacia cultural surcoreana y su transición al <i>smart power</i>	60
3.1.1 Hallyu	66
3.1.1.1 Hallyu 1.0	68
3.1.1.2 Hallyu 2.0	68
3.1.1.3 Hallyu 3.0	69



3.1.1.4 Hallyu 4.0	69
3.1.2 Impulsores del Hallyu: Gobierno surcoreano y los chaebols	70
3.1.2.1 Gobierno surcoreano	70
3.1.2.2 Los chaebols	74
3.1.3 Los productos culturales más importantes de Corea del Sur: K-drama y el K-pop	76
3.1.3.1 K-drama	76
3.1.3.2 K-pop	78
3.1.3.2.1 Agencias de entretenimiento	85
3.1.3.2.1.1 Lee Soo Man, el surgimiento del K-pop y el establecimiento de la SM Entertainment	86
3.1.3.2.1.2 Cultura tecnológica	89
3.1.3.2.1.3 La estrategia desarrollada y adaptada: La nueva cultura tecnológica (NCT)	93
3.1.3.2.1.4 Proyectos futuros	96
Capítulo 4: Estudio de Caso: Programa Reporteros Honorarios de Korea.net (KOCIS)	101
Conclusiones	117
Anexo	142
Glosario	143
Referencias Bibliográficas	146

## Introducción

“Somos, así, los libros que hemos leído. O somos, de lo contrario, el vacío que la ausencia de libros ha dejado en nuestras vidas”.

Tomás Eloy Martínez

Leer es para la mente lo que el ejercicio es para el cuerpo y rezar es para el alma.  
Nos convertimos en los libros que leemos.

Matthew Kelly

Este proyecto de investigación está dividido en cuatro capítulos y conclusiones finales.

Para el desarrollo de esta investigación han sido fundamentales diferentes métodos de obtención de información, particularmente el uso de fuentes relacionadas a Corea del Sur, así como la presentación de un “Estudio de Caso” sobre el programa que organiza el gobierno surcoreano, principalmente para extranjeros, quienes difunden el fenómeno cultural en otros países, desde sus propias perspectivas como reporteros honorarios.

Como viene indicado en el índice, al final del trabajo, se incluye un glosario de aquellos conceptos que considero son importantes para comprender de mejor manera los planteamientos que se desarrollaron en este proceso de investigación.

En esta tesis, se inicia presentando el capítulo “Marco conceptual” en el que, de manera breve, se revisan y engloban diversos conceptos para entender de manera general la política exterior de un país, así como los elementos y factores que determinan su inserción actual en el mundo moderno. De esa forma, se espera facilitar el conocimiento de cómo el Estado surcoreano está actuando conforme al marco jurídico internacional aplicable a este caso.

Estos conceptos se estarán mencionando constantemente en este trabajo, por lo cual son indispensables dentro de este recorrido, que va desde lo general a lo particular, asimismo, muchos de estos conceptos se encuentran intrínsecamente vinculados y son parte del estudio de las relaciones internacionales actuales.

En el desarrollo del segundo capítulo se muestran las Generalidades de la República de Corea” (대한민국), que consisten en explicar el origen, los procesos históricos, geográficos, sociales, religiosos, etcétera, es decir, la evolución actual de Corea del Sur y su apertura internacional como economía globalizada, las relaciones intercoreanas, entre otros aspectos, que han sido determinantes en la diplomacia cultural surcoreana. Debido a lo anteriormente mencionado, se entiende que la historia coreana es amplísima, pero para los fines de este trabajo, se resumirá lo mayormente posible la parte histórica, mencionando los periodos más relevantes y características más importantes que nos permitirán entender sus diferentes procesos al insertarse dentro de una economía globalizada y también conocer los desafíos y retos actuales que presentan dentro de una sociedad tan distinta a la mostrada con el aparente éxito del “hallyu”, lo que en un futuro podría ser determinante en su diplomacia cultural.

En el tercer capítulo “La transición hacia el smart power, por medio de su diplomacia cultural”, se hace una revisión a este proceso dirigido hacia el smart power, por medio del “hallyu”, con lo que se mencionan las políticas establecidas en el país con el modelo de desarrollo surcoreano y sus evidentes cambios estructurales que originaron el imperio multimedia actual, basado en diversos productos culturales coreanos que son los que crean la influencia cultural, desde el contenido lingüístico, la música, costumbres y tradiciones, vistas desde la parte cultural y usadas como marca para promover medios tangibles como intangibles en otros países, promocionados y difundidos por diversos medios, algunos de ellos por las redes socio-digitales y diversas plataformas que apoyaron la trascendencia de lo local y nacional a lo internacional, logrando influenciar a grupos de personas con ciertas preferencias de consumo en otros países.

A lo largo de este capítulo, se hace hincapié en cómo Corea del Sur ha basado gran parte de su desarrollo en la tecnología, dependiendo y relacionándose con las diversas estructuras culturales de todo el mundo, contribuyendo con el desarrollo económico de los países, sobre todo quienes de forma privilegiada han tenido acceso a los medios para el aprendizaje de las técnicas y la inversión tecnológica para el bienestar de los países.

Como es sabido por todos, la tecnología es también una parte de la cultura en toda nación formando un binomio de gran potencial, y en Corea del Sur no sólo se le ha permitido acceder a nuevas formas de comunicación, sino que a través de éstas se ha podido generar un mayor interés y conectividad con el resto del mundo.

Ese binomio ha aumentado el nivel de influencia de otras culturas a distintos niveles, tanto regional como nacional, todo ello llevó implícitamente revoluciones industriales facilitando una revolución cultural sudcoreana a través del movimiento “hallyu”, tal y como se presenta con más detalle en el apartado 3.1.1 del presente trabajo.

En ese mismo apartado, se podrá observar cómo Corea del Sur utiliza la diplomacia cultural aunado al *smart power* por medio del “hallyu” para promocionar su imagen a nivel mundial con objeto de mantener y aumentar su poder e influencia frente a otros países. Se demostrará que gracias a ese amplio movimiento también difunden otras cuestiones como su estilo de vida, valores políticos y culturales, etcétera.

En este mismo capítulo, se pretende mostrar cómo se ha incrementado una exitosa política de difusión cultural que Corea del Sur se propuso realizar a partir de la década de los años 90, con resultados asombrosos en alianzas interculturales, cooperación internacional (fortaleciendo vínculos diplomáticos con otros países, entre ellos México) y que, a su vez, ha generado un incremento del comercio en general, así como en la bonanza del turismo tradicional y médico, entre otros campos y en coordinación con diversas empresas del mismo país, para promover e incentivar en el exterior tanto el conocimiento como el consumo de diversas marcas propias de Corea del Sur.

Sin la creación, planeación, difusión, estrategia de aplicación, y toda la derrama de imágenes a través de medios electrónicos, el hallyu no hubiese alcanzado el éxito que ha obtenido hasta el momento gracias al pacto con el cual surgió a la vida en los 90, entre el gobierno e iniciativa privada surcoreana.

Esa política diseñada principalmente por el gobierno surcoreano y apoyada por el sector privado donde se han combinado diversas estrategias que incluyen aquellas relacionadas al entretenimiento (principalmente), incluye medidas dirigidas a penetrar e instalarse en otras latitudes como forma novedosa de un proceso de inserción sutil para ser aceptado en la manera de pensar del mundo occidental, migrando desde su *soft power* al *smart power*.

En ese marco político-cultural se podrá visualizar cómo el gobierno coreano ha estado impulsando de manera altamente exitosa su marca país, apoyándose en sus productos culturales más importantes que son el aspecto tradicional e histórico. Todo ello canalizado principalmente a través de sus instituciones como los Centros Culturales vinculados al KOCIS del Ministerio de Cultura, Deportes y Turismo de Corea del Sur.

En el cuarto y último capítulo, “Estudio de Caso”: Programa Reporteros Honorarios de Korea.net (KOCIS), se procederá a presentar cómo el gobierno surcoreano, por medio de su Ministerio de Cultura, Deportes y Turismo, continúa influyendo en diversos países por medio de su cultura, a través de diversas plataformas, entre ellas, la de los reporteros honorarios de Korea.net, con lo que se demuestra la existencia de una estrategia cultural muy amplia, abarcando por supuesto la tecnología, incluyéndola como una estrategia de política exterior, para la consecución de los intereses nacionales, así como diversos beneficios, particularmente económicos y políticos.

En este capítulo, por medio del estudio de caso en el que participé como reportera honoraria (incluyo mi nombramiento en el apartado de anexo), presento mi

experiencia en este programa de Reporteros Honorarios (R.H.) de Korea.net del KOCIS, como parte de una estrategia cultural tecnológica de expansión internacional designando como embajadores y representantes de dicho país por nombramiento y asignación para continuar difundiendo los diferentes atractivos de dicho país, principalmente sus dos productos culturales más importantes, el K-pop y los K-dramas y a su vez impulsar el interés en otros ámbitos como el turismo, gastronomía, el idioma, entre otros, y que actualmente se está enfocando hacia el K-Style (como un estilo de vida) y que se realiza por medio de la plataforma web creada por el gobierno surcoreano para reporteros (principalmente extranjeros), interesados en la cultura coreana.

El análisis al que se invita a reflexionar con la presente investigación es observar el impacto que ha generado la multicitada exitosa política de difusión cultural sudcoreana tanto al interior de sus fronteras como la imagen que ha logrado en el exterior que la ha convertido como uno de los líderes recientes en el sureste asiático, aún con sus deficiencias a nivel social por la rapidez de la transformación y la asimilación entre dos mundos: lo tradicional y lo moderno.

En este marco de ideas, la importancia de este trabajo, radica en la revisión de las estrategias visionarias y la aplicación de éstas por parte de Corea del Sur, como lo afirma Lee Soo Man, productor y fundador de la SM. Entertainment (una de las empresas internacionales más importantes en este sector): “Cultura primero, economía después”<sup>1</sup>. De esta manera, lo más importante es entender la complejidad implícita que significa la inversión en cultura para impulsar grandes negocios, reflejando el potencial que ésta ofrece a nivel nacional, pero principalmente en su capital, Seúl.

---

<sup>1</sup> Lee Soo Man, también ha manifestado el interés de que Corea del Sur, sea el primer país sin impuestos, debido a que la mayoría del capital provendría del extranjero por el interés cultural fomentado en el exterior y en el que otros sectores relacionados al K-Style se beneficiarían y por supuesto el Estado de forma general. Conferencia que impartió LSM en el World Knowledge Forum, en el que habló acerca del Hallyu, el K-pop y las perspectivas futuras (Canal de YouTube de World Knowledge Forum, 2020).

El desarrollo de la cultura ha sido importante como proyecto de progreso económico en Corea del Sur debido a que hay evidencias de su influencia internacional, por medio de diversos procesos y estrategias de exportación cultural vinculando al sector privado y público, por lo que dichos productos culturales del “hallyu” han obtenido mayor apoyo para brindarles continuidad, para exportar su cultura al extranjero, pero también es importante poner atención a los temas y cuestiones pendientes que presentan los surcoreanos, abordándolo desde sus particularidades culturales e históricas, debido a que han tenido que asimilar cambios de manera muy rápida y algunos aún continúan en proceso de transformación hoy en día, en el que se presentan graves conflictos y desacuerdos particularmente a nivel social y que aquellos que se encuentran en el cima, tratan de ignorarlos y ocultar la realidad existente tras el aparente éxito del “hallyu”.

De forma general, es una oportunidad de aproximarnos también a la realidad en el desarrollo de estas estrategias y teniendo una visión más amplia acerca de todo el proceso, por lo cual es imprescindible revisar casos como éste, para analizar sus aristas y entender de qué manera funciona, e incluso puede ser de utilidad para México, como un modelo de aprendizaje en el que la cultura es un importante factor de crecimiento económico, así como su transición hacia el smart power, por medio de su diplomacia cultural, por lo que también debe ser considerado una prioridad, así como usar a nuestro favor algunas estrategias empleadas por los surcoreanos que nos pueden ser útiles, adaptadas a nuestro entorno y contexto, probando sus funcionalidades para obtener resultados benéficos en el proceso, e incluso por medio de alianzas culturales entre ambos países que permitan no sólo continuar con las buenas relaciones diplomáticas, sino que sea un impulso para que nuestra cultura llegue cada vez a lugares más lejanos, a los que antes ni siquiera podíamos imaginarlo, logrando incluso aumentar nuestro turismo (y otros) y que estas estrategias, también nos hagan reconsiderar el valor de la cultura en la economía, que es lo más importante que puede ofrecer un país y que es parte de nuestra herencia para las futuras generaciones.

Finalmente, en el apartado de conclusiones, se hará hincapié en las cuestiones más importantes del trabajo presentado a través de un balance general, así como las implicaciones para México, con la intención de que las estrategias surcoreanas, sean un modelo de aprendizaje para nuestras directrices culturales internacionales, así también espero que este trabajo sirva para ampliar la perspectiva y estudios acerca de la influencia cultural de Corea del Sur, particularmente hacia el *smart power*.

Esta investigación la justifico debido a que Corea del Sur es un actor importante en Asia y relevante para las relaciones internacionales sobre todo en referencia a la diplomacia cultural que, si bien para el caso surcoreano surgió de la casualidad, han podido capitalizarla y potenciarla, al notar la utilidad e importancia que ésta ejerce en otras sociedades, de hecho es conocido como uno de los mejores enfoques hacia el soft power (sino es que el mejor manejo del soft power del mundo contemporáneo), ya que está muy bien fundamentado a través del hallyu en el que cultivaron su prestigio internacional, permitiendo “enganchar” a las audiencias incluso con un idioma distinto, generalmente a través de la música (conocido por ser el lenguaje universal), permitiendo que de esta manera, el soft power sea un anclaje<sup>2</sup> para el smart power.

Por medio de la investigación que he realizado para la elaboración de este trabajo, mi percepción sobre Corea del Sur se ha estado enriqueciendo y modificando, como internacionalista y con experiencia en este país, me considero parte activa del proceso y por ello me interesa explicar desde mi perspectiva cómo surge el interés

---

<sup>2</sup> La palabra anclaje es un concepto obtenido de la PNL (Programación Neurolingüística). Si bien las Relaciones Internacionales me han permitido entender el comportamiento de diferentes actores en el sector internacional, así como su influencia entre y hacia ellos, debido a que explican los fenómenos internacionales desde diferentes perspectivas, es importante abrirse a otros conceptos y otras disciplinas, de hecho, esta misma disciplina académica surge con el enfoque histórico-político, pero también se le incorporan el enfoque en economía, derecho, cultura, etcétera, es por ello que la apertura al conocimiento y a otros conceptos que no están contemplados, permite que el pensamiento del ser humano evolucione y se enriquezca. Por ello, mi inmersión en temas de psicología, medicina y mercadotecnia me han permitido consolidar el proceso de como suceden estas asociaciones como los anclajes, así como entender de forma científica las reacciones cerebrales ante diferentes estímulos externos, lo que generan, detonan e incentivan ciertas acciones. Por ello he comprendido de una forma más completa y profunda la estrategia surcoreana, modelos de negocios y hasta el éxito del hallyu al exterior del país.



de un país, que generalmente llega a través de su cultura, en mi caso sucedió desde el aspecto musical, pero que no se quedó ahí, sino que profundicé en otros aspectos de la cultura coreana y que como bien menciona la profesora Leticia Proal, hay mucho más allá del K-pop<sup>3</sup>.

Para mí, como persona multipotencial, el aprendizaje continuo es importantísimo y ello se ve reflejado en mi interés en diversas áreas, disciplinas, idiomas, etcétera, por lo que busco la manera en que tengan confluencia para entenderlos mejor y visualizar sus aportes entre ellos, de esta manera tengo una mejor perspectiva de su origen, por lo que al conocer que existía una licenciatura tan diversa y multidisciplinaria como Relaciones Internacionales me pareció fascinante, así que desde que inicié mis estudios, me seguía nutriendo de conocimiento tanto lo que me proporcionaban en clases como fuera de ellas.

Mi interés en Asia inicia en la niñez, con la influencia cultural japonesa en México, pero aproximadamente desde el 2006 he estado interesada en Corea del Sur, atraída por la diplomacia cultural coreana, por lo que desde ese entonces he estado investigando acerca del país, pero sin duda el conocer al grupo *SHINee* (que debutó en 2008), marcó un antes y un después para querer profundizar en el conocimiento de la cultura coreana, por lo que continué asistiendo y participando en diversos eventos, como son cursos, foros, conferencias, exposiciones, conciertos, asimismo he participado como delegada representando a Corea del Sur, en el Modelo de Naciones Unidas de la UNAM (SUAMUN) y reportera honoraria para el gobierno surcoreano (mi experiencia la presento en el capítulo 4 por medio de un estudio de caso); la mayoría de estas actividades las he realizado a la par que he estado estudiando la carrera de Relaciones Internacionales en la que he aprovechado cada materia para poder ampliar mi conocimiento sobre Asia en general y Corea del Sur en lo particular, etcétera (además, siendo becaria de excelencia de la Fundación TELMEX-TELCEL).

---

<sup>3</sup> Profesora de Coreano en la Universidad Autónoma Metropolitana.

Todo lo anterior, con el fin de poder estar inmersa en la cultura coreana, por lo que conozco acerca de sus productos culturales y expresiones artísticas modernas como el K-pop, K-dramas (que son la base de su diplomacia cultural), idioma (porque su surgimiento y características tienen aspectos sumamente notables), procesos históricos y culturales, instrumentos musicales como el gayakeum, la tecnología y un largo etcétera.

Por lo que la cultura (en este caso la cultura coreana), es un principio inherente a toda nación, puede incluso enfocarse a diferentes disciplinas, para explicar el origen y evolución de un país, desde las migraciones, con sus respectivas fusiones e intercambios culturales, hasta la actualidad para entender su progreso e incluso el retroceso que ha tenido.

La base de toda sociedad está en la cultura y se le relaciona a su desarrollo histórico, así como a la ubicación geográfica, entre otros elementos. Todos somos parte de ella. De igual manera, la cultura rige nuestro comportamiento dentro de la sociedad a la que pertenecemos; asimismo, evoca al pasado y su historia, que va determinando su presente, pero que también por otros medios, sobre todo por estrategias del Estado, empresarios y sociedad civil (entre otras), permiten trazar su futuro.

De esta manera, la cultura, se ha enfocado hacia la diplomacia, englobando este concepto como diplomacia cultural, relacionado al ya conocido concepto de *soft power* de Joseph Nye y a la evolución de este término hacia el *smart power*, en las diversas formas (incluso a veces tan sutiles), en el que el poder se utiliza para tener la capacidad de influir, atraer e inducir hacia al exterior del país con el objetivo de mejorar la percepción pública de éste.

Para mitad del siglo XX, muchos Estados llevaron a cabo una estrategia de promoción de su cultura en el extranjero, con el propósito de aumentar su influencia en el escenario internacional. De ese modo, uniendo promoción cultural y

cooperación internacional, las potencias que aspiraban a ejercer influencia de alcance mundial, recurrieron a este *poder suave*, a través de exposiciones culturales, intercambios educativos y científicos e institucionales, así como cursos de idiomas.

Así como es conocido y puesto en práctica el *poder blando o softpower*, de manera que le permite a un determinado país, influir en las decisiones que se toman en otras naciones a través de la cultura o el deporte, esto influye de forma importante en otras áreas, así como en la toma de importantes decisiones comerciales, políticas, etcétera.

Por consiguiente, en este trabajo, mi interés se centra en Corea del Sur, así como en las diversas estrategias que se han generado para la difusión cultural internacional, su mejor activo hasta el momento, con lo que aún sin experiencia previa de exposición internacional, inicialmente utilizaron estas estrategias para impulsar su economía y se sorprendieron cuando su cultura se propagó al resto del mundo, de ahí que aprovecharon e incentivaron la promoción cultural en el extranjero, que ha conseguido influenciar y superar a Estados Unidos y Europa, particularmente en el poco tiempo que lleva gestándose, incentivado principalmente por medio del gobierno surcoreano y apoyado por las industrias de entretenimiento y el sector empresarial (*chaebol*)<sup>4</sup>, como trinomio que se creó y fortaleció a partir de la ola coreana.

Como consecuencia, el planteamiento del problema es que la diplomacia cultural busca atraer de forma sutil pero efectiva a través de sus elementos culturales (música, grupos de idols, etcétera), incluso es tan relevante debido a las estrategias que utilizan, que ya tienen que ver con aspectos mercadológicos y psicológicos a través de modelos de negocios y con ello, terminar enganchando a la audiencia.

En este trabajo, me estoy enfocando en cómo lo están llevando a cabo, como están dirigiendo su diplomacia cultural de forma particular, debido a que ésta puede manifestarse y tener múltiples comportamientos. Si bien existen diversos autores

---

<sup>4</sup> Este concepto se refiere a los conglomerados empresariales coreanos. Este tema se abordará con mayor detalle en el capítulo 3, en específico en el apartado 3.1.2.2, de este trabajo.

que hablan tanto del hard como del soft power, no quería enfocarme en uno o en otro aspecto, sino de qué manera ambos conceptos se están transformando, y emergiendo un nuevo concepto (*smart power*) a partir de la fusión del hard y soft power, en un balance delicado entre ambos, considerando también que Corea del Sur se encuentra apoyado por Estados Unidos, en diferentes cuestiones y que esto incide en ciertas implicaciones de índole político, militar (entre otros), en la conformación tan diferenciada sobre el concepto del *smart power*.

Y además de considerar el aspecto económico-comercial, como por ejemplo en el caso de los espectáculos o conciertos de idols (como lo mencioné anteriormente, entran como poder suave, pero se van entretejiendo otras cuestiones, por lo cual se nota la dirección hacia el *smart power*), de hecho, en el capítulo tres se mencionan las tres empresas más importantes de la industria del entretenimiento coreano y cada uno de estos actores tiene un enfoque y estrategias distintas acerca de sus modelos de negocio en este sector, así como la forma en que presentan a los grupos de ídolos y se ven claramente las diferencias entre ellos; una de ellas, la S.M. Entertainment con el grupo *SHINee* y la Y.G. Entertainment con el grupo Big Bang, en mi caso tuve la oportunidad de asistir a ambos conciertos en México y la diferencia de los espectáculos entre ambas compañías y grupos, es claramente notable, tal como el estilo musical, escenografía, vestuarios, videos, luces, etcétera.

De igual manera, en el tercer capítulo explico de forma más específica distintas cuestiones de cómo se manifiesta el *smart power* surcoreano, por ejemplo, Park Yang Woo, el ministro de Cultura, Deporte y Turismo en una de sus participaciones públicas manifiesta que seguirán enfocándose en las necesidades de cada rubro, en el que si notan interés en ciertas áreas y grupos, de forma abierta comentan que seguirán invirtiendo para que les siga produciendo ganancias, estas declaraciones muestran sus objetivos claros, que ya no se presentan desde una perspectiva inocente sino que aceptan públicamente.

Incluso Lee Soo Man, productor y fundador de la S.M. Entertainment en diferentes conferencias ha mencionado que saben que su país es tan pequeño, por lo que dependen del exterior, es por ello que desde hace años su inversión en cultura ha

aumentado, debido a que han visto los buenos resultados que les ha retornado su inversión en esta área, no sólo para consolidarse económicamente en estos momentos a través de la industria cultural sino que la propuesta a futuro es que a través de la estrategia surcoreana, puedan obtener los ingresos necesarios en Corea del Sur, para que los habitantes del país dejen de pagar impuestos.

Por supuesto, es una estrategia conformada por el gobierno surcoreano, con toda una maquinaria detrás, en la que como ya mencioné anteriormente, se ven involucradas también las empresas de entretenimiento, los chaebols, etcétera y que cada vez se va ampliando hacia otros actores con capacidad de influencia que entran como jugadores en este escenario de poder.

Ya no es solo cultura, ya es político, comercial, entre otros, y de esta manera la estrategia va ampliándose hacia diferentes aspectos, permitiendo que el smart power continúe prevaleciendo en estos procesos, incluso conjuntando elementos de cultura tecnológica que son tan importantes en las industrias de entretenimiento surcoreanas y dicho concepto se explica tanto en el marco conceptual (capítulo uno), así como en el capítulo tres dedicado al *smart power* surcoreano.

La forma en cómo te “atrapan, te anclan y continúas consumiendo” (que para este ejemplo específico de país es Corea del Sur), ha sido una estrategia (aunque de forma diferente), que han utilizado muchos países y para la que difícilmente podemos decir que en otras generaciones no les ha sucedido de esta forma, pero que ahora es mucho más puntual, ya que la cultura tecnológica y el uso de la inteligencia artificial permite a través del big data y los algoritmos, predecir (cada vez mejor) las preferencias y emociones de las personas.

Este trabajo se torna relevante, debido al crecimiento y la importancia acelerada que toma Corea del Sur, por ejemplo, en Asia se encuentran en conversaciones para la posibilidad de un Tratado de Libre Comercio entre China, Japón y Corea; en el caso de México, se hacen presentes los Acuerdos de Hermandad, así como las continuas negociaciones para un posible Tratado de Libre Comercio entre ambas naciones.

Por lo tanto, a partir de estos elementos y premisas, las hipótesis que planteo para esta investigación son las siguientes:

Verificar si la estrategia surcoreana hacia el smart power por medio de su diplomacia cultural, que hacia allá se dirige, es decir, está en ese proceso (que ya presenta manifestaciones), veremos si termina consolidándose.

Verificar si la estrategia surcoreana de diplomacia cultural es tan exitosa como aparenta y de qué manera permite el establecimiento del smart power.

Verificar los beneficios de la diplomacia cultural en el caso coreano y si este caso específico, le otorgaría a México ejemplos de cómo se puede beneficiar.

Para concluir este apartado, la revisión de este trabajo de investigación estuvo a cargo del director, tutor y asesor principal, el Mtro. Oscar Javier Medina Xochihua, profesor de asignatura de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México, a quien le agradezco su apoyo, paciencia, tiempo, ayuda, orientación, guía, consejos, enseñanzas, conocimiento, sabiduría y un largo etcétera, no pude tener un mejor asesor en todo este proceso de titulación, quien siempre estuvo presente. De él en particular, me llevo muchos aprendizajes a partir de esta experiencia y por supuesto un altísimo respeto y admiración, no sólo como profesional, sino como el gran ser humano que es.

Asimismo, también deseo expresar públicamente mi mayor agradecimiento a los sínodos que me fueron asignados, porque con su experiencia y consejos, les han dado claridad a mis argumentos y, por lo tanto, coadyuvaron a que mi trabajo evolucionara enriquecido con sus recomendaciones y observaciones en general.

Mis agradecimientos de forma específica por orden de asignación como sínodos y jurado para este proceso:

A la Mtra. Vania de la Vega Shiota, profesora de asignatura en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, así como Secretaria Académica del Programa Universitario de Estudios sobre Asia y África de la Universidad Nacional Autónoma de México, le agradezco por su apoyo, disponibilidad, tiempo, recomendaciones, consejos, pero sobre todo por decir/escribir las palabras que necesitaba

escuchar/leer, acompañadas de ejemplos y un enfoque claro, para plasmar todas mis ideas y conocimientos sobre Corea del Sur en este trabajo, permitiendo a los lectores que conozcan de mejor manera mi perspectiva.

Al Dr. José Luis Ayala Cordero, profesor de asignatura de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales y de la Facultad de Estudios Superiores Aragón de la Universidad Nacional Autónoma de México, le agradezco su apoyo, disponibilidad, tiempo, orientación, recomendaciones, consejos, pero sobre todo la perspectiva del *zoon politikon*, la importancia del conocer y reconocer lo que soy y mencionarlo, así como analizar y entender el proceso que produjo en mí como investigadora, las herramientas cognitivas, toma de conciencia, cuestionamientos, así como su revisión de forma y fondo, retroalimentación, entre otros.

A la Dra. Rosa Merlín Rodríguez, académica de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México, le agradezco su apoyo, tiempo y recomendaciones brindadas para mejorar mi trabajo de investigación.

A la Dra. Mariana de Jesús Escalante, adscrita al Centro de Relaciones Internacionales de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales como profesora-investigadora de tiempo completo en la Universidad Nacional Autónoma de México, le agradezco su apoyo, disponibilidad, tiempo, recomendaciones y consejos, pero sobre todo su amabilidad, inspiración y orientación profesional.

## Capítulo 1: Marco Conceptual

“La educación no solo enriquece la cultura... Es la primera condición para la libertad, la democracia y el desarrollo sostenible”.

Kofi Annan

“Sin educación, no podemos ver más allá de nosotros mismos ni de nuestro ambiente, cerrado a la realidad de la interdependencia mundial. Sin la educación, no podemos darnos cuenta de cómo la gente de otras razas y religiones comparte los mismos sueños, las mismas esperanzas. Sin educación, no podemos reconocer la universalidad de las metas y ambiciones humanas”.

Kofi Annan

A continuación, se realiza un abordaje sobre los conceptos relacionados a la diplomacia cultural (*soft power*), asimismo se incluirán otros conceptos que se relacionan e introducen al *smart power*, en las estrategias surcoreanas, en este ámbito, si bien no existen definiciones consensuadas sobre cada uno de los conceptos, brindaré aquellas definiciones, que me han parecido más oportunas de acuerdo al enfoque del tema seleccionado, lo que permitirá tener una mejor comprensión general y su relación entre dichos conceptos, que serán usados a lo largo del presente trabajo de investigación.

### 1.1 Cultura

El concepto de cultura es uno de los más complejos, principalmente por los múltiples significados que se le asignan, por lo que, al crear una definición de cultura, se deben incorporar las muchas variantes que intervienen, pero de manera general, se considera como objetivo la realidad social a la que pertenecemos, así como el proceso en el que se encuentra actualmente debido a la evolución de este concepto.

El término de <cultura> aún conserva el significado antiguo de *cultivo de la tierra* y su extensión metafórica de *cultivo de las especies humanas*, en este espacio y



marco temporal” (Hurtado, 2011), aun así, dicho concepto ha ido cambiando al paso del tiempo, principalmente por los cambios que se han vivido y que han ampliado esta definición para abarcar una serie de factores que se le relacionan.

Siguiendo las bases de la estructuración de la palabra cultura, la primera definición respecto a este concepto, es atribuida al antropólogo británico Edward Brunett Tylor (1832-1917): “Cultura o civilización, tomada en su amplio sentido etnográfico, es todo el complejo que incluye el conocimiento, la creencia, el arte, la moral, la ley, la costumbre y cualquier otra capacidad o hábito adquirido por el hombre en tanto que miembros de una sociedad” (Primitive Culture, 1871)” (N/A, s.f.).

Otra definición que se realizó en la Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales, donde de común acuerdo, la comunidad internacional afirmó que: [...] “la cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Asimismo, engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias y que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo”. (n/a, s.f.)<sup>5</sup>

Tal como lo menciona el diplomático y escritor Víctor Flores Olea, “la cultura es un fenómeno dinámico que difícilmente puede aceptar definiciones últimas, debido a que de esa manera ofrece una visión parcial sobre sus rasgos y componentes. [...] Cultura, entre muchas otras cosas, también significa ruptura, innovación a partir de las bases mismas de las que surgen perspectivas para la sociedad. Es por ello que, entendiendo el dinamismo de este fenómeno, podemos comprender la compleja unidad entre las grandes tradiciones y la permanente creación renovadora que conforman la vida de una comunidad” (García-Robles, 1990).

---

<sup>5</sup> “La cultura hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden”. (n/a, s.f.)

### **1.1.2 Cultura tecnológica**

Por tecnología, “se entiende un conjunto de conocimientos de base científica que permiten describir, explicar, diseñar y aplicar soluciones técnicas a problemas prácticos de forma sistemática y racional” (Aibar Puentes & Quintanilla, 2002).

La tecnología como una forma de cultura, en la que se sabe hacer las cosas y los porqué de hacerlo de un modo o de otro. Su poder está en la transformación de la materia, convirtiéndola en artefactos útiles usándolos como herramienta. En esta fase, se requiere una elaboración del producto natural y tiene como característica el que la mano desaparece como herramienta directa. Va a hacerse representaciones de representaciones (se usa la aritmética y la escritura) (Mejía, 2012).

De forma social, la cultura tecnológica, “es el conjunto de representaciones, valores y pautas de comportamiento compartidos por los miembros del grupo en los procesos de interacción y comunicación en los que se involucran sistemas tecnológicos. [...] En una sociedad moderna, la inmensa mayoría de los procesos de interacción y comunicación social están mediatizados por la tecnología y, en esa medida, la cultura tecnológica es un componente esencial de la cultura. [...] Los conocimientos y las habilidades de ingeniería, las representaciones sociales de los artefactos técnicos, las valoraciones sobre el desarrollo tecnológico, las actitudes ante la técnica y la industria, las innovaciones y los proyectos tecnológicos, todo ello forma parte de la cultura tecnológica de cualquier sociedad desarrollada de nuestros días” (Morcillo Crovetto, s.f.).

El concepto de cultura tecnológica se ha convertido en un punto de acceso para comprender mejor la sociedad contemporánea, debido a que se presentan diversos aspectos de ella, como la “noción de progreso tecnológico, (la forma en que determinados valores pueden incorporarse a las tecnologías que utilizamos, la relación entre los mecanismos políticos tradicionales y la toma de decisiones en torno a la ciencia y la tecnología, la imagen pública de la tecnología, la dinámica de las controversias tecnológicas, las fuerzas que inciden en la dirección del cambio tecnológico)” (Aibar Puentes & Quintanilla, 2002) y un largo etcétera.

## 1.2 Diplomacia

Sobre la diplomacia, si bien, no existe una definición altamente aceptada, existen ciertos elementos que la conforman y que permiten reconocerla en diferentes ámbitos en los que se le emplea, como lo menciona Astié Burgos “[...] es considerada como el poder suave por excelencia de los Estados, ya que el ejercicio del poder por parte de ellos, o las acciones que conducen para promover sus intereses, tiene dos grandes vertientes: el poder duro y el poder suave. El primero lo constituye el poderío militar y económico, y el segundo básicamente es la gestión política y la diplomacia a través de la negociación y la búsqueda de soluciones pacíficas, aunque en esta segunda vertiente igualmente figuran otros instrumentos suaves como la promoción cultural, de la imagen, la propaganda, los intercambios técnicos, educativos y científicos, la cooperación para el desarrollo, la asistencia humanitaria en casos de desastres, la política de prestigio, etcétera” (Astié-Burgos & Rosas González, 2017, págs. 203-204).

Recordemos que la diplomacia es una de las actividades más antiguas debido a la representación que requerían los Estados frente a otros, así como para conducir las relaciones entre ellos, los cuales, también, requerían de una comunicación, negociación, intercambio, resolución de problemas, cooperación, entre otras.

Ahora bien, algunos autores aceptan que, si bien la diplomacia ha existido desde hace mucho tiempo, la clasifican como vieja y nueva diplomacia, esta última, implica “la creación de un Cuerpo Diplomático, como parte orgánica integrante del aparato del Estado, [...] por otra parte, la vieja diplomacia, pasó de un secreto, lentitud, formulismo y anticuado, [...] transformándose en la resolución directa entre gobernantes sin intermediarios”. (Fraga Iribarne & Rodríguez-Moñino, 1977, págs. 25-29)

Evidentemente, la diplomacia, se ha transformado, sobre todo debido a las innovaciones tecnológicas y a la reconfiguración del mapa mundial, precisamente por la sucesión de los múltiples acontecimientos internacionales (guerras, revoluciones, independencias, etcétera), lo que a su vez, ha creado una

redistribución, así como una reconfiguración entre intereses similares de los países para continuar con su propio crecimiento y desarrollo, así como la solución de conflictos (que en algunos casos), han escalado y se han convertido en temas de mayor complejidad, que incluso continúan vigentes hoy en día, aún sin resolución debido a la gran cantidad de intereses que se presentan entre los involucrados.<sup>6</sup>

### 1.2.1 Diplomacia pública

Nicholas J. Cull, define a la diplomacia pública, como “el intento de un actor internacional de gestionar el entorno internacional mediante el compromiso con un público extranjero”. (Cull, 2009, págs. 56-57)<sup>7</sup>

La diplomacia pública es un complemento de la diplomacia tradicional, relacionada a la opinión pública y la importancia de ésta, para el establecimiento de las alianzas y relaciones diplomáticas previo al conocimiento del adepto con el que se va a establecer un lazo de apoyo diplomático, a través de la divulgación de la información con ayuda de la tecnología, bien sea por medio de plataformas electrónicas o digitales, relacionada a la promoción a nivel internacional de la economía cultural de dicho país interesado, así como para promover una acción concreta en un momento clave y es más inmediata (contrariamente a la anterior), ya que los vínculos son establecidos con los medios de comunicación, mercadotécnicos y publicitarios, que por medio de estos instrumentos, buscan llegar a un público o audiencia específica.

La diplomacia cultural, que es “un subcampo de la diplomacia pública, tiene como objetivo promover el interés nacional informado e influye en las audiencias

---

<sup>6</sup> Como menciona Kishan S. Rana, “la diplomacia se ha vuelto multifacética, pluridireccional, volátil e intensiva”, debido al aumento de una gran complejidad de actores, diálogos, etcétera (S. Rana, s.f.).

<sup>7</sup> En el plano histórico, la diplomacia pública ha adquirido la forma de contacto entre un gobierno y la población de otro Estado. No siempre busca de manera directa a su público de masas, sino que suele tener individuos cultivados dentro del público que se ha trazado como objetivo, quienes a su vez influyen en la comunidad en términos más amplios. Además, la diplomacia pública no siempre adquiere la forma de un intento inmediato de influir a un público extranjero. Es parte también de la diplomacia pública escuchar a un público extranjero y cambiar de enfoque, y hasta cambiar la alta política como consecuencia de este intercambio. Asimismo, el contacto no es necesario que esté relacionado con la imagen del actor internacional, podría ser la promoción de una idea (como la cooperación internacional sobre el cambio climático) que el actor considera que es un elemento importante de la política exterior. En todos los casos, el método es alguna forma de compromiso con un público extranjero y el objetivo es el mismo, *la gestión del entorno internacional*. (Cull, 2009, pág. 57)

extranjeras a través de la provisión de información sobre políticas y acciones estatales” (Kokinova, 2020).

A diferencia de la diplomacia cultural, la diplomacia pública se refiere a las acciones enfocadas a la información y divulgación, a través de los medios de comunicación, electrónicos o digitales con el fin de dar a conocer o promover una acción concreta de los Estados y/o gobiernos en materia cultural o educativa. Generalmente se da en momentos clave para responder a una situación de coyuntura con un fin específico. Conviene señalar que el concepto de diplomacia pública fue originalmente un término alternativo al de propaganda, por lo que sus propósitos difieren de la diplomacia cultural (Rodríguez Barba, Diplomacia Cultural. Una nota exploratoria, 2014).

### **1.2.2 Diplomacia cultural**

Milton Cummings, la define como “el intercambio de ideas, información, valores, sistemas, tradiciones, creencias y otros aspectos de la cultura, con la intención de fomentar el entendimiento mutuo” (Cummings, 2009).

La diplomacia cultural como instrumento del Estado, continúa con los principios de la actividad diplomática en un ámbito más concreto, la cultura, porque a nivel internacional, se consideró como un objetivo importante la *comunicación intercultural* entre naciones, debido a que se buscaba anteponerse al resto, conociendo la forma en que se conducían los Estados y sus preferencias, de tal manera que si llegaban a un acuerdo, tendrían consideradas todas las opciones por las cuales pudieran objetarlo; esto condujo a que más adelante (en este proceso de cooperación entre naciones), en 1949, Francia iniciara con los *asesores culturales*, los cuales permitirían promocionar al país fuera de éste, por lo que principalmente se enseñaría el idioma y sus aspectos culturales permitiendo entender al otro, mejorando las relaciones interestatales y por ende generando un acercamiento de numerosos estados, de hecho, como lo comenta Sandra Montoya, “Francia e Italia son las primeras con la Alianza Francesa (1883) y la Società Dante Alighieri (1889),

y la mayoría prolifera a partir de la década de los cuarenta, después de la Guerra” (Montoya Ruiz, 2012)<sup>8</sup>.

De esta manera, la diplomacia cultural desde los años cincuenta se institucionaliza y a partir de los años setenta (con las relaciones internacionales), se volvió más importante por la forma como ambas se fueron vinculando.

Es así que “la cultura se ha convertido en uno de los temas transversales de la política internacional, ya sea por la existencia de un horizonte simbólico en muchos de los problemas que se enfrentan hoy en día, desde los problemas del medioambiente hasta la globalización y las transformaciones de índole científica y tecnológica. En las últimas décadas, en el marco de la UNESCO se ha construido una plataforma normativa y una base técnica e intelectual al servicio de los Estados miembros, como guía para la revisión, actualización y reorientación de las políticas culturales nacionales (Montoya Ruiz, 2012)<sup>9</sup>.

Y debido a que la diplomacia cultural se extiende como una forma de comunicarse entre naciones por medio de la cultura, “[...] Así como otros nuevos conceptos de la diplomacia, no es del dominio exclusivo de los estados-nación, ya que en la actualidad no son los únicos actores en el escenario internacional, sino que los actores no estatales (sociedad civil, ONG, universidades, académicos, etc.) desempeñan un papel protagonista en este ámbito” (Saddiki, 2009, págs. 107-118).

Esta comunicación en la diplomacia cultural, es utilizada para lograr un acercamiento entre las naciones (por medio de diferentes elementos culturales), se vuelven herramientas o instrumentos que permiten el intercambio cultural,

---

<sup>8</sup> Nota adicional: Entre las Instituciones culturales y educativas que son fundadas: British Council (1946), Goethe Institut (1951), Fundación Alexander Von Humbolt Stiftung (1925-1945, 1953), Porhelvetia (1949), Centre Culturel Suisse 1989) de la Federación Suiza, Indian Council for Cultural Relations (1950), Instituto de México (1970), Instituto Camões (1992, sucesor del Instituto da Cultura e Língua Portuguesa), Instituto Cervantes (1992), Instituto Confucius (2004), Centros Inca Garcilaso de la Vega, Korean Cultural Centers, Yunus Emre Institute de Turquía, Cultural Centers de Indonesia (Montoya Ruiz, 2012).

<sup>9</sup> Nota adicional: Convenciones y declaraciones adoptadas por la Asamblea General de la ONU: Convención Universal sobre los Derechos de Autor (1952, revisada 1971), Convención para la protección de bienes culturales en caso de conflicto armado (1954, revisada 1999), Declaración de principios de la Cooperación Cultural Internacional (1966), Convención sobre el tráfico ilícito de bienes culturales (1970), Convención sobre el Patrimonio Mundial, cultural y natural (1972), Declaración de la UNESCO sobre la raza y los prejuicios raciales (1978), Convención sobre la protección del Patrimonio Cultural Subacuático (2001), Declaración Universal de la Unesco sobre la Diversidad Cultural (2001), Convención sobre la protección y promoción del Patrimonio Inmaterial (2003), Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de expresiones culturales (2005). (Montoya Ruiz, 2012)

lingüístico, político, económico (entre muchos otros), de tal manera que se ha vuelto una forma de abrir y expandir mercados debido al interés que genera la cultura de un país en específico, contribuyendo e incentivando continuamente su consumo y promoviendo vínculos, generando confianza y respeto entre ellos.

Lo anterior, si bien es un medio óptimo para generar y cultivar relaciones duraderas entre los Estados, no es tarea fácil, ya que requiere un gran compromiso entre las naciones, porque vincula diferentes intereses entre los involucrados, sobre todo ligados a la política exterior de cada país, de esta manera, Fabiola Rodríguez Barba explica “[...] Sin embargo, su análisis ha cobrado una relevancia singular en el estudio de las relaciones internacionales en la última década. En efecto, en años recientes el componente cultural en la política exterior de los países ha sido un factor esencial para posicionar la imagen de los países en el escenario internacional, así como lograr puentes de entendimiento mutuo entre los pueblos de las naciones” (Rodríguez Barba, *Diplomacia Cultural. Una nota exploratoria*, 2014).

De esta manera, la diplomacia cultural se ha vuelto un término relacionado con la política exterior de un país (aunado a los objetivos propios y las agendas diplomáticas específicas), con lo que ha permitido generar y promover una estrategia de promoción cultural y posición política como una herramienta de diálogo con otras culturas, que en este trabajo hablaremos en específico de Corea del Sur y la importancia de su diplomacia cultural, lo que le ha generado el reconocimiento actual que tiene, que sin duda es bastante importante y del cual muchos países han intentado crear algo similar, sin éxito o sin crear el mismo nivel de interés con el que actualmente lidera el país del sureste asiático.

Asimismo es parte importante señalar, que en el caso de Corea del Sur, la diplomacia cultural tiene un propósito principal y específico, como lo es “aumentar su poder de influencia, debido a su constitución reciente” como lo menciona Fabiola Rodríguez Barba en el artículo de *Cultura y Diplomacia: La Diplomacia Cultural de Québec a 50 años de la Doctrina Gérin-Lajoie* (Rodríguez Barba, *Cultura y Diplomacia*, 2015); lo cual es totalmente diferente a Quebec y a otros casos, por lo cual el abordaje es distinto.

“Durante las dos últimas décadas, han sido muchos los acontecimientos que han contribuido a la emergencia de las dimensiones culturales en la actual política internacional, incluyendo las guerras modernas que han estado influenciadas por los siguientes aspectos: nociones étnicas, culturales y religiosas” (Saddiki, 2009, pág. 110)<sup>10</sup>. Por lo cual, se vuelve aún más relevante la comprensión y el uso de la diplomacia cultural como un medio para el interés nacional.

Por último, es preciso delimitar la diferencia entre diplomacia cultural a cooperación cultural, la primera se refiere a la forma en que la cultura se añade a las relaciones internacionales apoyado sin duda, de los intereses y objetivos nacionales de cada país, en el caso de la segunda, se basa en el apoyo entre países por medio de las instituciones culturales como educativas en las que se vinculan con propósitos enfocados a temas artísticos, educativos, culturales y sociales en conjunto para el mutuo beneficio a nivel académico.

### **1.2.2.1 Objetivos y actividades de la diplomacia cultural**

Los más relevantes son:

- a) Destacar los valores y costumbres, estilos de vida, manifestaciones artísticas y culturales del país, creando una base de confianza, alentando a otros a vincularse entre sí, para posicionar al país, promoviendo una imagen positiva del país en el extranjero y también para servir de contrapeso a cualquier manifestación que afecte dicha imagen;
- b) Coordinar una agenda para la cooperación (con reuniones y encuentros periódicos con funcionarios y entidades gubernamentales, académicos y en menor medida con la sociedad civil de los países receptores con el fin de mantener relaciones bilaterales o multilaterales en materia cultural y educativa), así como la administración de los recursos del estado para el

---

<sup>10</sup> “[...] Actualmente, el lugar de la cultura dentro de la diplomacia de los estados ha cambiado considerablemente; su impacto en la conducción de la diplomacia y de la política exterior es incuestionable. Reconociendo que la cultura se ha convertido tanto en una herramienta diplomática como en un puente indispensable para fomentar el entendimiento mutuo entre las naciones, cada vez más gobiernos le están concediendo una prioridad muy importante en su política exterior y en sus relaciones diplomáticas”. (Saddiki, 2009, pág. 110)



desempeño de las funciones en materia de diplomacia cultural y educativa y dirimir las diferencias que puedan existir;

- c) Generar un clima de cooperación propicio a los negocios e inversiones, por medio de la organización y realización de eventos culturales y educativos a través de exposiciones, ferias y pabellones en donde se promueven las expresiones culturales y artísticas de los países, como la arquitectura, pintura, danza, gastronomía, etcétera (gestionando actividades culturales y educativas);
- d) Comprensión y entendimiento mutuo entre los países, sirviendo como enlace para construir un mayor acercamiento entre los países (país receptor y país emisor), así como destacar las manifestaciones culturales que representan a las naciones, con un diálogo intercultural, el mantenimiento de la paz, que sean perdurables a los gobiernos existentes; y
- e) Otorgamiento de becas educativas, de recursos materiales y financieros a través de mecanismos ya establecidos que gestionan las estancias de artistas mexicanos y extranjeros<sup>11</sup>.

### 1.3 Geopolítica

La geopolítica, es un concepto surgido a principios del siglo XX, definida por Hans Weigert (1942) como “la ciencia que trata de la dependencia de los hechos políticos con relación al suelo. Se basa sobre los amplios cimientos de la geografía, en especial de la geografía política, doctrina de la estructura espacial de los organismos políticos. [...] La geopolítica aspira a proporcionar las armas para la acción política, y los principios que sirven de guía en la vida política [...] La

---

<sup>11</sup> En este apartado sobre Objetivos y actividades de la Diplomacia Cultural, realicé una lista de aquellas funciones más importantes que se realizan sobre la Diplomacia Cultural (aunque no son las únicas), de acuerdo a las fuentes de: (Rodríguez Barba, Diplomacia cultural. ¿Qué es y qué no es?, 2015) y de (Rodríguez Barba, Diplomacia Cultural. Una nota exploratoria, 2014, pág. 3), por medio de la cual se menciona: “A pesar de la diversidad de estructuras y componentes de la política exterior de los países, todos buscan las mismas finalidades a través de la diplomacia cultural. *Dichos objetivos crean conocimiento y confianza que generan relaciones más estables y duraderas entre los países.*”

Geopolítica debe convertirse en la conciencia geográfica del Estado”. (Cuéllar Laureano, 2012, pág. 64)

En el proceso globalizador, la geopolítica toma en cuenta diversos factores y los utiliza para conservar la supervivencia y el desarrollo del Estado en el que se implementan, ya que lo concibe como un organismo individualizado, asimismo, esta disciplina “necesariamente debe valorar, dimensionar y aprovechar el espacio, lo que le facilita la formulación de las agendas de seguridad, de política exterior y de desarrollo nacional; de igual manera, la utilidad de la geopolítica, radica en el hecho de que aborda el tema del desarrollo económico nacional en forma diferente a como lo hacen la economía política y la ciencia política tradicionales, puesto que aporta una versión ingeniosa y estratégica para orientar las decisiones que deben tomarse para lograr dicho desarrollo” (Astié-Burgos & Rosas González, 2017, págs. 98,104).<sup>12</sup>

A su vez, existe una concepción sistemática de la geopolítica, en la que “el sistema internacional opera como un *paralelogramo de fuerzas*, en el que los vectores direccionadores pueden estar compuestos por uno, dos o por varios centros de poder (Estados, actores transnacionales, empresas multinacionales, ONG´s–OSC) y otros sólo tienen capacidad de incidir, pero no de direccionar. La gran mayoría es *direccionada*, con una mínima o nula capacidad de resistencia, sin embargo, no todos operan de esta manera. En un sistema que no es centralizado, no hay árbitro supremo. Este papel lo cumplen los más poderosos. La correlación entre los centros de poder deriva en una resultante hacia donde se inclinan el orden y la justicia”. (Dallanegra Pedraza, 2010)

Es decir, que la configuración del sistema mundial actual, se basa en este tipo de modelo, en el que aquellos países que tienen mayor poder que otros, son los que

---

<sup>12</sup> Independientemente de todo lo anterior, la geografía y la política pueden relacionarse armónicamente y la una explicar a la otra satisfactoriamente, pero a veces, también pueden encontrarse en franca contraposición. [...] invariablemente encontraremos la presencia de un estrecho vínculo entre geografía y política. Sin embargo, en otros aspectos, la política y geografía no parecen concordar plenamente, como en el caso de las fronteras entre los continentes y los países. [...] Las ideas y acciones que vincularon estrechamente la geografía con la política, se remontan a la antigüedad, ya que todos aquellos estadistas, estrategas, militares, filósofos, geógrafos, científicos, etcétera que pretendieron conocer el espacio físico del mundo, y asimismo trataron de encontrar la forma de ejercer el poder en el mismo, inevitablemente actuaron con un pensamiento de tipo geopolítico. (Astié-Burgos & Rosas González, 2017, págs. 98,104,112.)

han marcado las reglas para el resto y para ellos, en el que se han visto ayudados por el proceso globalizador, por medio del cual, obtienen beneficios adicionales, ya que se traspasan fronteras y límites, generando una pauta para los demás, donde existe un dominante y el subyugado, de acuerdo a diferentes características, que van desde cuestiones económicas, militares, políticas, culturales, religiosas, etcétera.

#### **1.4 Globalización**

La globalización como lo explica Beck (1998), “Es un proceso de incorporación de los Estados-nacionales a dinámicas que no sólo se originan en sus fronteras, sino que tienen como centro diferentes espacios y, lo más importante, es que afectan el desarrollo de aquellos y por consiguiente de sus ciudadanos. La globalización interconecta lo local a lo global y lo global a lo local”. (López Piña, Quintero Soto, Tello Méndez, & Melgoza Ávalos, (s.f.))

El concepto de globalización, muestra como actualmente ha sido posible conectar y vincular de muchas formas, tanto a países, civilizaciones, etnias y un sinnúmero de éstos, de forma directa o indirecta y que a veces complica el saber desde dónde viene y hacia dónde va, con lo que no siempre se sabe con certeza, qué consecuencias traerá.

La globalización está cambiando la forma en que nos comportamos, vivimos y desarrollamos nuestras actividades, así como de las instituciones que nos gobiernan y cambia los sistemas culturales a los que pertenecemos, a partir de los cuales nosotros comprendemos nuestra propia identidad y nos diferenciamos del otro, también nos hace pertenecer a grupos específicos en la sociedad, por lo que este proceso de vinculación con otros a partir de la globalización, recrea la forma en cómo nos percibimos desde y hacia los demás, por lo que procedemos hacia una reconstrucción de una nueva identidad, asociado a lo que influye en nosotros, donde individualmente también emerge a diversos sectores de la sociedad, por lo que tiende a cambiar los márgenes de la política y moral que hemos establecido previamente, no sólo generando un híbrido entre culturas (adoptadas), sino un

nuevo tipo cultural a partir de este proceso cambiante y de evolución que tenemos como seres humanos. De cierta forma, estos cambios pueden beneficiar o no a las sociedades, ya que pueden desestabilizar, en lugar de unificar, provocando caos y desorden. (Bisley, 2007).

Incluso, el poder de influir en otros, aumenta una sensación intrínseca en que se quedan mayormente marcadas las diferencias entre sociedades e incluso países por completo (lo que puede provocar dos cuestiones, o acercarse o limitar el contacto con los demás), como la polarización tan marcada que vemos en la actualidad, así como las desigualdades en múltiples aspectos, tanto culturales, económicas, legales, etcétera; e incluso se cree que la globalización cambiará a futuro lo que percibimos como ideologías e intereses, debido a la fusión de nuevos valores dentro de las diferentes culturas y civilizaciones, e incluso, las guerras, se han visto modificadas por la globalización, que ha condicionado la forma en el cómo y para qué fines se realizan, además de los medios (no tradicionales<sup>13</sup>), que se utilizan para conseguir sus objetivos.

### **1.5 Poder inteligente (“*smart power*”)<sup>14</sup>**

Para definir el poder inteligente, primero debemos hablar sobre el término de poder, en las relaciones internacionales, que se le vincula con diferentes niveles de obtención y desarrollo: tecnológicos, económicos, políticos, culturales, así como diferentes formas de organización social y valores morales de cada nación.

Por otra parte, el poder duro (“*hard power*”), se le relaciona a la seguridad interna de un país, además se le vincula a la amenaza, uso de la fuerza, recompensa económica y poderío sobre terceros sujetos (principalmente militar, político y económico de forma individual o una combinación entre ellos).

---

<sup>13</sup> El documental: “El dilema de las redes sociales”, plantea que los diversos medios electrónicos pueden incidir en diversas opiniones de las sociedades globalizadas, creando caos y división, interviniendo en otro país sin cruzar sus fronteras, mediante el uso de ciertas herramientas tecnológicas, que le permiten al usuario eludir la realidad, incapacitándolo para centrarse en los problemas reales, disminuyendo su control sobre lo que es sobre lo que cree, manipulando sus comportamientos y emociones, explotando las vulnerabilidades psicológicas humanas.

<sup>14</sup> Este término fue primero mencionado por Suzanne Nossel en 2004, se sugirió tras la invasión de Estados Unidos a Irak, en relación a la renovación de la doctrina del internacionalismo liberal, en el que se estipula que un sistema global de democracias liberales debería ser menos propenso a la guerra (Valdés-Ugalde & Duarte, 2013).

Ya aclarados los términos de poder y poder duro, el *soft power* o *poder suave*<sup>15</sup>, también conocido como poder blando, “el cual se refiere a la habilidad de obtener lo que quieres a través de la atracción, coerción o de la recompensa”. Surge del atractivo de la cultura de un país, de sus ideales políticos y de sus políticas” (Nye JR, 2004 (trad. 2011)). Por lo que se ha vuelto una forma alternativa a la comunicación internacional.

En el poder inteligente<sup>16</sup>, se vinculan las dos diplomacias, tanto la cultural como la pública, que convergen dentro de este concepto, pero que en términos de diplomacia cultural se refieren a la atracción y persuasión del extranjero hacia las políticas propias de un Estado-nación y su cultura, así como sus ideales; vinculadas a la política exterior actual, por lo cual se promueven los valores domésticos como: la mejora de un país hacia el extranjero por medio de los valores de la nación, su historia como país, manifestaciones artísticas y culturales que expresan su identidad como nación, de manera que se fortalezcan y vinculen las relaciones entre países para así converger en cooperación en ámbitos culturales y educativos. Por otra parte, para la diplomacia pública, incluyen: una estrategia publicitaria que está dirigida a promover mensajes hacia la opinión pública del exterior, para dar la imagen de lo que el país dice ser, además de reforzar la posición y el prestigio.

El smart power<sup>17</sup>, permite conseguir mayor eficacia para la elaboración y consecución de objetivos planteados, derivados de la política exterior, aportando a la sociedad el conocimiento con valores expresados por medio de la cultura, para lo cual es importante el establecimiento de la importancia de la dimensión política de las acciones culturales.

Para este objetivo, es preciso mencionar que además del liderazgo, la estrategia se estructura con éxito, combinando tanto la fuerza como el consenso, de forma más equilibrada y precisando todos los recursos disponibles, ya sean políticos,

---

<sup>15</sup> El poder suave, no importando al objetivo que se aplique, puede resultar en múltiples influencias sobre otros elementos que probablemente no se habían considerado, debido al amplio margen de influencia que genera.

<sup>16</sup> El smart power, ha sido utilizado por Obama, debido al uso del poder duro y la negligente política económica de la administración que le antecedió. (Valdés-Ugalde & Duarte, 2013)

<sup>17</sup> Concepto propuesto por Nye en 2011, vinculando sus dos conceptos previos. (Nye, 2010)

económicos, diplomáticos, militares, políticos, jurídicos, tecnológicos, culturales, etcétera, de manera que dependiendo del escenario y el objetivo a conseguir, se utilicen sólo aquellos recursos necesarios para obtener los resultados perseguidos en cada caso<sup>18</sup>.

De esta manera, el smart power se presenta como una forma más óptima para combinar ambos poderes (soft y hard)<sup>19</sup>, y así lograr la consecución del objetivo principal. Así, la estrategia y el equilibrio de recursos a utilizar de forma adecuada, no sólo crearán y mejorarán los diferentes acuerdos y vinculaciones con otras naciones, sino mostrarán la habilidad y el potencial de cada país, lo que contribuirá a mejorar su posición ante otras naciones, beneficiando al Estado en relación al interés internacional.

## 1.6 Política exterior

Acerca de este concepto, existe una definición simple, pero ampliamente aceptada, mencionada por Rafael Velázquez, “el conjunto de posiciones, actitudes, decisiones y acciones, que tiene un Estado más allá de sus fronteras nacionales. [...] La política exterior es un proceso altamente complejo que involucra una serie de actividades interconectadas entre sí, que van más allá de simples actitudes o acciones” (Velázquez Flores, 2007). Es decir, “la política exterior es parte de la política nacional de un Estado” (Pereña-García, 2003).

Por lo cual, definiría que la política exterior es un proceso determinado por distintos factores, bases y fundamentos, los cuales no son hechos aislados o decisiones tomadas al azar; sino que se basan en situaciones, conductas, actitudes, decisiones y acciones que están sujetas a elementos de origen externo e interno, para los

---

<sup>18</sup> Hillary Clinton como secretaria de Estado durante la presidencia de Obama, presentó de forma amplia lo que significa el *smart power* para Estados Unidos, con el fin de volver a establecer su posición en el mundo.

<sup>19</sup> El poder inteligente tiene la virtud de no encasillar un acto como poder blando o duro sin más, sino que el poder inteligente reconoce que a partir de ítems de poder duro, pueden surgir aspectos de poder blando y viceversa, como ocurre por ejemplo con una maquinaria bélica que en esencia es poder duro, pero puede generar un poder de atracción, el acceso a un mercado que en un principio podría ser poder blando, pero una vez que se ingresa en ese mercado, surgen dinámicas propias de un poder duro. [...] En el Smart power se tiene como un elemento incorporado la variabilidad del contexto internacional (Villamizar Lamus, 2012).

cuales se utilizan estrategias, instrumentos y la capacidad de negociación con el objetivo de que el Estado persiga un interés más allá de su propia jurisdicción.

Asimismo, el diseño de la política exterior reside en diferentes elementos tanto externos como internos que se relacionan con temas geográficos, económicos e incluso geopolíticos, por lo que es de suma importancia, tener en cuenta al sistema internacional para su óptima implementación, por las diferentes variantes que deben ser consideradas sobre todo en cuestiones de poder.

Debido a lo anterior, “La importancia de ejercer una política exterior, radica en la voluntad, así como en la capacidad y poder para realizarla a nivel internacional por sí mismo o con el apoyo de otros países. De otra manera, se estará cayendo necesariamente en una acción de voluntarismo político o de aventurerismo internacional que puede conducir más bien a perjudicar que a beneficiar” (Ojeda, 1984, pág. 6). Además, para ser considerada política exterior, las relaciones internacionales deben ser oficiales y conducidas por agentes gubernamentales, basándose principalmente en el interés nacional.

De esta manera, damos por finalizado este capítulo que nos presenta los conceptos, más importantes para el contenido de este trabajo, esclareciendo los términos para una mejor comprensión de éstos, que serán utilizados con regularidad y que son fundamentales para comprender las bases de las estrategias de expansión coreana a nivel global que veremos más adelante.

## Capítulo 2: Generalidades sobre la República de Corea (대한민국)

"Cada cultura absorbe elementos de las culturas cercanas y lejanas, pero luego se caracteriza por la forma en que incorpora esos elementos".

Humberto Eco

“Mucha gente pequeña, en lugares pequeños, haciendo cosas pequeñas, pueden cambiar el mundo”.

Eduardo Galeano

### 2.1 Breve Historia de Corea<sup>20</sup>

La historia coreana inició hace aproximadamente 5000 años, derivada de las múltiples migraciones desde Siberia, Manchuria y Mongolia (León Manríquez, 2009, págs. 23-27), compartiendo símiles con China y Japón, pero con una evolución propia debido a diversas circunstancias históricas y religiosas, le dan un diferenciador por apegarse a sus antiguas tradiciones y costumbres de sus ancestros y aunque la Península Coreana es relativamente pequeña, su legado histórico y cultural ha jugado un papel preponderante, aunado a su fuerte impulso tecnológico particularmente desde Seúl.

Corea en un inicio fue una unidad homogénea, sin embargo, la geopolítica, la mayoría de las veces, tiende a ser determinante en otras naciones como lo ha sido con Corea, que ha compartido relaciones diplomáticas predominantemente con China y Japón, a quienes en diversas ocasiones han derrotado sus ambiciones imperialistas defendiendo y protegiendo su territorio, cultura, identidad, lengua y hasta su sistema político frente a los invasores, transformando sus relaciones de

---

<sup>20</sup> Conocer la parte histórica de cada país es imprescindible para entender las circunstancias y desafíos que presenta, es por ello que, para un breve acercamiento a Corea del Sur, recomiendo ampliamente el libro de Historia Mínima de Corea (León Manríquez, 2009), que brinda un certero acercamiento a la historia de Corea desde sus orígenes, dado que no todos pueden estar interesados en profundizar acerca de la historia de este país.



conflicto. “Este territorio [...], es el hábitat dónde se asentó un conglomerado social diverso que forjó una identidad colectiva en términos de etnia y cultura” (Romero Castilla, 1995).

### **2.1.1 Historia de Corea (pre división)**

La periodicidad se iniciará en la parte final de la etapa aristocrática del Periodo de los Tres Reinos, con el Reino Unificado de Shilla, debido a que este acontecimiento, [...] “propició una existencia común entre todos los pueblos asentados en la península, dando origen a los elementos formativos de la nación coreana: la homogeneidad étnica, una lengua común, la unidad política y un territorio con límites geográficos claramente demarcados” (Romero Castilla, 1995).

En el Periodo de los Tres Reinos, el Reino Unificado de Shilla, estableció relaciones debido a la vinculación con el gobierno chino y de comercio con Japón a partir de la cría de ganado y la agricultura. Asimismo, se delimitaron fronteras para impedir el avance chino, aislándose culturalmente de China hasta el siglo VI, a la caída de Shilla, la Dinastía Koryo le sucede, estableciendo cuatro capitales a lo largo de la península, la primera fue en Songdo o Songak en la actual Corea del Norte (Kaesong), más la del oeste o Pyongyang, la del este o Kyongju y al sur o Hanyang, en la actual Seúl, además de establecer fuertes políticas expansionistas buscando recuperar territorios perdidos (León Manríquez, 2009, págs. 42-55).

Durante la Dinastía Koryo, se estableció el ingreso a la corte por medio de exámenes a partir del sistema chino que adoptaron, dicho evento generó el desarrollo educativo, ya que para el siglo X, se fundó la Academia Nacional, dedicada a estudios confucianos, leyes, administración, matemáticas, astronomía, geomancia y medicina. Asimismo, creció la literatura china, la propia coreana y la poesía en ambos idiomas. La vinculación era tan fuerte entre China y Corea, que ésta aceptó un papel de subordinado por conveniencia, por medio de un tributo para ser protegida de otros invasores (sin perder su esencia y autonomía) y adoptó diversas manifestaciones de la cultura china, a pesar de esto, en Corea se separó la visión cultural y política de influencia extranjera y mantuvo la propia y de esta

manera es como se manifiesta hasta nuestros días (León Manríquez, 2009, págs. 55-67).

Asimismo, Corea observó a Estados Unidos inmiscuirse en “sucesos internacionales, como la firma del Tratado de Alianza entre Inglaterra y Japón, la guerra ruso-japonesa, e incluso el establecimiento de un Protectorado en Corea por parte de Japón, [...] “que obtuvo la dominación del reino de Choson, su nombre cambió a Chosen y pasó de ser una región independiente y soberana a una colonia japonesa” (León Manríquez, 2009, págs. 69-70).

Durante el periodo de la Dinastía Choson, el rey Sejong (1418-1450), impulsó a la cultura por medio de academia, pero sin duda lo más importante y trascendente fue la creación del alfabeto coreano (el hangul)<sup>21</sup>, con lo que se buscaba una independencia lingüística de China (AKS, Corea en el Mundo, 2018)<sup>22</sup>. Sin embargo, la condición geopolítica, con las rivalidades imperialistas de China, Japón y Rusia, generaron tratos con potencias extranjeras y a su vez debilitó el sistema al interior, provocando peleas entre dirigentes hasta su caída en 1875 con la intervención militar con beneficios de extraterritorialidad, apertura de puertos y obligando a Corea a aceptar dichas condiciones mediante la firma de un tratado, con lo que iniciarían las actividades de intercambio más fuertes entre ambos países; en 1893, se logró que China dejara por completo el control gubernamental relacionado a Choson y Japón impulsó una serie de políticas para mantener a Corea independiente de los demás países (pero no de Japón), razón por la que algunos coreanos creían que estaban perdiendo su independencia, mientras que a otros no les importó; así las reformas continuaron y con ellas se estableció un sistema de educación primaria

---

<sup>21</sup> El alfabeto coreano, el hangul<sup>21</sup>, “entonces denominado Hunminjeongeum, “el correcto sistema fonético para educar al pueblo, fue creado en 1443 por los eruditos de la academia real, bajo el patrocinio del rey Sejong” (Servicio de Cultura e Información de Corea. Ministerio de Cultura, Deporte y Turismo, 2011).

Hasta entonces habían hecho uso de los caracteres chinos para escribir. [...] La lengua coreana es diferente a la china en léxico, fonología y gramática. El coreano y el japonés son lenguas hermanas, pero no lo son del chino. Aquéllas pertenecen a la familia altaica, junto al turco y el mongol, en tanto que el chino pertenece a la familia sino-tibetana. Lo mismo que el japonés, el coreano posee un complicado sistema de referencias lingüísticas en las relaciones familiares, sociales y honoríficas (Arellano, 2017). Y si bien, se considera al coreano en la familia de lenguas altaicas, también es considerada una lengua aislada, debido a que no se puede relacionar simplemente con ningún otro idioma (Servicio de Cultura e Información de Corea Ministerio de Cultura, 2015).

<sup>22</sup> El hangul, sería aprendido y utilizado por todos los sectores de la sociedad, caso contrario al idioma chino, sólo enseñado a los aristócratas y futuros reyes.

abierta a todos los sectores sociales. De ahí hasta el año 1903, todo se mantuvo en una aparente calma y el progreso a nivel educativo continuó (León Manríquez, 2009, págs. 90-98).

De tal manera, las Relaciones Diplomáticas entre Corea y Japón han sido fuertemente determinadas por el pasado imperialista nipón por intereses económicos en Corea, sobre todo durante el periodo colonial de 1910-1945, generando en los coreanos fuertes sentimientos antijaponeses, con un sentido de identidad nacional frente al agresor<sup>23</sup>, con lo que Samuel Kim menciona que se vincula con la geopolítica de la memoria, la que ha marcado límites en la construcción de lazos sólidos y armoniosos, como consecuencia de las dinámicas de los procesos políticos de la región (Álvarez, 2015). Los que se ven reflejados hoy en día (ampliado en el capítulo 4), ya que los reclamos, disputas territoriales y las relaciones de los Estados involucrados han continuado en tensiones constantes por un pasado no resuelto.

En Corea se buscaba erradicar el legado japonés, al que habían estado sometidos durante un largo tiempo<sup>24</sup>, razón por la cual, se inició un proceso para la obtención de un proyecto nacional que unificara a Corea y, además la fortaleciera, por lo que se provocó una ola de corrientes nacionalistas coreanas que se movilizaron. Adicional a lo anterior, la derrota de Japón durante la SGM, provocó un escenario ideal para que Corea se quitara el yugo que tenía y pudiera emerger de nuevo<sup>25</sup>.

---

<sup>23</sup> En general podemos entender que, si bien Japón buscó someter a Corea por medio de sus prácticas, la obligatoriedad de usar solo el idioma japonés, las prácticas administrativas y demás cuestiones, fueron muy importantes para el desarrollo posterior de esta nación, ya que formaron parte de un gran aprendizaje sobre las instituciones estructuradas japonesas logrando una rápida y efectiva modernización en Corea en los años posteriores. Es decir, si bien la dominación no es aceptada, la influencia de Japón y China en Corea ha sido determinante en sus modelos aplicados a la actual sociedad, debido a la vinculación histórica y cultural que ha permeado en las condiciones que han permitido un crecimiento económico importante.

<sup>24</sup> “Corea había sido colonizado por Japón y sirvió a la metrópoli como productor de arroz y grano desde 1910 hasta 1937, sólo a partir de entonces actuó como productor industrial para la guerra” (Brañas I Espiñeira, 2002).

<sup>25</sup> “Se planteó el destino de Corea. En la Conferencia de El Cairo, en 1943, se promete a los coreanos la independencia. En las conferencias de Yalta y Postdam se decide liberarla de la colonización por parte de Japón, pero el problema fue que ya desde finales de la Segunda Guerra Mundial los aliados no se fiaban mutuamente de ellos, por lo que no querían retirarse del terreno por miedo a que lo ocupase el otro, directa o indirectamente. [Estados Unidos propuso a Rusia] un quinquenio de tutela internacional; sin embargo, los partidos coreanos, a excepción del comunista [...] se oponían. Entretanto, el 10 de agosto de 1945, Estados Unidos encargó a dos militares la delimitación en la península de dos zonas de ocupación, pensadas respectivamente para norteamericanos y rusos. Propusieron con bastante arbitrariedad el paralelo 38 y que aceptaron los rusos” (Ríos, 2020)

Por lo cual, más allá de la situación que no se concretó, el contexto de la Guerra Fría determinó la división de la Península para intereses del conflicto de aquella época y desafortunadamente los coreanos ya tenían la amarga experiencia de haber sido dominados por el imperio japonés y liberándose hace poco de ellos, pasan a estar bajo el control (ahora divididos) entre Estados Unidos y la ex URSS, reemplazando los puestos militares japoneses por los estadounidenses y en Corea del Norte, no impusieron un gobierno como tal, pero si la estructura comunista. Es por esta situación, que la influencia política y militar más fuerte sobre Corea fue a partir de la finalización de la Segunda Guerra Mundial, ha sido de Estados Unidos, quien además en la actualidad mantiene temas de seguridad e intereses estratégicos en Corea del Sur, por ser un Estado satélite, que indudablemente ha permeado en las relaciones intercoreanas.

La Guerra de Corea (1950-1953), ha sido un hecho histórico trascendental, debido a la situación política de las dos regiones en Corea, dirigidas principalmente por dos fuertes ideologías discrepantes de forma amenazadora, que terminaron enfrentándose apoyados al norte principalmente por China y al sur por Estados Unidos<sup>26</sup>, con avanzadas y retiradas de cada bando, adquiriendo y perdiendo territorios de forma repetitiva entre ambos bandos, la situación se quedó estancada durante dos años, lo que hizo buscar otras formas como los contingentes enviados por Mao o la declaración de MacArthur a Truman sobre el uso de armamento atómico para conservar su parte, por lo que al final, terminaron firmando un armisticio con división como originalmente se tenía, en el paralelo 38, sin interés en la resolución de los problemas existentes o de una unificación, sino también las consecuencias que dejó para la población a causa de la guerra: pobreza, inseguridad, territorios devastados e incertidumbre futura, pobreza e inseguridad en los territorios devastados, entre muchos otros, debido a la voracidad de las potencias por consolidar su posición<sup>27</sup>.

---

<sup>26</sup> Japón se terminó beneficiando económicamente por los tres años de duración de la guerra, además de que fue tomado por Estados Unidos como aliado y no como vencido después de la Segunda Guerra Mundial.

<sup>27</sup> Resumen elaborado a partir de las siguientes referencias: (León Manríquez, 2009); (AKS, Corea en el Mundo, 2018); (AKS, A History of Korea, 2019).

Esta situación refleja claramente los diversos intereses geopolíticos en la región de los diversos actores estatales: Corea del Norte, Corea del Sur, China, Rusia, Japón y Estados Unidos.

### **2.1.2 Historia de Corea del Sur (post división)**

La historia post división de Corea, permite entender no sólo las dificultades que tuvieron para reconstruirse, sino para generar un modelo de apoyo económico basado en la cultura, con una sinergia continua entre el gobierno y el sector privado.

Posterior a la situación de dominación y división arbitrarias por la constante competencia imperialista extranjera, sin duda Corea del Sur recibió beneficios por ser protectorado de Estados Unidos<sup>28</sup>, si bien la situaciones en la península era devastadora (no sólo a nivel económico, sino que también la sociedad había sido apartada de sus familiares), el apoyo estadounidense fue fundamental para reconstruir el país desde abajo, ahora denominado como República de Corea; enfocándose en la producción agrícola, reduciendo niveles inflacionarios a través de la sustitución de importaciones generando protección interna a su economía, bajo el gobierno de Rhee, “apoyándose en los fondos de ayuda de los organismos internacionales que permitieron una cierta subsistencia de la población y se iniciaron los trabajos de construcción y de liderazgo político” (Brañas I Espiñeira, 2002)<sup>29</sup>.

Pero la política de Rhee, según (León Manríquez, 2009), afectó considerablemente la estabilidad del país por sus intenciones de periodos indefinidos en el gobierno,

---

<sup>28</sup> El pretendido éxito de Corea del Sur se obtuvo gracias a una política opuesta al modelo propuesto por el Banco Mundial. Lejos de una acumulación virtuosa fundada en los beneficios del libre mercado, su desarrollo económico fue posible por «una enorme acumulación primitiva basada en los métodos más coercitivos para construir la “virtud” a la fuerza» (J-P. Peemans). Corea del Sur alcanzó los resultados que conocemos bajo el yugo de un régimen dictatorial particularmente represivo, protegido por los Estados Unidos en el marco de su lucha contra los regímenes llamados “socialistas”. [...] Corea, en vez de producir lo que importaba, habría adaptado sus actividades productivas a la demanda del mercado mundial, logrando al mismo tiempo favorecer a la industria que proporcionaba un alto porcentaje de valor agregado. Habría reemplazado la exportación de productos apenas transformados (o de materia prima) por mercaderías cuya elaboración requería una tecnología avanzada (CADTM, 2020).

<sup>29</sup> La agricultura representaba el 48.9% de la producción del país, la industria sólo el 5.9% y los servicios un 45.2% del PNB. En el año de 1987, la estructura productiva de la República había pasado a tener una composición muy diferente: el sector agrícola representaba el 10.9%, la industria el 38.2% y los servicios el 50.9%, datos que expresan por sí solos la modificación tan sustancial de Corea, no únicamente en términos de estructura productiva, sino sobre todo en la capacidad de generar riqueza. En 1995, había 8.891 empresas, con un total de poco más de siete millones y medio de personas empleadas; en 1987 el número asciende a 250.917 empresas. No sólo la composición de la producción sino también el aumento en valor absoluto había sido muy grande. (Brañas I Espiñeira, 2002)

además de corrupción en diversos niveles, particularmente en las importaciones que hacían mejorar el PIB coreano.

A este modelo le siguió la reestructuración de las instituciones para mejorar la producción del país y desde ese entonces el Estado se convertiría en el eje rector para que la economía coreana funcionara, impulsando a empresas privadas por medio de incentivos, pero también tenían la capacidad de reprenderlos, por medio de auditorías sorpresa e incluso escándalos mediáticos.

Es así, que no sólo se contaba con la sustitución de importaciones, sino que en conjunto con la promoción exportadora, elevó el desarrollo económico y pavimentó el camino para la industrialización, regulando las IED, establecimiento de paraestatales que sustentaran este proyecto, pero sobre todo el apoyo de los chaebols<sup>30</sup>, que fueron los principales actores que promovieron e impulsaron las industrias, desafortunadamente a veces con escándalos de corrupción e impunidad aún con sus competencias a nivel internacional.

Como lo menciona (Mastrapasqua, 2013), de 1962 a 1971, “la industria se orienta al exterior, a un mercado ilimitado. Así, a través de las exportaciones de manufacturas, dadas por la industria ligera y de ensamblaje, el país podrá obtener divisas y recursos necesarios para que su industria siga creciendo. Sin embargo, esto requiere que los productos a exportar sean competitivos en el extranjero, haciendo uso intensivo de mano de obra”.

Durante el gobierno de Park Chung Hee<sup>31</sup>, sucedieron importantes situaciones diplomáticas y económicas, por una parte, estrechó lazos con Estados Unidos y durante la Guerra de Vietnam, solicitó bienes y soldados a Corea del Sur para su ejército, así como la inversión y generación de divisas a éste. Así también se establecieron relaciones diplomáticas con Japón en 1965, lo que también significó el pago de indemnizaciones durante la ocupación colonial, que a su vez también

---

<sup>30</sup> Grandes conglomerados o también llamados imperios, conocidos en Corea del Sur, por ser empresas familiares, relacionados a economías abiertas, potenciadas desde el Estado, por medio de políticas proteccionistas. Permitiendo el paso de una economía predominantemente agrícola a una industrial.

<sup>31</sup> Park Chung-Hee (1917-1979) fue un militar y político surcoreano, y dictador de la Corea del Sur desde 1963 hasta su asesinato en 1979. Tras la retirada de Syngman Rhee en 1960, Park encabezó el 16 de mayo de 1961 un golpe de Estado que derrocó la Segunda República.

generó la oportunidad de financiamiento y acceso a la tecnología japonesa, predominantemente para la industria ligera (Mastrapasqua, 2013).

Si bien existieron intermedios en este progreso económico (en el que disminuyeron los ingresos), estas caídas, fueron mayormente ocasionadas, por la fragilidad del sistema político, causados por los asesinatos, golpes de estado, represión de manifestaciones, etcétera<sup>32</sup>, por lo que las políticas monetarias y fiscales apoyadas por los chaebols debido a las fusiones entre sus industrias, provocaron estabilidad y una mayor confianza en el país, recuperando la economía coreana, con lo que iniciarían la apertura al exterior en 1983 a través de licencias de importación y aranceles, acompañadas de privatización de empresas estatales, liberalización comercial, regulaciones antimonopolios, ingreso de capital extranjero que a su vez generó un interés cada vez mayor sobre la investigación y desarrollo (ID), por lo cual se promueve la inversión en este campo, así como la participación de este país en diversos sectores tecnológicos enfocados principalmente en las computadoras, telecomunicaciones, semiconductores, entre otros, con el fin de obtener competencia internacional<sup>33</sup>.

Para los años ochenta, las finanzas públicas tenían un mejor aspecto lo que permitió ampliar otras áreas que brindaran apoyo económico al país, pero por supuesto, la parte política siempre fue una cuestión sumamente importante debido a que posterior a la guerra, el descontento social era fuerte, por lo que se establecieron nuevas reglas como la democratización del sistema (que incluiría el estatuto de no reelección en la nueva constitución), desafortunadamente esta decisión desestabilizó aún más el sistema político desde dentro, debido a que Corea del Sur, ha privilegiado las relaciones familiares y escolares antes que una equidad en

---

<sup>32</sup> El 26 de octubre de 1979 Park Chung-Hee fue asesinado por Kim Jae-Gyu, director del Servicio Nacional de Inteligencia (KCIA) Kim declaró que lo asesinó por un acto de patriotismo, al considerarlo un obstáculo para la democracia, y fue ejecutado en mayo de 1980. En 1963, Park, estableció un régimen dictatorial, así también debido a las protestas, en su mayoría lideradas por estudiantes, se declaró ley marcial, con lo que aumentó la represión en el país y le dio el poder de reelecciones indefinidas.

<sup>33</sup> Así también se implementaron una serie de procesos y cambios entre ensayo y error para aplicarlos a los sistemas educativos que estaban sometidos a regímenes supuestamente democráticos, pero que se evidenciaban autoritarios al imponer normas y leyes con el fin de regular mejor las condiciones del país, por la pobreza tan grave en la que se encontraban, ya que desde un principio se basaron en actividades agrícolas e industriales, y a medida de que mejoró un poco el panorama, se establecieron actividades obligatorias a nivel educativo y un nivel de alfabetización muy alto a nivel nacional (incluso muy superior a algunos países que no tuvieron condiciones tan difíciles como los surcoreanos).

diversos sectores (de hecho, ésta es la razón por la que constantemente tienen problemas de corrupción y escándalos que han afectado su credibilidad política y que han sido determinantes en muchas ocasiones) y que sigue prevaleciendo hasta nuestros días con escándalos que terminan en juicios políticos para los mandatarios presidenciales<sup>34</sup>.

Los presidentes Lee Myung Bak, elegido en 2008 y Park Geun Hye, electa en 2013, son figuras que han estado en la mira por sus escándalos de corrupción, de hecho, ambos fueron juzgados por haber aceptado sobornos y malversación de fondos; esta cuestión ha estado presente también en anteriores presidentes y parece estar ligada a la fuerte influencia del ejecutivo dentro del desarrollo económico del país<sup>35</sup>.

Una de las cuestiones más relevantes para Corea del Sur ha sido la división de la península, lo que ha traído una paradoja que perdura en la división del territorio, con la política exterior predominante que se basa en las relaciones intercoreanas, enfocadas en cambiar la situación bélica y de provocación actual, con el fin de recuperar la paz y reunificar el territorio, buscando la incorporación de sociedades étnicamente homólogas del norte y sur de la península, que comparten factores históricos, culturales e identitarios (entre otros), que han sido divididos ideológicamente por años y por luchas geopolíticas entre Estados Unidos y la ex Unión Soviética.

De los más importantes esfuerzos que se han realizado, el del año 2000, “el presidente de Corea del Sur Kim Dae Jung introduce la política del sol, con la finalidad de buscar la reconciliación y la cooperación con Corea del Norte. Esta política exterior se estructuró sobre dos componentes claves: la separación de la política de lo económico y la reciprocidad. Luego, están tres principios: la no tolerancia a provocaciones, la no absorción por la fuerza, la cooperación. Por último,

---

<sup>34</sup> Las transiciones de gobierno en Corea del Sur, antes de los 90's, se hacían de golpe, debido a los descontentos sociales y eso también afectó a distintas esferas, principalmente la económica y política que determinaban la condición existente para la mayoría coreana, que muchas veces fueron reprimidos antes sus intentos de ser escuchados acerca de las injusticias que vivían, como ser despedidos de sus trabajos o expulsados de escuelas por estar en contra del acaparamiento de militares, administrativos y empresarios, inversionistas nacionales e internacionales solo viendo por sus propios intereses, promoviendo la impunidad y represión al pueblo coreano.

<sup>35</sup> Por ejemplo, a la ex presidenta Park Geun Hye, se le acusó de corrupción política (entre otras cuestiones), por los sobornos aceptados de parte de algunos chaebols, como es el caso del heredero de Samsung (Lee Jae-yong).



plantea cinco actividades macro, las cuales buscan facilitar el dialogo, expandir relaciones económicas, fomentar reuniones e intercambios entre las familias separadas, asistencia humanitaria y fomentar la cooperación internacional” (Maldonado Méndez, 2020, pág. 68).

Estas relaciones intercoreanas buscan “promover el intercambio y la cooperación, porque es coherente con la identidad socio histórica compartida de las dos Coreas” (Maldonado Méndez, 2020, pág. 69). [...] “Las dos Coreas aceptan que son un mismo pueblo coreano; cuando se hace alusión a la unificación, reconocen los esfuerzos por anteriores administraciones para buscar paz en la península. [...] Además, saben que, al ser parte de una sola península, es importante la cooperación sociocultural, la cooperación humanitaria para el envío de productos o la unión de familias separadas” (Maldonado Méndez, 2020, págs. 69-70).

Moon Jae In fue elegido en 2017, actualmente es el presidente de Corea del Sur y ha promovido una mayor cooperación entre países, sobre todo en el aspecto cultural y educativo por medio de eventos sobre la historia y música coreana, así como por medio del K-pop y en relación a las relaciones intercoreanas, se ha realizado un acercamiento de parte de Corea del Sur hacia Pyongyang para disminuir las tensiones, realizado desde 2003 por medio del ex presidente Kim Dae-Jung.

Como mencioné previamente, la política exterior más importante actualmente de Corea del Sur, es principalmente la de “deconstruir, gradualmente el imaginario del enemigo del siglo XX por el de una identidad compartida en el siglo XXI” (Maldonado Méndez, 2020, pág. 70), con lo que la apertura de estos espacios para que las relaciones intercoreanas prosperen, a través de la cooperación socio cultural e identidad colectiva para el establecimiento de las bases del camino de la unificación que ya se encuentra en construcción, disminuyendo la tensión por medio de las interacciones para generar sentimientos nacionales de vinculación contra el yugo de otras potencias.

Los principales rivales de Corea del Sur en diversos periodos históricos, se han vuelto también sus aliados comerciales en esta globalización en el que, a principios de enero de este año, han iniciado negociaciones para crear un TLC entre China,

Japón y Corea del Sur, sin duda será un elemento relevante en la esfera internacional por lo importante y fuerte que promete ser esta unión económica en Asia.

Es así, que Corea del Sur, se ha caracterizado por mantener y afianzar las relaciones exteriores acorde a la fuerza y dinamismo presentes en su región, sobre todo en términos económicos, políticos y culturales. Debido a su historia, su participación aumenta en temas como el mantenimiento de la paz, cooperación, entre otras; así como por su geopolítica determina sus vinculaciones con las grandes potencias como China, Japón, Rusia, Corea del Norte y también Estados Unidos<sup>36</sup>.

## **2.2 Ubicación geográfica y superficie**

La República de Corea (su denominación oficial) ocupa aproximadamente la mitad Sur de la península de Corea, entre China al oeste y Japón al este, limitando al Norte con la República Democrática Popular de Corea. Su superficie es de 99.720 km<sup>2</sup> [...] En torno al 70 % del territorio es montañoso, aunque sin grandes alturas, poco apto para el cultivo (la superficie cultivable actual es el 18 % del total en zonas próximas a las costas Este y Sureste); los picos más elevados no llegan a alcanzar los 2.000 mts. Las costas occidentales y meridionales, abruptas y muy irregulares, están rodeadas por cerca de 3.400 islas e islotes, dentro de las cuales destacan por su tamaño las de Jeju, Ulleung y Dokdo (Takeshima en Japón– islas de soberanía en disputa). La costa oriental, sin embargo, es regular y homogénea. Los ríos son cortos pero muy caudalosos, y la mayoría de ellos desembocan en el Mar Amarillo (Gobierno de España; Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2019).

“La forma como esta población ha vivido su entorno geográfico es un elemento que ha marcado la historia coreana y que, a su vez está íntimamente ligado a la manera de concebir el tiempo histórico inherente a su demarcación cronológica. [...] Lee Ki-Baik, agrupó el estudio de la historia coreana en tres tendencias principales: 1) la

---

<sup>36</sup>China ha sido su mayor socio comercial y, por otro lado, Estados Unidos le ha ofrecido seguridad y ha sido un aliado “incondicional”, sobre todo ante las amenazas norcoreanas que han sido desafiantes y complejas a lo largo del tiempo. Sin duda, es un dilema que tendrá que resolver en un futuro no muy lejano. Por otro lado, la relación con Japón en estos años se ha complicado por diversas declaraciones y sucesos durante el período presidencial actual de Moon Jae-In.

interpretación nacionalista, 2) la visión economicista-social, 3) la concepción positivista de la evolución nacional, [...]. De acuerdo con Lee, estas tres corrientes representan, pese a sus diferencias, contribuciones sobre las que se han edificado las bases de una tradición historiográfica coreana cuyos aportes principales son: el apoyo a la lucha de independencia, en el caso de la corriente nacionalista; la justificación de la reforma a la sociedad confuciana, en el caso de la corriente económica-social y el reconocimiento de la historia como una disciplina independiente, en el caso de los positivistas” (Romero Castilla, 1995).

[...] “A partir de estas bases, Lee Ki-Baik traza su propia perspectiva sustentada en el principio que concibe al hombre como el sujeto de la historia y artífice de su creación. En este sentido, se trata del habitante de la península coreana, y de manera genérica, del pueblo, que no constituye una entidad abstracta sino es, por definición, un ente social integrado por diferentes grupos, cada uno de los cuales cumple un papel determinado en el desarrollo de la existencia colectiva” (Romero Castilla, 1995).

### **2.3 Concepciones sociales y religiosas**

Corea del Sur, coexiste entre su ancestralidad y la modernidad que la historia ha desarrollado en el país. No podemos centrarnos en hablar de temas económicos o culturales, sin entender a la sociedad y los valores de un país oriental, por lo que se vuelve relevante apartar nuestros propios esquemas occidentales y con curiosidad acercarse a otras maneras de ser y de pensar que les han precedido por generaciones, por lo que este entendimiento sobre los países asiáticos, en particular de los surcoreanos, se vuelve fundamental la revisión histórica de su pasado para comprender los diferentes acontecimientos que se han suscitado en un muy corto periodo de tiempo (considerando la evolución de otros países), produciendo cambios en diferentes esquemas, tanto políticos como sociales y por ende, en algunos casos, han actualizado las formas tradicionales de convivencia de los surcoreanos, sobre todo debido a las múltiples transformaciones en las que se encuentran inmersos, llevándolos a su vez a reforzar su identidad nacional con el objetivo de preservar de mejor manera su influencia confuciana, la que ha sido de

vital importancia para erigirse como una sociedad que ante las más duras situaciones han sido determinantes en superarlas, basados en la colectividad en vez de la individualidad, lo que a su vez ha mejorado sus circunstancias en diferentes aspectos y muchas otras aún están en el camino de ser superadas.

### **2.3.1 Concepciones sociales**

Los surcoreanos (como en otras sociedades), presentan ciertos sentimientos de pertenencia y valores culturales que explican y demuestran sus comportamientos y acciones, por lo que en este apartado se presentan las perspectivas generales sobre la sociedad coreana, a las que debemos aproximarnos con mente abierta, para así poder analizar otras cuestiones relevantes en la actualidad y que sin éstas, sería complejo de entender en esta modernidad que adoptó al capitalismo (con las complementariedades y contradicciones que implican), brindando una transformación económica y social sin precedentes a la sociedad surcoreana, por la que le han resultado diversas modificaciones en sus modos de vida, debido a la perspectiva actual sobre sus intereses y costumbres, tanto religiosas como culturales, otorgando una nueva visión acerca de sus procesos históricos, pero sobre todo del legado cultural, que determinará dentro de esta nueva sociedad, como se comportará el individuo, entendiendo que esta nueva reconfiguración, le permitirá ajustar y adoptar nuevas formas de vivir de acuerdo a su pertenencia, sus valores y aquellas características que le garantizarán éxito, tanto a nivel personal como profesional.

De esta manera, iniciando con la familia, que es la parte más importante de la sociedad coreana, está basada en el bienestar social, más que el individual, por lo que dicha jerarquía y lealtad, está determinada para el casamiento y los hijos<sup>37</sup>; en el segundo factor de importancia, se encuentra el trabajo (por el que se muestra de forma evidente), nuevamente las jerarquías existentes en este tipo de sociedades,

---

<sup>37</sup> Actualmente se están modificando estas dinámicas, sobre todo por las desigualdades económicas, debido a la creciente inestabilidad en el ámbito laboral, además de diversos temas sociales que manifiestan inequidad a diferentes niveles y otros problemas, de este punto hablaré un poco más adelante.

en las que la lealtad de un subordinado es absoluta hacia su jefe y éste, por su parte, debe mostrar buenas prácticas como respeto, cuidado, responsabilidad, etcétera.

Como en otras áreas de la vida coreana, existen diversas normas que validan el respeto que existe hacia los superiores, así como el bien común, tanto familiar como social, antes del individual: ves primero por tu empresa, por tu país, antes que ver por tí (rígido sistema familiar, nepotista incluido en el aparato industrial y administrativo).

Así también existe una premisa de que “en Corea, vales lo que vale tu nombre, tu cara: *kibun*” (Centro de Estudios Asiáticos, 2017). El Centro de Estudios Asiáticos de la Universidad Autónoma de Nuevo León amplía el concepto, “*Kibun* es una palabra sin traducción literal, pero lo más cercano sería el orgullo, el honor o la cara. [...] Si haces daño a alguien hieres tu *kibun*, y por consiguiente a tus antepasados les haces perder la dignidad y, por lo tanto, perder la cara. *Kibun* entra en todas las facetas de la vida coreana” (Centro de Estudios Asiáticos, 2017).

Asimismo, el Centro de Estudios Asiáticos explica la importancia de la apariencia, siempre y cuando ésta también esté vinculada con las acciones, “[...] En Corea es muy importante lo que dice la gente de tí, [...] El *kibun*, se siente, pero también se ve. Es importante porque esta es una de las muchas razones por las cuales la sociedad coreana es tachada de superficial.

Las cirugías están a la orden del día, sí. Se espera que seas hermoso, se rechaza lo feo, pero no vale por sí mismo. [...] No es: si eres guapo eres apto. Es: si eres apto, supuestamente serás guapo. La belleza externa proviene del bien, es una consecuencia natural de la belleza interna. Ser un ídolo es ser perfecto, se necesita el paquete completo. Por supuesto, esto es una idea filosófica confucionista<sup>38</sup>, y no siempre se cumple” (Centro de Estudios Asiáticos, 2017).

Respecto a las clases sociales, el académico de la Universidad Digital de Seúl, Kim Choong Soon comenta que durante la dinastía Joseon (1392-1897), el sistema

---

<sup>38</sup> El texto original menciona confucionista, pero el término correcto es confucianista.

social estaba estructurado en cuatro clases sociales: yangban (clase alta), jungin (clase media), sangmin (comuneros) y cheonmin (clase baja y marginados) y aunque presentaban un examen nacional para reclutar oficiales, realmente las oportunidades sólo pertenecían a los yangban, [...] posteriormente en el Silhak (Escuela Práctica de Aprendizaje) lograron -a partir del siglo XVIII- el cambio del sistema social. La esclavitud también sería abolida definitivamente con la reforma Gabo en 1894. Si bien en 1910, se asistió al ocaso de la clase yangban, los japoneses hicieron poco porque así sucediera realmente. Sería a partir de la liberación de Corea y el nacimiento de una nueva república -en 1948- que el concepto de igualdad sería adoptado constitucionalmente, según el académico, aunque los remanentes de los yangban habían sido abolidos oficialmente en 1894, esto se siguió perpetuando en la vida coreana (BCN Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2011).

Ahora bien, si la movilidad social coreana solía ser igualitaria en varios aspectos, principalmente era por la educación y con ello, el acceso a un buen puesto de trabajo con un buen salario, pero en la actualidad, esta situación se ha estancado y eso ha impedido que algunos surcoreanos mejoren su calidad de vida, independientemente de sus circunstancias de nacimiento, por lo que ésto ha derivado en una mayor desigualdad en la población, es por ello, que desde hace unos años las generaciones de surcoreanos están viviendo dificultades y debido a estas situaciones, se creó la teoría de las cucharas, de la cual se hablará enseguida, siendo esta teoría representada por diferentes materiales, con lo cual se pretende explicar la diferencia de las clases sociales en ese país.

En términos generales, se considera que las clases se transmiten de generación en generación, esta teoría procede del dicho que la realeza europea nacía con cuchara de plata, es decir, procede de una familia adinerada. Es así que de forma general describen varios tipos de cucharas y lo asocian con el nivel adquisitivo de cada

familia y de forma básica serían cuchara de oro, plata, bronce y de tierra (que se refieren a las cuatro clases principales en la estratificada sociedad coreana)<sup>39</sup>.

En el año 2004, un diario coreano informó que -según ingresos- el 22,5% de los coreanos pertenecía a la clase alta, el 63,9% a la clase media y el 13,6% a la clase baja. Sin embargo, en el 2007 se difundieron estudios que indicaban que la clase media coreana había bajado en 10 puntos según la década anterior, lo que se atribuía a un creciente desempleo de profesionales altamente calificados tras la crisis asiática en 1997. Pese a ello, la educación sigue determinando las ocupaciones preferidas, lo que ha llevado -en palabras del autor- a que la educación sea "una obsesión en la mente de los coreanos" (BCN Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2011).

De esta manera se explican las continuas y crecientes frustraciones socio-económicas por las que pasan aquellos jóvenes de familias pobres y que, a diferencia de sus padres, (a quienes les era suficiente esforzarse y trabajar para mejorar su situación no importando su origen), les toca vivir actualmente una situación diferente a la que proveyó el denominado "milagro económico".

Además de que dependiendo del nivel socio-económico de cada familia, las ventajas entre cada estudiante a veces resultan determinantes para subir en la escala social, si bien los que tienen una clase alta pueden tener mejores circunstancias de vida y estudio (como viajes al extranjero)<sup>40</sup>, mientras que los de clase media tienen que trabajar y estudiar y por supuesto ellos no tienen las mismas ventajas que sus otros compañeros, sobre todo aquellos de clase baja que tienen más de un trabajo de "medio tiempo" y además tienen que dejar de dormir y comer por estudiar.

---

<sup>39</sup> Un ejemplo de la teoría de las cucharas es mostrado por la película surcoreana *Parasite*, mostrando la diferencia abismal entre aquellos poseedores de una cuchara de tierra a una cuchara de oro.

<sup>40</sup> Sobre este tema, se ha especulado mucho acerca del excesivo enfoque en la memorización, en lugar de la comprensión de los contenidos y que al realizar el examen de la universidad y lograr entrar al lugar elegido, se relajan un poco los niveles de esfuerzo; esta situación, también se encuentra determinada por el nivel adquisitivo que poseen las familias, porque incluso algunas que pueden costearlo, prefieren enviar a sus hijos a estudiar al extranjero, sobre todo para que su inglés sea excelente al hablarlo y les brinde mejores oportunidades para obtener un buen trabajo o bien, en el caso de ser hijo de un *chaebol*, éste cuente con las herramientas necesarias para poder hacerse cargo de la empresa familiar, lo que supone una evidente desventaja para aquellos que no puedan pagarlo.

En cuestión educativa, en la actualidad sabemos que Corea del Sur es uno de los países con las mayores tasas de alfabetización del mundo y esto no es casualidad, “durante milenios, en algunas partes de Asia, una serie de complejos exámenes de conocimiento eran el escalón que permitía a algunos afortunados convertirse en funcionarios del Estado, asegurándose un trabajo estable y una posición privilegiada en la sociedad” (Rico Reche, 2016).

[...] El *suneung*, el examen de acceso a la universidad en Corea, se convierte cada año para muchos jóvenes y sus familias en el escalón que marcará definitivamente su futuro. Entrar en una de las llamadas universidades SKY (Seoul National University, Korea University o Yonsei University) prácticamente garantiza el acceso a uno de los *chaebol* (conglomerados empresariales familiares como Samsung, LG, Hyundai o Lotte) que no sólo monopolizan la economía en Corea, sino que además proporcionan los trabajos mejor pagados y reputados. Por el contrario, fallar en esta prueba puede significar perder toda posibilidad de un futuro trabajo digno [...]” (Rico Reche, 2016)<sup>41</sup>.

Por supuesto esta competitividad exige un elevado esfuerzo y sacrificio tanto de los padres como de los alumnos, pero la carga familiar y social que pesa sobre el estudiante es muy fuerte, “Corea encabeza desde hace años la lista que clasifica a los países OCDE según su porcentaje de suicidios. Se trata, además, de la primera causa de muerte en edades comprendidas entre los 10 y los 39 años, según datos de Statistics Korea de 2014. Los inadecuados resultados académicos parecen ser los causantes de gran parte de estos casos (el 53% de los jóvenes con ideas suicidas confesaron éste como el principal motivo). Además, los estudiantes coreanos son también los que reconocen un mayor estrés debido a su educación” (Rico Reche, 2016).

---

<sup>41</sup> En la actualidad eso ya no sucede, ya no hay garantías de que consiguiendo entrar a la mejor universidad, teniendo las mejores notas y actividades extracurriculares, siendo el mejor en todos los ámbitos, garantice un mejor futuro y una escalada en la clases social surcoreana. Los surcoreanos de 20 a 30 años descubren que una buena educación no garantiza un buen empleo, y además las empresas no se atreven a contratar pues el crecimiento se ha frenado por debajo del 3% (Agencia AFP, 2017).



Ahora bien, desde el 2015 se viene utilizando un término popular, conocido como “Hell Joseon<sup>42</sup>” (se refiere al infierno de Joseon, literalmente *infierno en Corea*, ya que Joseon es el nombre de la última dinastía reinante de esa nación), todo inició como un meme, describiendo la realidad actual de los jóvenes surcoreanos y si no se realizan cambios de fondo, desafortunadamente las generaciones venideras también lo padecerán.

A su vez, las tasas de desempleo entre los jóvenes coreanos son muy altas<sup>43</sup>, el Korea Herald, informó en 2015, hay 410.000 personas desempleadas en la veintena en Corea del Sur, frente a las 330.000 de 2013 (Kim H.-A. , 2015).

Si bien los chaebol de Corea del Sur se han recuperado muy bien de las crisis, el resultado para los jóvenes de Corea del Sur ha sido un alto desempleo o un empleo inestable, en la medida en que se los conoce en la sociedad coreana de hoy como la "generación de los siete abandonos". Los "siete renuncias" incluyen el amor, el matrimonio, los hijos, las relaciones humanas, la propiedad de una vivienda, los sueños personales y la esperanza<sup>44</sup> (Kim H.-A. , 2015).

La educación sin duda es importante, pero a veces, las tradiciones, costumbres y maneras de pensar, los sistemas establecidos y la inequidad social de cada pueblo, país y civilización, anteponen dificultades desde un principio, por lo que siempre es importante entender las estructuras de forma integral con el fin de explicar y buscar alternativas, desde un punto de vista más informado, comprendiendo las

---

<sup>42</sup> Con él se hace referencia a Corea como una sociedad infernal en la que no existe esperanza. La base de esta desesperanza son las desigualdades y las presiones sociales que sufren los coreanos desde su nacimiento, estando su vida también influida por el estatus y poder de la familia en la que nazcan. De forma satírica, Hell Joseon ha sido representada como un mapa en el que se muestran los distintos territorios ficticios que lo forman y satirizan la realidad de la sociedad surcoreana. Siendo algunos el Ejército, el Trono de los Políticos, el Templo del Pollo frito, el Bosque de la Emigración o el Arsenal de las Cucharas Doradas (Wabasi\_EAO, 2019). Este término también ha sido cubierto por el Korean Herald acerca de por qué los surcoreanos buscan escapar de “Hell Joseon”, debido a la alta competitividad, tener que compararse con otros frecuentemente y alcanzar las expectativas de su alrededor, además de que no disfrutaban su vida ni el momento presente, todo es trabajo, trabajo y más trabajo (Hyun-ju, 2017).

<sup>43</sup> De hecho, surgió una generación completamente nueva de trabajadores no regulares o contratados en la búsqueda tanto del gobierno como de las grandes empresas, conocidas como chaebol, de un mercado laboral más flexible. Como resultado, los trabajadores jóvenes han perdido sus perspectivas de carrera y su seguridad en el empleo (Kim H.-A. , 2015).

<sup>44</sup> Este fenómeno surgió inicialmente de la "generación de tres abandonos", y luego de la "generación de cinco abandonos", y de estos siete factores, los hombres jóvenes de entre 20 y 30 años, según una encuesta reciente de Chung -El periódico Ang Ilbo, en su mayoría han renunciado al matrimonio y los sueños, y las mujeres jóvenes del mismo grupo de edad han optado por renunciar a tener hijos y al matrimonio. Los trabajadores coreanos en general sienten que han sido abandonados por su gobierno y las corporaciones coreanas en Corea del Sur (Kim H.-A. , 2015).

complejidades que existen en la mente de otras culturas, pero que puede ser el inicio de un cambio de conciencia para mejorar las cosas.

Debido a las circunstancias anteriormente mencionadas, muchos jóvenes surcoreanos, están buscando cambiar sus paradigmas y la forma en cómo debe ser la vida en Corea del Sur, otros más están saliendo del país, pero los más valientes y decididos buscan realizar cambios internos en el sistema.

Park Sang-Seek<sup>45</sup>, menciona que para acelerar la transformación de viejos patrones de comportamiento coreano en nuevos, a diferencia de como se hizo en el pasado, “comprometiéndose con una transformación rápida y fluida en la sociedad coreana civilizada” que quedó en palabras y no en hechos [...] los coreanos deberían iniciar un movimiento nacional para transformarse de forma civilizada y escapar de una sociedad anómica lo antes posible, ya que han logrado construir un sistema político democrático con sangre y lágrimas, para que con esta transformación se arraigue firmemente la democracia (Park, 2018).

### **2.3.2 Concepciones religiosas**

En el caso de la religión, “a diferencia de algunas culturas, en las cuales sólo existe una religión dominante, la cultura coreana comprende una amplia variedad de elementos religiosos que han dado forma a la manera de pensar y de comportarse de su pueblo. En las primeras etapas de la historia de Corea, las funciones religiosas y políticas estaban interrelacionadas, pero más tarde se diferenciaron” (Servicio de Cultura e Información de Corea. Ministerio de Cultura, Deporte y Turismo, 2011).

“A lo largo de la historia de Corea, las religiones desempeñaron un papel fundamental a la hora de configurar un sistema socio-político, ya que tanto los monarcas de la dinastía Shilla como los de Koryo toman bajo su protección el budismo como guía espiritual del Estado; en cambio, los de Choson optaron por el confucianismo como substrato moral del Estado. Esta imbricación entre la política y

---

<sup>45</sup> Ex director del Instituto de Asuntos Exteriores y Seguridad Nacional (ahora Academia Diplomática), Ministerio de Relaciones Exteriores y ex rector del Instituto de Graduados de Estudios de la Paz de la Universidad de Kyung Hee. Es el autor de "Globalized Korea and Localized Globe".

la religión, actualmente delimitadas en sus funciones, contribuyó a moldear la estructura social que subsiste hoy en día” (Kim H. , 2001).

“Históricamente, los coreanos han vivido bajo la influencia del chamanismo, el budismo, el taoísmo o el confucianismo, y en tiempos modernos, el cristianismo ha tenido fuerte raigambre en el país, un factor importante capaz de cambiar el panorama espiritual de la población” (Servicio de Cultura e Información de Corea. Ministerio de Cultura, Deporte y Turismo, 2011).

Por otra parte, el confucianismo, más que una religión, en la actualidad, es considerado como un código moral, incluso aquellos que profesan distintas religiones, siguen este precepto, algo contrario a lo que se practica en China, donde sí es considerado religión, el confucianismo para los surcoreanos se basa en una creencia sobre sus antepasados y que todo lo que realicen estará destinado a honrarlos y cuidar el legado familiar.

La distribución religiosa queda de la siguiente manera: El cristianismo 27.6% aproximadamente, 20% protestantes, 10% católicos y budismo 15,51% son principales, aunque la mayor parte de la población se declara sin afiliación religiosa (56,9%) (Oficina de Información Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, 2021).

#### **2.4 Composición étnica**

La población estimada en Corea del Sur es de aproximadamente 51,835,110 habitantes (Oficina de Información Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, 2021).

Hacia el final del siglo XIX y durante todo el siglo XX, un gran número de coreanos se fue del país. Inicialmente, China, Rusia y los Estados Unidos fueron sus principales destinos, pero a partir de mediados del siglo XX, los destinos fueron mucho más diversos. [...] La cantidad de surcoreanos que viven en el extranjero es de 7,01 millones, esto es, 2,57 millones en China, 2,09 millones en los EE. UU, y América Latina, 0,89 millones en Japón y 0,61 millones en los países de la UE (Servicio de Cultura e Información de Corea Ministerio de Cultura, 2015).

Hasta 2010 se produjo una importante salida neta de población, pero el ingreso neto ha superado a la salida neta desde 2011 en adelante. El número de extranjeros que residen o trabajan en el país ha aumentado radicalmente, en especial a partir del año 2000. Según la oficina de estadísticas de Corea, 407.000 extranjeros llegaron al país en 2014. La principal finalidad de su llegada es el empleo (41,4%), seguida de estadias de corta duración (19,8%), estadias de largo plazo o permanentes (6,4%), turismo (6,0%) y estudio (5,2%). Recientemente, muchos extranjeros han llegado al país para fines tan diversos como el matrimonio con surcoreanos, trabajo y estudio, etc. (Servicio de Cultura e Información de Corea Ministerio de Cultura, 2015).

Todos estos movimientos migratorios han cambiado la homogeneidad de la sociedad coreana, primeramente, con los países vecinos particularmente China y Japón y para finales del siglo XX, se empezó a notar un incremento en el número de extranjeros que ingresaban al país, debido a que ocupaban puestos de empleo o estudio, por lo que la multiculturalidad en el país se ha ampliado.

En 2014, el número de personas nacidas en el extranjero que se encontraban en el país fue de 1,57 millones, y la cantidad de personas nacidas en el extranjero casadas con surcoreanos ascendió a 240.000. Había 850.000 trabajadores inmigrantes en Corea. El país se está convirtiendo en una sociedad multicultural. Los descendientes de coreanos con ciudadanía china representan la mayor proporción de extranjeros que viven en el país. Recientemente, la cantidad de familias multiculturales ha aumentado drásticamente a 230.000, en gran parte como consecuencia del alto número de matrimonios entre coreanos y extranjero (Oficina de Información Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, 2021).

La distribución étnica queda de la siguiente manera: chinos (incluidos los descendientes de coreanos) 53.7%; vietnamitas 11,8%; asiáticos del sur 4.8%; americanos 4,5%; filipinos 4,1% y otros 21,1% (Oficina de Información Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, 2021).

## **Capítulo 3: La transición hacia el smart power, por medio de su diplomacia cultural.**

“En un mundo cada día más competitivo, sólo las ideas marcan la diferencia. Ideas que abren puertas, métodos para resolver problemas o simplemente información para entender mejor lo que está pasando en el mundo [...]”.

Prentice Hall

### **3.1 Diplomacia cultural surcoreana y su transición al *smart power***

Como sabemos, la imagen de Corea del Sur ha cambiado. En estos días, es conocido como uno de los países hegemónicos del sureste asiático, pero esto no siempre fue así, ya que décadas atrás sólo formaba parte de un puñado de países subdesarrollados, por lo que fue aún más sorprendente cuando sus diversas industrias, llegaron a generar suficientes ganancias económicas que lo volvieron notable frente al resto del mundo, es decir, pasó de ser prácticamente inexistente en la mente y perspectiva de la mayoría de las naciones, a ser un milagro económico actual.

La geopolítica determinó el curso de Corea del Sur, ya que ha dependido de la influencia china y japonesa, debido a su ubicación geográfica y su historia a través de la cual sufrieron guerras y ocupaciones de su territorio, con lo que la simbiosis y la adopción de diferentes manifestaciones culturales no se hicieron esperar, pero le ha sido posible emerger entre ellos, a través de su fuerte y constante actividad de promoción, principalmente, por sus manifestaciones culturales con ciertas adaptaciones, permitiéndoles fijar la atención de dicho país, anclando elementos culturales, a partir de las que se emitieran leyes para impulsar la proyección cultural, a través del Estado y con apoyo del sector privado (más allá de sus dificultades históricas y políticas), favoreciendo al país, inclusive en épocas económicas difíciles en los 90's, con lo que, al notar los resultados favorables, no sólo se aumentó el presupuesto destinado a la cultura, sino que además, se formaron nuevas y mejores alianzas, permitiendo impulsar el potencial cultural surcoreano.

Sabemos que el poder duro por sí solo, dejó de ser lo suficientemente efectivo, sobre todo a partir de la democratización de la opinión pública, por lo que el *soft power* comenzó a ganar notoriedad por persuadir y atraer a otras sociedades y entornos, pero para la actualidad diplomática, el *smart power* implica estar a la vanguardia, equilibrando el uso de los dos términos de forma adecuada.

Debido a la incertidumbre política y al orden internacional en erosión como tendencias dominantes sobre el soft power desde la última publicación de este análisis, de acuerdo al Ranking Global de Soft power 30 (McClory, The Softpower 30: A Global Ranking of Soft Power, 2019), en el que se establece la compleja medición del softpower y sus múltiples recursos, la importancia del poder blando como herramienta de la política que se ha mantenido constante, mientras que los gobiernos lidian con un panorama político volátil a nivel internacional y buscan ajustar su exterior estrategias de política en consecuencia, deberán reevaluar sus enfoques actuales para generar y aprovechar el poder blando, debido a que el poder se ha vuelto más difuso del Este al Oeste, así como los roles de los diferentes actores involucrados, tanto gobierno como los actores no estatales en el contexto actual<sup>46</sup>.

Este ranking, sitúa en 2019, a Corea del Sur, de modo general en la posición número 19 y en el top 10 de Asia en la segunda posición, basándose en diversos ámbitos, entre ellos, la cultura, educación, digitalización, gobierno, etcétera (McClory, The Soft power 30, 2019). Esta posición, es la mejor que ha tenido desde que inició este índice en 2015. Ha tenido puntuaciones altas por la eficacia del gobierno y las libertades individuales, así como la extensa campaña turística liderada por

---

<sup>46</sup> Joseph Nye en su conferencia sobre los cambios de poder globales, estableció cómo el poder está cambiando en el siglo XXI, particularmente en dos divisiones, la transición del poder (del Oeste al Este), en el que Asia gradualmente está recuperando el poder que había tenido anteriormente y esta transición del poder (del Este), está basada en el miedo; el otro cambio de poder, se refiere a la difusión del poder (del Estado a actores no estatales), debido a una disminución de los costos tecnológicos, se eliminan las barreras de entrada y ahora prácticamente cualquiera puede acceder a él (si cuenta con los recursos disponibles). Por ello, además del Estado, surgen otros actores con mayor capacidad, que no tenían antes, debido a que se requerían grandes recursos para acceder a las tecnologías de hace unos años (Nye, 2010). El poder es la habilidad de obtener lo que quieres, ya sea por medio de pagos, coerción o bien hacer que otros hagan lo que tú quieres que hagan. Los tipos de poder, se encuentran distribuidos entre el poder militar entre estados, el poder económico, las relaciones transnacionales que se relacionan con el tráfico de drogas, pandemias, etcétera (poder caótico) y la cooperación. También el poder se establece al no sólo prevalecer en la guerra, ya que no es quien gana la guerra, sino que historia es la que gana (acerca de la narrativa y cuál es más efectiva). Por otra parte, también el poder puede ser positivo, si tú ganas, yo gano también, etcétera (Nye, 2010).

celebridades del K-pop, buscando también reforzar los lazos globales, así como las reuniones Kim-Trump generaron opiniones favorables acerca de la política exterior de Corea del Sur, por otra parte, la disputa diplomática con Japón amenaza su poder blando y la reputación de ambas naciones, lo que preocupa en un futuro y que como venía mencionando, ha sido una constante histórica entre los dos países<sup>47</sup>.

El posicionamiento de Corea del Sur como un país atractivo a partir del éxito de su cultura no fue un proceso inmediato, ya que tuvo que enfrentarse a las dos más grandes influencias en cultura popular, Japón y Estados Unidos, debido a que no solo impactaron en territorio surcoreano sino también en la región.

Es así que, la diplomacia es el elemento básico que permite a las naciones representar sus intereses en la comunidad internacional y la diplomacia cultural de Corea del Sur está basada en la difusión y transmisión de la cultura de su país hacia otros, principalmente para conocerla, ser atraídos por ella y en última instancia para que les permita influir en otras sociedades, así como para mejorar la perspectiva que tienen el resto de las naciones, debido a que principalmente por la cultura, se realizan los acercamientos en términos de política exterior con el fin de incentivar el diálogo y el intercambio entre éstos.

Por otra parte, la interacción entre gobiernos y ciudadanos entre dos o más países, vinculando tanto el poder duro como el poder suave con un adecuado balance, lo que nos brinda el *smartpower*, que a su vez, nos permite una mejor ejecución sobre los intereses, que de manera voluntaria otorgarán un ambiente favorable, dejando

---

<sup>47</sup> Como aspecto a destacar, las fortalezas de Corea del Sur, se encuentra en el ámbito digital, debido a su infraestructura digital de clase mundial, debido a que el gobierno promueve activamente la participación ciudadana mejorando el acceso a la información y a los servicios públicos, así también sigue superando a los demás países en el número de patentes mundiales presentadas en relación con el tamaño de su economía y de su gasto en I+D como porcentaje de su PIB. Por otra parte, si bien la cultura no es una debilidad para Corea del Sur, la industria del entretenimiento sufrió en 2019, debido al escándalo de “Burning Sun”, en el que se vieron involucradas numerosas estrellas de K-pop de alto perfil (así como corrupción policial, entre otros), por lo cual Corea del Sur, debería invertir más en otros bienes culturales que muestren la variedad y diversidad de su oferta cultural al mundo, que podría lograrse, por medio de un mayor aprovechamiento de la industria cinematográfica de Hallyuwood y los sitios de patrimonio mundial de la UNESCO en Corea del Sur, equilibrando la cultura contemporánea e histórica. Asimismo, su clasificación más baja, se encuentra combinando diversos aspectos, que se originan debido a la brecha entre los activos de poder blando que posee y las percepciones que el mundo exterior tiene de este país, por lo que debería aumentar su campaña de diplomacia pública (que ya lleva algunos años, particularmente el programa de Reporteros Honorarios y otros principalmente difundidos por los Centros de Cultura Coreanos alrededor del mundo), involucrando a las audiencias globales a contar su historia, así como aprovechar su posición como centro de innovación global. No todo el mundo reconoce marcas como Samsung, LG y Hyundai como coreanas (McClory, The Soft power 30, 2019).

de ser unilateral, donde otras opiniones que pueden influir en los resultados de diversas políticas entre países, debido a que la globalización ha permitido la apertura a otras culturas, otros modos de ser y de vivir, y es también en convergencia con otras situaciones, que provocaron una “explosión” en la difusión coreana internacional, sobre todo a partir de los medios de comunicación en los que gracias a la difusión del Internet y redes socio-digitales, se ha podido mejorar la forma en que establecemos contacto, sobre todo con un público extranjero.

A los países dónde los intereses diplomáticos de Corea del Sur no llegan por medio de la diplomacia tradicional (*hard power*), alcanzará la diplomacia cultural (*soft power*)<sup>48</sup>.

Si bien la estrategia surcoreana de difusión cultural, desarrollada desde hace unas décadas, ha sido un éxito económico, debido a las ganancias que genera este tipo de industria, particularmente el K-pop, comenzando por casualidad, difundida principalmente a través de transmisiones de videos musicales en internet, y al notar que dicha estrategia no sólo era bien recibida por el público extranjero, sino también mejoraba la perspectiva sobre Corea del Sur, se impulsó aún más, pero ya no con un enfoque para particularmente mejorar la imagen que se tenía de este país, sino de una manera más comercial, con una “bandera” de culturización surcoreana, que ha ido evolucionando poco a poco y que en ese proceso ha tomado aún más fuerza, en el que tanto actores públicos como privados han estado involucrados para que la industria del entretenimiento siga brindando ganancias a los participantes de un negocio muy lucrativo (que como todo, también han sobresalido sus desventajas), es por ello que la diplomacia cultural surcoreana visible y notablemente destacada en el softpower con rasgos de *hard power*, sobre todo en términos económicos<sup>49</sup> se ha dirigido hacia el *smart power*, por lo que se encuentran profundamente vinculados, no sólo en las estrategias del K-pop, los K-dramas y otros productos

---

<sup>48</sup> La mayoría de los Estados han sido conscientes acerca de la importancia del poder blando, que constituye una fuerza importante para fijar la posición y perspectiva en el mundo, este modelo ha sido sobre todo utilizado por Estados Unidos, extendiendo su cultura en el mundo, desde su particular punto de vista.

<sup>49</sup> Park Yang Woo, Ministro de Cultura, Deporte y Turismo declaró: «Estamos invirtiendo agresivamente en la industria cultural, ayudando en todo el proceso: desde la planificación y la producción hasta la distribución y la promoción. Para nosotros es industria nacional estratégica». Según cuenta, este apoyo se adapta a cada sector y a sus necesidades, pero en líneas generales los apoyos públicos se dan en forma de subsidios directos, ventajas fiscales y flexibilidad de las regulaciones (Pardo Porto, 2020).



culturales, sino que de acuerdo a diversos análisis teóricos, el hallyu en sí mismo posee un conjunto de elementos que conforman el *smart power*<sup>50</sup>.

Por ello también se encuentran ciertos conceptos clave sobre el poder inteligente o smart power, mencionados por Manuel Villegas, para el desarrollo y puesta en marcha de estrategias sustentables del poder inteligente y son: el objetivo bajo el cual se busca ejercer el poder, su naturaleza interna y su contexto global. El poder no puede ser inteligente si aquellos que lo ponen en marcha ignoran los atributos de las poblaciones y regiones objetivo, el auto conocimiento y entendimiento de las metas y capacidades propias. El poder inteligente requiere la capacidad de saber lo que un país o una comunidad busca, así como su voluntad y capacidad para lograr sus metas; el contexto regional y global dentro del cual la acción se ejecutará; por último, las herramientas a emplear, así como en cómo y dónde se pueden ocupar de manera individual o combinada (Villegas Mendoza, 2015).

La diplomacia no debe ignorar el rol que desempeñan en las sociedades, así como la transformación del poder de múltiples maneras y cómo éste concepto ha evolucionado, particularmente por la digitalización y las nuevas conectividades que en el ámbito tecnológico desarrollan ciudades inteligentes en las que se continúan presentando nuevos actores que se encuentran más allá de una diplomacia paralela, debido a que esta transformación tecnológica propicia mayor libertad de expresión principalmente por el aumento de los canales de comunicación, es decir, las dinámicas del sistema internacional se encuentran en constante cambio y es por ello que a veces es tan sutil y prácticamente imperceptible la transición entre los poderes combinados que contemplan el *smart power*<sup>51</sup>.

---

<sup>50</sup> Si bien, el gobierno coreano emplea la Ola Hallyu y el K-pop, como estrategia de soft power con el fin de satisfacer su interés económico, Joseph N., argumenta que a pesar de que lo económico es hard power también este puede ser soft power, en tanto que seduce y atrae tanto como obliga. Por lo cual no habría un rompimiento de la lógica de atracción del soft power. Asimismo, comenta que el éxito en la creciente popularidad de la Ola Hallyu y el K-pop, ha generado una atracción por la cultura coreana y por el país que representa (Nye, 2010).

<sup>51</sup> Son aquellos equilibrios entre negociación y cooperación, entre lo offline y lo online, entre lo privado y lo público, los que forman los mimbres del *smart power* [...] En este contexto, las ciudades se erigen como potentes nodos de comunicación que interactúan entre ellos, capaces de generar nuevos contornos geográfico-digitales, más allá de las fronteras o el espacio físico, conectándose y coordinándose con otros 'súper nodos' de carácter nacional o supranacional (Caravaca, 2015).

Es decir, si bien por medio del soft power, se planteó “La idea de que se puede reducir el gasto en defensa destinado a la fuerza militar y optar por convencer en lugar de coartar —proveer de manera generosa para comprar paz, estabilidad y prosperidad. [...] El poder blando no funciona sin el poder duro”. Aunque parte de una visión idealista, es una vuelta a una visión pragmática y realista de las relaciones internacionales. Así, aunque no puede decirse que el poder duro signifique paz, sí puede estipularse que su ausencia es una causa de la multiplicación y la prolongación de conflictos armados. [...] La teoría del poder blando se ha ido convirtiendo en la práctica en una postura cada vez más propensa a la intervención y más favorable a un poder duro intensivo” (Vautravers, 2017).

Como lo menciona Moisés Naim (Coparmex Nacional, 2014), el poder está siendo transformado muy rápidamente, con fuerzas de todo tipo, por lo que el poder se vuelve más fácil de obtener y por ende, también más fácil de perder, más difícil de utilizar y dicha situación ocurre en todas las geografías y actividades humanas, [...] en todas las actividades en las que se implica el poder, ejemplos diversos de la pérdida de poder en distintos medios, reconfigurando la economía, política y seguridad en muchos Estados. Estos nuevos protagonistas, denominados por Naim, como micropoderes que muchas veces aparecen súbitamente y logran transformar la realidad del poder, muchos de ellos no podrán desbancar a los poderes tradicionales de siempre, aunque se presenten más limitaciones y otros sean quitados del poder.

Con lo que podemos afirmar, que de ser una estrategia un poco más flexible para saber a dónde los conduciría, dicho enfoque se ha transformado, debido a que actualmente se utilizan múltiples elementos que han mostrado su eficacia, particularmente sobre el modelo industrial de producción de artistas coreanos que sean reconocidos a nivel internacional. Más adelante hablaré acerca de Lee Soo Man, una de las personas más importantes en este ámbito y que más influencia ha tenido para que esta estrategia cultural se expandiera de la forma en que lo ha hecho en la actualidad y como ha balanceado diversos elementos para perfeccionar su técnica, basada fundamentalmente en la cultura tecnológica que ha sido

desarrollada y perfeccionada en estos últimos, particularmente con el sello de S.M. Entertainment y que por supuesto es avalada, apoyada e incentivada por el gobierno surcoreano, lo que también le ha permitido a Corea del Sur impulsar su marca país.

### 3.1.1 Hallyu

“El hallyu (한류)<sup>52</sup>, es un término que hace referencia a la popularidad y visibilidad de la cultura de Corea del Sur en el exterior, especialmente en los países asiáticos. El término se originó en China a mediados de 1999 por un periodista de Pekín asombrado por la cada vez mayor popularidad de la cultura popular y el sector de entretenimiento de Corea en su país”. (Korea, 2019) Dicho fenómeno, inició en Corea del Sur y rápidamente se propagó a Japón, China y se fue expandiendo al resto de Asia y a su vez la popularidad tanto moderna como tradicional, continúa creciendo en Europa, América, etcétera.

Kim Bok Rae, profesor de la Universidad Nacional de Andong (Kim B. R., 2015), menciona que existen tres análisis teóricos que explican los orígenes/causas del boom del hallyu: por una parte, está basado en el éxito económico alcanzado por Corea del Sur a través de la rápida industrialización a finales del siglo XX, en este aspecto, se considera al hallyu como un símbolo del poder duro coreano / CT (tecnología cultural) que permitió a los empresarios / trabajadores coreanos fabricar mejores productos culturales, esta cultura de negocio se ha beneficiado a través de empresas coreanas activas estrategias de marketing y su asociación con empresas locales en Asia. En este sentido, el hallyu no es cultural, sino un fenómeno económico / industrial.

En contraste, la segunda teoría insiste en el “atractivo” de la cultura K-pop inherente al hallyu. La cultura de contenidos sobre el modelo de desarrollo de estilo coreano que ha logrado la democracia, a pesar de su crecimiento económico autoritario, pero también mantuvo la dinámica de la sociedad civil coreana y valores tradicionales, por lo que el hallyu como atractivo no es un mero producto comercial, sino un

---

<sup>52</sup> El hallyu es el nombre coreano y para Occidente, se emplea el nombre de Korean Wave u Ola Coreana.

misionero de valores culturales de Asia oriental que, paradójicamente, se ha convertido en parte del origen del anti-hallyuism (Kim B. R., 2015).

Asimismo, el profesor Kim Bok Rae (Kim B. R., 2015), explica que el hallyu no es siempre recibido de forma positiva. "Para algunos críticos, hallyu no es el resultado de excelencia cualitativa de la cultura coreana o su propia peculiaridad, sino una rama del vulgar "capital cultural B" en donde todos los deseos capitalistas y los diversos conflictos se embellecen hábilmente. Entonces, es casi imposible desarrollar hallyu como un gran negocio para liderar un orden cultural global en el futuro. [...] Sin embargo, el boom del hallyu no se originó en el dominio de la alta cultura tradicional coreana, sino de la cultura pop, como música de baile, rhythm and blues, funk, canciones de hip-hop de grupos de ídolos coreanos. Como resultado, proporciona una afirmación del poder de la cultura K-pop que los coreanos ni siquiera reconocimos hasta entonces. Es el atractivo fruto de la sensibilidad / creatividad de estilo coreano y la competitividad de la cultura K-pop que está creciendo aún más a través de mercados de libre competencia. Es la segunda teoría del hallyu como atractivo (poder blando) que puede servir como *Hub* para crear una red cultural de Asia oriental, mientras que se forma un contra-discurso a nivel de Asia oriental para hacer frente a la hegemonía cultural global liderada por Estados Unidos" (Kim B. R., 2015).

Es así que el hallyu, no solo ha ganado adeptos a este movimiento cultural-comercial, sino que también ha generado oposición, respecto a la forma en como es realizado y orientado hacia mercados específicos, por otra parte, ha sido notorio el distanciamiento de algunos sectores de la sociedad coreana, por no reflejar enteramente su identidad, aunque si refleja algunos de los valores, particularmente del confucianismo, que siguen muy arraigados en este tipo de sociedades de rápida industrialización.

De la misma manera, como explicaba anteriormente, la fusión entre la modernidad y su tradición, obligada predominantemente por factores externos, provocaron una simbiosis de convivencia entre sus opuestos, ha sido producto de un ajuste cultural entre sus diversos elementos que a su vez, ha impactado a nivel nacional, regional

e internacional, por lo que el hallyu se ha ido modificando y adecuando a los diferentes niveles de influencia con el paso del tiempo, a continuación se especifica de manera breve la evolución del término hallyu 1.0 al actual 4.0, etapas que fueron propuestas por Kim Bok Rae.

### **3.1.1.1 Hallyu 1.0**

El hallyu (1.0), comenzó con las exportaciones de K-drama a finales de la década de 1990. Especialmente, el hallyu es muy popular entre los jóvenes encantados con diversos géneros coreanos populares contemporáneos, música (K-pop), dramas (K-drama), películas, moda, comida y belleza en China, Taiwán, Hong Kong y Vietnam, etc. Este fenómeno cultural ha estado estrechamente relacionado con movimientos transnacionales de personas, flujos de información y capital en Asia Oriental (Kim B. R., 2015).

### **3.1.1.2 Hallyu 2.0**

El hallyu 2.0 o *neo-hallyu* (música K-pop), nació con un anhelo por la cultura coreana, como el alfabeto coreano (*hangeul*) y ampliar el rango del hallyu de la cultura K-pop contemporánea a la cultura tradicional más allá de Asia: comida coreana (*hansik*), traje tradicional coreano (*hanbok*), casa de estilo coreano (*hanok*) y otros conceptos, por lo que, a mediados de la década de 2000, el hallyu estaba estrechamente vinculado al boom del K-pop liderado por grupos de ídolos coreanos. Gracias a la web 2.0, impulsada por las redes sociales, sitios de redes y el teléfono inteligente (móvil), la moda de hallyu 2.0 (locura del K-pop) llegó a todo el mundo, más allá de Asia oriental (Kim B. R., 2015).

La popularidad del K-pop no se puede explicar en términos de un contexto industrial o apoyo estatal. Se debe principalmente a personajes supranacionales o híbridos inherentes a la cultura coreana en sí y a los medios de comunicación social, así como a videos musicales que fueron el punto de inflexión decisivo para el hallyu 2.0 en la formación de un "Fandom supranacional" con SNS (YouTube, Facebook y Twitter) que contribuyó en gran medida a la difusión mundial propagación de hallyu (Kim B. R., 2015).

### **3.1.1.3 Hallyu 3.0**

El hallyu 3.0 (cultura K), por parte del Ministerio de Cultura, Deportes y Turismo de Corea del Sur, con el objetivo de expandir la cultura tradicional coreana a todo el mundo, a pesar de la recesión del hallyu en crisis, las regulaciones en línea de China y el creciente sentimiento anti-coreano de Japón, etc. Desde principios de 2010, hallyu no se ha limitado a K-dramas o música K-pop, sino que incluyó todos los géneros de la cultura coreana (Kim B. R., 2015).

### **3.1.1.4 Hallyu 4.0**

El hallyu 4.0 (estilo K), es el que se está desarrollando actualmente y tiene el potencial de convertirse en un "estilo K" que está estrechamente relacionado con el derecho de publicidad. La difusión del hallyu se debió al afecto de los fanáticos de todo el mundo y el objetivo es la imagen de las estrellas hallyu. Les interesa el estilo de vida de las estrellas hallyu. Así, la estrategia de éxito de hallyu 4.0 depende de cómo utilizar y proteger la publicidad de las estrellas hallyu. Sin embargo, estos derechos de publicidad no están bien protegidos en Corea, lugar de nacimiento de hallyu, al no tener leyes y reglamentos relacionados con la publicidad. Por ejemplo, los titulares de derechos de autor coreanos (emisoras de radiodifusión y empresas de producción) simplemente no obtuvieron ingresos regulares por derechos de autor, pero las empresas de venta de productos relacionados y los sitios de videos en línea en China, Japón y otras naciones importadoras disfrutaron de beneficios económicos derivados del éxito de los K-dramas (Kim B. R., 2015).

*Cultura K-corporativa*, las empresas líderes coreanas (*Samsung, Hyundai y LG*) obtuvieron una sólida presencia en los mercados mundiales, pero su reputación global no es necesariamente positiva, debido a que su estrategia comercial se basa en la búsqueda de ganancias a corto plazo, sin establecer el patrón a seguir por otros en áreas de valor, como los derechos, protección del medio ambiente y gestión transparente, etc. Ahora es el momento de cambiar la cultura del ADN de empresas coreanas (Kim B. R., 2015).

Como lo explica el académico Kim Bok, estas cuatro etapas nos muestran la evolución del fenómeno hallyu, que ha sido vital para la diplomacia cultural que ha

establecido Corea del Sur, proyectando valores, tradiciones y costumbres, así como su estilo de vida, creando una marca nacional a través del poder cultural que ha traspasado fronteras y en la que sus productos culturales de forma comercial, han tenido cabida en el extranjero con lo que ha provocado una creciente derrama económica al país que continúa en acelerado aumento cada año.

### **3.1.2 Impulsores del Hallyu: Gobierno surcoreano y los chaebols**

#### **3.1.2.1 Gobierno surcoreano**

Corea del Sur, es un país en el que el intervencionismo estatal sigue presente aun siendo una economía avanzada, tal situación explica el proteccionismo que se vivió posterior a la división de la península y que le permitió un desarrollo industrial, permitiendo que se desarrollara la competitividad y posteriormente se internacionalizara su comercialización. Para que este plan se pudiera desarrollar, se financió por medio de los bancos estatales a la industria pesada (aunque con limitaciones) y de forma selectiva elegían a ciertas empresas para diversos mega proyectos industriales y para proteger su industria nacional, solo permitía ciertos tipos de inversión externa o transferencia de tecnología, además proporcionó incentivos como financiamientos, protección contra la competencia extranjera, divisas preferenciales, etcétera.

Por supuesto, estos incentivos y selectividad beneficiaron en su mayoría a los chaebols, mientras que los emprendimientos y las pequeñas empresas sufrían mayores problemas y se encontraban vulnerables ante los conglomerados empresariales, sin duda el sector social es el que más afectaciones ha tenido durante el progreso económico surcoreano, por las inequidades existentes en el sistema.

El aspecto económico e industrial controlaba al país, así como el consumo cultural de la población en general, por lo que se dedicó a promover las canciones patrióticas, exaltando el nacionalismo en ese país, además de los ritmos populares que predominaban en ese entonces y debido a las múltiples intervenciones extranjeras en Corea, como la ocupación japonesa, el gobierno siempre intentaba

prevenir una absorción cultural por lo que se imponían políticas restrictivas de todo tipo, posteriormente se fue abriendo a otros mercados de forma selectiva.

Corea del Sur era hasta mediados de los años 60 un país fundamentalmente agrícola. A partir de 1963, bajo el régimen autoritario liderado por Park Chung-Hee, comienza su proceso de desarrollo, fuertemente tutelado por el Estado y basado en el apoyo a un sector industrial enfocado hacia la exportación (Seúl, 2006).

Por ejemplo, durante los años 80's y 90's era común asociar productos o contenidos coreanos a Japón o a China, pero a medida que la euforia contagió al resto de Asia con entretenimiento coreano (que ya se identificaba como tal), fue que el gobierno surcoreano (en unión con empresas privadas), decidió utilizar a su cultura como un medio para impulsar su economía, -en forma de una marca nacional-, ya que la imagen de un país es de los aspectos fundamentales para poder llevar a cabo inversiones en éste, con lo que a su vez, incentivó el intercambio comercial y económico entre uno o varios países.

El gobierno surcoreano posterior a la crisis financiera de Asia en 1997, aplicó la misma fórmula que Lee Soo Man, (quien ya había visto el potencial de la cultura y lo enfocó en la industria musical años atrás), dicho tema lo explicaré más adelante en la sección sobre las industrias del entretenimiento surcoreanas (Ezra Klein, 2018).

Fue en ese momento que tanto el gobierno como los empresarios de entretenimiento más importantes de Corea del Sur (entre ellas está un exintegrante de la banda de Seo Taiji & Boys), se vincularon para vender la música como un producto cultural de exportación. Con lo que finalmente el gobierno aprobó una ley en 1999, para impulsar las artes, a la que al menos le dedicarían el 1% del presupuesto a la cultura, aprobada por el presidente Kim Dae Jung quien se hizo llamar *presidente de la cultura*, estableciendo la Ley Básica para la Promoción de la Industria Cultural (Balderrama Santander, 2017). Diferente a lo que ocurrió años atrás con esta ley, actualmente Corea del Sur, "ha asignado el mayor presupuesto anual de su historia para el Ministerio de Cultura del año 2020, con el objetivo de impulsar la prometedor industria de contenidos del país. [...] El presupuesto aprobado incluye 6,48 billones de wones (5.423 millones de dólares) destinados al



Ministerio de Cultura, Deportes y Turismo, el mayor presupuesto que el Gobierno ha destinado para el ministerio.” (Yonhap, s.f.).

Park Yang Woo, ministro de Cultura, Deporte y Turismo en la participación de Corea en Fitur como país invitado, explicó que la industria cultural nacional es estratégica, en la que se invierte agresivamente y el apoyo, “se adapta a cada sector y a sus necesidades, pero en líneas generales los apoyos públicos se dan en forma de subsidios directos, ventajas fiscales y flexibilidad de las regulaciones. También, claro, a través de la creación de escuelas de profesionales, porque al final la industria cultural es creatividad y profesionalidad. La fórmula del éxito, insiste, es la de la colaboración entre lo público y lo privado” (Pardo Porto, 2020).

Asimismo, también es importante mencionar la parte contraria de este éxito magnánimo para Corea del Sur, ya que también posee numerosas críticas este tipo de industrias, sobre todo los contratos a los jóvenes con extenuantes horarios y reglas, lo que llevó en 2009 a la Korean Fair Trade Commission (KFTC, s.f.), a regular los contratos de agencias, quitando cláusulas demasiado largas o restrictivas.

Afortunadamente, estas políticas deshumanizantes hacia los artistas coreanos, particularmente con los *idols* del K-pop, han mejorado por diversas circunstancias, por ejemplo, por la intervención de los *idols* de la industria que en la actualidad son *seniors* y que tienen la capacidad y poder porque su grupo es una marca respetada y con reconocimiento internacional, pero también han existido casos de aquellos más desafortunados que han vivido situaciones muy difíciles en la industria y que han tenido que recurrir a la vía legal para garantizar sus derechos, así como los fans que de forma conjunta en varios países y principalmente en Corea del Sur, han protestado por una mejora en las condiciones de sus *idols* (entre otros), lo que ha permitido una visualización mayor y con ello un cuestionamiento de los diversos medios internacionales acerca del duro trabajo y esfuerzo de los *idols* desde que son *trainees*, así como las condiciones reales de la industria del entretenimiento coreano que no pueden pasar desapercibidos, ante la estrategia surcoreana sobre

el hallyu sus productos culturales, así como las influencias indirectas en otros sectores de la industria.

Respecto a lo anterior, el político Park a cargo del Ministerio de Cultura, Deporte y Turismo ha señalado que “se habla de trabajar a nivel social en conjunto con las compañías de entretenimiento por medio de campañas de prevención de suicidios, y de programas de consultas psicológicas para prevenir daños. En especial nos centramos en los artistas jóvenes” (Pardo Porto, 2020) y por medio de este Ministerio de Cultura, Deportes y Turismo de Corea, se presentó un informe con las especificaciones de los cambios en las regulaciones de la industria del entretenimiento coreano, relativa a los campos del arte y la cultura y estas nuevas regulaciones influirán directamente en el mundo del K-pop y sus protagonistas, los idols y artistas coreanos, (entre los más importantes se encuentran los cambios en los contratos de los trainees, la reducción de la jornada laboral o temas relacionados con el servicio militar obligatorio en Corea del Sur) (Kim L. , 2019), etcétera.

Con lo anteriormente mencionado, podemos percatarnos como el gobierno<sup>53</sup> se volvió un facilitador, que buscó que el mercado fuera estable, mediante la implementación de ciertas políticas, para aumentar el beneficio económico a nivel público como privado, con lo que después de una serie de años y la continua inversión en dichos productos, ha obtenido los beneficios continuamente, por medio de su creación y consolidación de marca país que sigue progresando y visibilizándose más, debido a que la diplomacia cultural que se realiza por medio del Hallyu, continúa siendo apoyado por el gobierno surcoreano como una prioridad, por los beneficios económicos y políticos (entre otros) que le ha brindado, a través de diversas estrategias y con un discurso central difundido principalmente por medio del Ministerio de Cultura, Deporte y Turismo con el KOCIS (con múltiples programas y recursos, uno de ellos el Programa de Reporteros Honorarios), los Centros Culturales, etcétera y la vinculación del gobierno a diferentes niveles en el país,

---

<sup>53</sup> La mayoría de los presidentes hoy en día, tienen múltiples restricciones, con lo que las democracias desilusionan a los votantes (que van evolucionando hacia las vetocracias), porque no pueden satisfacer las crecientes expectativas de éstos, así como el surgimiento de nuevos actores políticos, que sí tienen un poco de poder para bloquear las iniciativas del resto, pero ninguno tiene el suficiente poder para imponer una forma de hacer las cosas (entrevistas, proyectos, visiones) (Coparmex Nacional, 2014).

continúa siendo objeto de estudio y atención en diversas partes del mundo, buscando información, explicación y sirviendo como ejemplo y ajustándolo para servir de modelo a otras economías.

### **3.1.2.2 Los chaebols**

Como anteriormente he mencionado, los conglomerados empresariales o *chaebols*, han jugado un papel fundamental en las últimas décadas, no sólo en el crecimiento económico, sino también en el poder cultural que otorgan, creando sinergia con el gobierno y las industrias del entretenimiento surcoreano (promoción de sus artículos por medio de publicidad de idols).

En la actualidad, los chaebols como Samsung, LG, Hyundai, KIA y otros “han alcanzado una dimensión empresarial, desarrollo tecnológico y un grado de multinacionalización similares a muchas de las grandes compañías occidentales y japonesas [...] son empresas privadas, en cuyo capital la participación estatal es mínima. Además, el control efectivo de las compañías está en manos de un puñado de individuos o familias. Un rasgo adicional es la casi total ausencia de participación extranjera en el capital de esas empresas “ (Bustelo, 1991).

“No hay que confundir los *chaebol* coreanos con los *keiretsu* japoneses. Al igual que los grandes grupos industriales nipones, los *chaebol*, empezaron siendo pequeños negocios familiares. A diferencia de éstos, sin embargo, siguen estando controlados por clanes familiares (los Lee en Samsung, los Chung en Hyundai, los Kim en Daewoo, los Koo en Lucky-Goldstar, etc.). Ello supone una centralización excesiva en la toma de decisiones, a las que no se llega por consenso (*nemawashi*), como en Japón, sino por la resolución muchas veces unilateral y autoritaria del presidente de la compañía. Un efecto adicional de ese control familiar perpetuado es que los riesgos de corrupción son mayores” (Bustelo, 1991).

Sobre el origen de los chaebols, de acuerdo a (Mastrapasqua, 2013), se le relaciona con la política proteccionista en Corea del Sur, cuando la dictadura de Park Chung Hee (1961-1979) se estableció, por lo que se crearon estos conglomerados con el fin de que se desarrollaran en un tiempo determinado, lo que se vio reflejado en el crecimiento económico, a partir de la industria textil (primeramente) y de la industria

electrónica (que poco a poco fue en aumento), desafortunadamente la situación externa provocó una desaceleración, principalmente debido a el déficit estatal que había sobre financiado la industria pesada (que en esa época se promovió por el acercamiento entre Estados Unidos y China), además de la incertidumbre política latente.

En el periodo de 1982 a 1991, se vivió un periodo de ajuste para la economía y la industria, que provocó la reducción de empresas fabricantes de productos semejantes (para que las economías a escala fueran pocas), por su parte, el gobierno disminuyó los préstamos empresariales y fue más restrictivo y selectivo con ciertos sectores, además de que se privatizaron algunas compañías. Debido al incremento de las exportaciones (principalmente por el aumento de producción en la industria pesada a comparación de la industria ligera), se vendían automóviles, televisores y acero, por lo que se experimentó un superávit por primera vez hasta 1989 (Mastrapasqua, 2013).

Este periodo de industrialización significó también un crecimiento para Corea del Sur, puesto que son procesos mutuamente influyentes y conforme esta industrialización se fue asimilando con su propio proceso de aprendizaje, se inició el crecimiento, así como la intensificación de la actividad empresarial, creando una “cultura empresarial”, que continuó impulsando diversos sectores selectos por el gobierno e incorporando nuevas tecnologías de países cercanos como Japón, esto a su vez, ha generado afectación y desigualdad social, debido a que los beneficios se concentran en muy pocas personas (chaebols) y en ciertas regiones, particularmente Seúl, si bien el gobierno sobre todo, durante épocas dictatoriales e inestables, recurrió a un mayor control, los chaebols, cada vez van teniendo más poder debido a que han abarcado múltiples áreas tanto de productos como de servicios, como es el caso de Samsung en Corea del Sur, que no se limita al área industrial y tecnológica, sino también en la industria de la moda, la alimentación, los seguros, etcétera, con lo que podrá seguir exigiendo al estado intervenciones si sus intereses se ven afectados.

Si bien las empresas familiares conocidas como chaebols han contribuido al desarrollo del país por el impulso económico que han brindado, así como la imagen exterior sobre Corea del Sur, respecto a la calidad y modernidad, el nepotismo y la corrupción en diferentes niveles, particularmente los casos con el gobierno, les han provocado diversos escándalos, particularmente el tráfico de influencias, en los que se han visto inmiscuidos los presidentes del país surcoreano, el último caso, la presidenta Park Geun Hye debido a favores políticos concedidos al vicepresidente de Samsung.

### **3.1.3 Los productos culturales más importantes de Corea del Sur: K-drama y el K-pop**

Existiendo múltiples expresiones artísticas, particularmente de la cultura tradicional coreana, pero el movimiento *hallyu*, que despegó poco a poco a partir de los 90's, es el que ha establecido el interés general, basado en dos de sus principales productos culturales: K-drama y K-pop.

#### **3.1.3.1 K-drama**

Los K-dramas fueron un primer impulso para acrecentar el interés en Corea del Sur, conforme su producción y la tecnología fue avanzando, cada vez sus resultados mejoraban y obtenían más niveles de audiencia en el extranjero (primero fueron un gran éxito en China y de ahí se fue extendiendo al resto del continente (Zarco, 2018)), a su vez, conforme la banda sonora se volvía más importante en este aspecto, la confluencia entre músicos y artistas del K-pop permitió una mejora audiovisual sin precedentes que terminó de consolidar la industria en diversos puntos a nivel internacional y con el creciente interés por la cultura coreana, junto con el K-pop, ambos productos culturales se fueron incorporando, con lo que han resultado en los más relevantes en cuanto al impulso en el fenómeno *hallyu*.

La reacción y el éxito obtenidos no era algo que se esperaba, pero fue motivante para que se invirtiera en este aspecto, debido a que, si bien la cuestión económica iba mejorando con respecto a décadas anteriores, podría augurar ser un promotor de una nueva de expansión económica.

Los dramas o series coreanas, mejor conocidos como K-dramas, son uno de los productos culturales determinantes del establecimiento del hallyu, pueden contener entre 12 a 20 episodios de forma normal, existiendo algunos pocos con 50 o más episodios y generalmente duran una temporada, aunque existen casos actuales de dos temporadas como máximo. Dentro de este contexto, existen múltiples géneros (incluido el histórico) y en la actualidad se suelen combinar dos o más géneros en un mismo drama, por otra parte, los temas más populares se centran en sus raíces confucianas, sobre la familia, el trabajo y las relaciones humanas, con sus evidentes conflictos, problemas y situaciones a nivel social, político, económico y cultural. Y como la sociedad dicotómica que es, también se muestran en diferentes escenas la convivencia entre dichos antagonismos que reflejan la riqueza cultural que tiene Corea del Sur y que han sido la principal herramienta de difusión de la cultura tradicional coreana.

Algunos K-dramas han sido enfocados en mejorar la imagen de Corea del Sur ante los ojos del mundo y otros a incentivar el nacionalismo e identidad dentro del país, incidiendo como estrategia de política exterior, dando a conocer sus valores, costumbres, idioma, en los que también se incluyen aspectos de la vida cotidiana que dependiendo de la época, nos muestran diversos elementos como son la historia, gastronomía, la urbanización y arquitectura, las interacciones sociales, costumbres y un largo etcétera, lo que permiten un acercamiento más certero a diversos elementos surcoreanos, para al menos conocer de forma general, distintos elementos que conforman a la sociedad coreana.

Actualmente, los K-dramas son transmitidos por diferentes cadenas de televisión surcoreana, así como por plataformas de streaming en internet para el público extranjero (aún con las barreras idiomáticas obvias), alcanza su distribución e interés en diversas regiones geográficas, donde son frecuentes las colaboraciones de subtítulos, lo que a su vez ha creado comunidades interesadas y enfocadas en este producto cultural en específico.

De hecho, muchos de sus productos culturales cuentan con una calidad elevada, con una producción atenta y específica con un trabajo detallado detrás de cada

producto terminado (música, dramas, cine, etcétera), que son prácticamente insuperables por la dedicación tan precisa a cada elemento presentado aún con las nuevas expresiones y fusiones variantes con elementos audiovisuales incorporando palabras y frases en inglés, generando una conexión e identificación por medio de las historias que cuentan y también la mejoría en las comunicaciones y herramientas digitales ha permitido masificarse por la inmediatez de difusión gracias al internet y la exposición principalmente por medios como son las redes socio-digitales que actualmente existen, le permite emerger particularmente del mercado nacional coreano y en general del resto de Asia, para terminar insertándose y adaptándose a Europa, Estados Unidos y Sudamérica, entre otros.

Otra cuestión importante a mencionar son los *OST's* o soundtracks de los K-dramas, en ellos se incluye diferentes canciones por medio de las cuales también se dan a conocer artistas de K-pop, idols que protagonizan dichas tramas o una combinación de ambos. Es decir, ya sea por los K-dramas, el K-pop o una mezcla de ambos, la mayoría de los que incursionaron en la cultura surcoreana han sido atraídos particularmente por alguno de estos productos culturales, si bien los K-dramas generaron interés desde años atrás, en la actualidad, la creciente industria del K-pop y su incesante competitividad, la han colocado como una de las mayores generadoras de interés internacional.

### **3.1.3.2 K-pop**

Desde hace más de 20 años inició el K-pop y no hace más que seguir creciendo, ha mostrado su expansión llegando a presentarse en los escenarios más icónicos alrededor del mundo, dónde poco a poco, la audiencia tiene a ser no asiática, lo que demuestra que dicha industria se ha globalizado, adaptándose e innovando de forma continua, a partir de su base de hits y su producción musical específica que ha sido el constituyente esencial de la cultura *popular* coreana<sup>54</sup>, que al ser difundidos sus contenidos a través de videos de internet, principalmente a sus

---

<sup>54</sup> De acuerdo a la Tecnología Cultural (también denominada cultura tecnológica) de Lee Soo Man (que explicaré más adelante, en específico en el apartado 3.1.3.2.1.2 de este capítulo), el K-pop, se refiere a la música popular coreana, no precisamente a la música Pop hecha en Corea del Sur, es decir, la producción de esta música puede incluir diferentes variantes y abarcar diferentes géneros.

vecinos asiáticos, para conocer el nivel de aceptación con un mercado más similar al suyo, no creían que fuera posible la atracción que el K-pop lograba incluso para aquellos que desconocían el lenguaje principal con el que se elaboran, ya que el idioma coreano era únicamente hablado en la península y por algunos inmigrantes; ésto provocó que en un inicio, los nuevos trainees que se convertirían en idols<sup>55</sup>, iniciaran su entrenamiento de forma discreta para continuar produciendo nuevos proyectos que complacieran y agradaran al mercado del K-pop que iba creciendo poco a poco (Canal de YouTube de Stanford Graduate School of Business, 2011).

De esta manera, la música coreana se fue perfeccionando para que fuera un producto listo para ser consumido en el resto de Asia y en cualquier otro país, una industria musical sin barreras de género, con reglas distintas de composición y en las que en cada año aumenta las ganancias de esta industria que continúa creciendo y expandiéndose.

A diferencia de otras industrias, en el K-pop, “más siempre, es más” y es por ello que también se ha popularizado de forma masiva, de hecho, antes del surgimiento del hallyu, Japón era el símbolo en cuanto a la moda y la cultura que provenía de ese país, estaba muy presente en Corea del Sur, ahora ésta es la que marca tendencia en moda y otros aspectos y como agencia de entretenimiento, la SM Ent, por medio de sus artistas, comienza a ser relevante en Japón, lo que genera una aparición en diversos programas y revistas de alto nivel de Japón (Canal de YouTube de SM Town (SM Entertainment), 2016) y esta industria continúa desarrollándose, hasta que la popularización masiva y expansiva a nivel internacional, tuvo su pico más alto en 2012 con la canción “Gangnam Style” de PSY y que continúa aumentando su influencia en estos días, particularmente en el mercado estadounidense con BLACKPINK (grupo femenino de K-pop).

---

<sup>55</sup> Ídolos o celebridades coreanas, conocidos de esta forma por ser idealizados, al tener un comportamiento intachable, dedicarse y deberse a sus fans (adorado pero intocable), por lo que su vida personal prácticamente es inexistente y si la tienen generalmente es oculta para evitar “traicionar” a los fans y perder su confianza, en caso de ser descubiertos, los fans (sobre todo los asiáticos y particularmente los coreanos), dejan de comprar sus discos, productos y todo aquello en lo que se promocionen, pueden generar publicidad negativa, también han solicitado la expulsión del grupo e incluso pedir pena de muerte, etcétera. Dichos reclamos de los fans, particularmente la expulsión del grupo si han ocurrido, un ejemplo de ello es el caso de Sungmin de Super Junior, quien después de casarse, no pudo volver a incorporarse al grupo, por el boicot generado por las fans, por lo que en la actualidad se encuentra con su carrera en solitario con casi nula promoción.



Diferentes ejemplos han demostrado al K-pop como una industria altamente rentable, el “K-pop, más que un estilo de música, es una fórmula económica, que en 2017 registró ventas por US\$4.700 millones; y sus canciones, más que arte, son un producto” [...] Este negocio, pensado como un producto cultural de exportación para el Gobierno de Corea del Sur, ha logrado que la industria musical de ese país pasara de ocupar el puesto 29 en el mundo durante 2005, a ser la número seis en 2018, de acuerdo con cifras de la Federación Internacional de la Industria Fonográfica (Ifpi). Además, en el último año, los ingresos por streaming de la música coreana crecieron 47%. (Arango M., 2019).

Esto no es sorprendente, ya que el K-pop incluye ciertos elementos que los hacen tan distintivos y atractivos tanto a la vista como al oído, en el caso del K-pop (pop coreano), va desde el proceso musical (títulos de canciones en inglés, con frases o palabras anglosajonas, casi todas las letras se cantan en coreano, con mezclas de diferentes géneros), un modelo de matemática musical que se ha aplicado a muchas canciones que conocemos.

Sobre esta técnica, el periódico El País, sacó una nota acerca del libro, “La fábrica de canciones (Reservoir Books)”, escrita por John Seabrook, [...], este libro, “indaga en la historia de la industria musical para buscar el origen de los hits. La tradición es larga: desde la mítica discográfica Motown, en los sesenta, hasta el combo de Stock Aitken y Waterman a finales de los ochenta —con Kylie Minogue, Jason Donovan y Rick Astley como principales estrellas— pero nadie ha durado tanto en el negocio como Max Martin<sup>56</sup>”.

“La mayoría de los productores, a partir de los ochenta, usaban a estrellas desconocidas que en cuanto tenían éxito querían, comprensiblemente, cierto control creativo. El desprecio de los productores por artistas que ellos consideran que han creado, [...]. “Además, la música evoluciona vertiginosamente, si algo tiene éxito en seguida es copiado, con lo cual acabas sonando como una parodia de ti mismo. Martin se ha rodeado de diferentes colaboradores y sus técnicas de producción para

---

<sup>56</sup> Max Martin y Denniz Pop, productores suecos, responsables de los mayores hits en varias industrias musicales, en Europa, América y Asia.

cambiar su sonido y seguir siendo relevante". [...] El libro incide en la ciencia, pero también en el lado oscuro del éxito. Desde los usureros managers de boy bands, al acoso sexual a las estrellas, nadie sale indemne de una fábrica de éxitos. "Se trata de una industria increíblemente sexista, en la que no hay mujeres productoras. Las cantantes son chicas muy jóvenes, inicialmente sin poder. Cuando un tipo que ronda los cuarenta puede lograr que seas una estrella o un fracaso más, su poder es inconmensurable. [...] Tras cuatro años de investigación, este periodista de The New Yorker, fanático de la música, admite cierta desilusión. "Hay cosas que preferiría no haber descubierto. Por ejemplo, para grabar una canción, un artista puede estar repitiendo una frase incesantemente durante cuarenta tomas para conseguir ese resultado perfecto. Le resta esa magia mística de la composición de canciones" [...] La matemática sueca no es, evidentemente, algo que siempre resulte emocionante (Lijtmaer, 2017).

El K-pop también incorpora diferentes elementos visuales, desde colores vivos, la moda y maquillaje hasta las coreografías, que están perfectamente diseñadas); los integrantes de cada grupo (no hay dos iguales ya que cada uno tiene un rol específico, con un balance entre diferentes personalidades y roles definidos para cada uno), donde se incluyen: el cantante principal, rapero, bailarín, etcétera; además de que se crea una sinergia entre ellos, donde cada uno tiene su lugar y papel, con lo que les da la oportunidad a todos de "brillar", es decir que estén dónde deben estar, el nombre de los grupos casi siempre son acrónimos, debido a una estrategia internacional, por lo que no tienen una traducción y son usados para el mercado global. Además del uso de sub unidades dentro del mismo grupo y finalmente, el uso de diferentes idiomas para realizar una misma canción (a veces en coreano y chino y otras veces en coreano y japonés, etcétera) por su enfoque en diferentes audiencias, principalmente el mercado asiático (Ezra Klein, 2018).

Más allá de la evidente preparación y comercialización del K-pop como música, principalmente a través de sus agencias con promoción de videos musicales, fan meetings y otros, así como la adquisición digital y física de la música, las ganancias más importantes son a través del "merchandising" para los fandoms (grupo de fans

que tienen voz sobre sus ídolos), es decir el conjunto de productos que se utilizan para promocionar al artista, que van desde fotos aleatorias de los miembros del grupo con autógrafos, stickers, posters, fundas para celular, ropa, hasta diversos artículos de uso cotidiano con los diseños de los grupos de los artistas, hasta las famosas *lightsticks*, sobre todo utilizadas en los conciertos como una forma de “apoyo” al grupo. Sin duda este aspecto ha sido importante para mantener a flote la industria física (CD´s y en algunos casos cassettes o LP´s), así como impulsar el mercado digital musical y, por ende, la promoción de industrias relacionadas al entretenimiento, incluidas la moda, estética y las nuevas tecnologías que son muy importantes dentro de este sector, en conjunto generan una fuerte herramienta de marketing como la representación de la cultura popular coreana.

La industria del K-pop ha sido conservadora en múltiples aspectos desde sus inicios, en la actualidad, ésta ha mostrado una apertura mayor y si bien hay ciertos temas que han creado polémica, sólo en algunos casos llegan a ser censurados, aunque es una sociedad conservadora, a menudo se percibe una doble moral sobre los discursos que manejan.

Con la globalización, el K-pop como industria del entretenimiento, se ha vuelto un negocio que se estructura para controlar, explotar y obtener los máximos beneficios, esta contraparte de la “cultura tecnológica”, particularmente desarrollada por la S.M. Entertainment, basado en la estrategia para llegar al éxito, que a su vez genera un beneficio económico, no es algo de lo que se hable abiertamente, pero se sabe principalmente por las acciones legales de algunos idols y los testimonios de otros, la rigidez estructural que existe en esta industria, en el que entran desde una muy temprana edad como trainees y que este proceso se asemeja a un “campo de entrenamiento” en el que la creación de un nuevo grupo y el desarrollo de sus habilidades conlleva fuertes inversiones en dólares, por lo que, al inicio de sus carreras, las agencias son las que van recuperando el dinero, siempre y cuando debute el grupo (porque existen algunos casos de grupos que por años practican y nunca llegan a debutar).

Por supuesto es algo que sucede en otras industrias culturales, aunque el modelo surcoreano parece más bien una fábrica industrial en el que va aumentando la competencia y la presión para ser mejores y conseguir un espacio en esta industria tan voraz, a la vez que los contratos son muy rigurosos y casi semi esclavistas, en los que los extensivos horarios laborales (particularmente en la época activa de promoción del grupo), provocan que la vida personal de los idols sea casi inexistente, incluso por días no comen ni duermen apropiadamente y a eso le sumamos la dieta y ejercicio extremo que realizan para mantener un “cuerpo ideal”, así como la imposición de un ideal estético mayor, que continúa elevando la presión por la apariencia física y belleza para ambos géneros en el país (algo a destacar es que incluso los mismos idols masculinos hablan de las diferencias entre género en esos estándares y que ellos no son tan presionados en ciertos aspectos como sus colegas femeninas).

Debido a esto, se aumenta la cantidad de procedimientos estéticos como la cirugía plástica, así como las clases para mejorar sus técnicas de baile, canto, idioma, instrumentos, conversación, etcétera y en el poco tiempo que les queda, continúan practicando, alejados de sus familias y sin permiso de salidas (a veces se subestiman las dificultades que los idols sufren para conseguir su “sueño”, para el que requieren arduo trabajo), sobre todo en su época como *trainees* y posterior al debut, donde las expectativas son muy altas para su reconocimiento y rentabilidad dentro de la compañía, que es el momento de demostrar la inversión que hizo la compañía en el grupo, afortunadamente dentro de los mismos grupos que les conforman, se apoyan entre sí (en algunos casos), debido a que se han conocido en los entrenamientos y terminan siendo amigos entre ellos, porque se encuentran viviendo en la misma situación y se comprenden mejor.

En relación a los escándalos mediáticos, las agencias de entretenimiento se han visto involucradas en el maltrato físico y psicológico, amenazas, abuso sexual, prostitución, contratos de esclavitud, suicidios, apuestas ilegales, difusión de videos sexuales, sobornos a empresarios, entre muchos otros temas, lo que ha evidenciado al sistema, afectando la percepción del público coreano y extranjero,

así como el valor accionario de la industria del entretenimiento surcoreano, que por años había sido prácticamente intocable (salvo por algunas demandas ganadas por ciertos artistas, quienes han sido los que iniciaron el movimiento, por lo que poco a poco han mejorado las circunstancias de los idols), sobre todo con las últimas actualizaciones del año pasado (mencionado en el apartado del gobierno de este mismo capítulo), en la que se establecen mayores protecciones para los trainees, los horarios laborales, las condiciones económicas y los contratos, por supuesto aún queda mucho por hacer, sobre todo cambiar el paradigma de tratar a los idols como un producto comercial intercambiable y no como personas, seres humanos que tienen derecho a su vida personal, sobre todo después del esfuerzo que han realizado por años<sup>57</sup>.

Ahora bien, la apertura de los idols hacia estos temas, han permitido que los fandoms<sup>58</sup>, se acerquen un poco más a sus artistas, apoyándoles e incluso saboteando los planes de las agencias de entretenimiento que afectarían a sus idols (existen múltiples casos conocidos), buscando darle voz a sus artistas, si bien existen marcadas diferencias, particularmente en la base coreana, en las que algunos de ellos, tienen una mentalidad más cerrada sobre sus ídolos, creyendo que les pertenecen, volviéndose obsesivos con ellos, aunque existen *fandoms* de todo tipo, la ventaja de la base en Corea del Sur, es que ellos se encuentran cerca de los ídolos, donde sucede todo y estando más cerca de los artistas, aunado al poder económico, les permite apoyar iniciativas internacionales de fans de otros países, brindando un apoyo total al grupo que lo requiera, no importando lo que suceda, esta situación ha sido posible gracias al internet y sobre todo a las redes socio-digitales, con lo que la relación entre fans y consumidores es más estrecha, dinámica y constante. Aun así, también los idols tienen que lidiar con los *anti-fans* y los *sasaeng*<sup>59</sup>.

---

<sup>57</sup> Es de conocimiento público, los escándalos mediáticos en los que se han visto involucradas las agencias del entretenimiento, principalmente por aquellos idols que han alzado la voz ante la serie de injusticias que dichas industrias cometen contra ellos, una de las más conocidas y difundidas es en la que Way del grupo Crayon Pop, revela ciertos hechos acerca de su experiencia como ex idol del K-pop (Canal de You Tube de Asian Boss).

<sup>58</sup> Grupo de fans, que tienen un nombre específico relacionado al grupo al que siguen, así como un color que los identifica.

<sup>59</sup> Persona que no es un fan, sino un fanático, con tendencias criminales, que está obsesionado con un artista o varios, lo que implica que acosa a sus idols, llegando incluso a invadir su vida personal de forma ilegal y generalmente tiene los recursos para hacerlo (son de buena familia y con esto se costean todas sus actividades incluso persiguiéndolos fuera de su país

Es importante crear conciencia sobre la realidad contra lo que se aparenta y también es fundamental un cambio no sólo desde las agencias de entretenimiento, sino también la sociedad coreana en general, particularmente en su modo de pensar, que debe ser más empática y comprensiva con los demás.

Por último, es preciso mencionar que existe un producto cultural que está volviéndose muy popular fuera del país y me refiero a los e-sports, los deportes electrónicos que ya son sumamente populares en Corea del Sur desde hace años y que en la actualidad han incrementado su popularidad e interés fuera de Corea del Sur, a través de las figuras profesionales que han ganado diversas competencias y que se han vuelto ídolos nacionales a la par que los idols de la industria del entretenimiento, como el caso de *Faker*, sin duda este producto cultural se volverá uno de los segmentos dominantes en la creciente industria surcoreana y también se encuentra cambiando paradigmas culturales sobre la educación y el trabajo en ese país<sup>60</sup>.

### 3.1.3.2.1 Agencias de entretenimiento

Las tres empresas más grandes e importantes de Corea del Sur son: S.M. Entertainment, YG Entertainment y JYP Entertainment, por supuesto existen otras más, pero para fines de este trabajo, nos enfocaremos en la más importante agencia de entretenimiento que es S.M. Entertainment y de la que su fundador y productor musical Lee Soo Man<sup>61</sup> construyó uno de los productos culturales más importantes

---

cuando se encuentran de gira) y las que no tienen esos recursos, se prostituyen para obtenerlos o piden préstamos para conseguir su objetivo. También conocidas como las 24/7, es decir, están al pendiente de sus idols todo el día, todos los días. Desafortunadamente esta práctica se está extendiendo en otras partes del mundo, donde hacen lo mismo que las *sasaengs* coreanas. Anteriormente las autoridades lo permitían, actualmente existe una cláusula en la Ley de Delitos de Menores de Corea del Sur, establecida en febrero de 2011 que busca proteger a los ídolos de sus fans, así como un centro de apoyo para los idols, con el fin de asesorar y ayudar a los artistas a hacer frente a su fama.

<sup>60</sup> Además de la infraestructura de internet que tienen en Corea del Sur, la política desde el año 2000, unió a grandes empresas coreanas apoyadas por el gobierno a financiar los esports, además de la legislación política que ofrece y regula los esports, como la Asociación Coreana de esports (KeSPA), que busca convertir los esports en eventos deportivos oficiales, aumentar su comercialización, además de que en este ámbito, los jugadores de videojuegos ya son vistos como profesionales en este ámbito y llegan a relacionarse al mismo nivel con celebridades coreanas.

<sup>61</sup> La agencia de SM Entertainment (fundada por LSM), es una de las de mayor tamaño, además de importancia en la industria musical, debido a que han convertido a la cultura coreana en un medio de poder e influencia transformando la economía del país.

que exporta Corea del Sur (K-pop) y sus estrategias son utilizadas por las demás empresas que pertenecen a este rubro.

### **3.1.3.2.1.1 Lee Soo Man, el surgimiento del K-pop y el establecimiento de la SM Entertainment**

Para entender por qué el K-pop, es actualmente una gran industria musical y uno de los más grandes mercados culturales, es preciso revisar desde dónde surge, pues bien, Lee Soo Man, ha sido el que a través de diversas experiencias y con un conjunto de ideas, ha impulsado esta industria desde hace más de veinte años.

A continuación, se presenta un resumen del surgimiento del K-pop y LSM, a partir de dos fuentes primarias: Documental de la Plataforma de Netflix de la serie: “En pocas palabras” Temporada 1, Capítulo 4 (Ezra Klein, 2018) y la Conferencia de LSM en la Universidad de Stanford (Canal de YouTube de Stanford Graduate School of Business, 2011), en la que habla acerca de la compañía que fundó y los orígenes del K-pop, etcétera.

Lee Soo Man<sup>62</sup> nació en Seúl, Corea del Sur, durante la Guerra de Corea y desde muy pequeño tuvo la influencia musical del *trot*, particularmente de su madre, así como influencia musical japonesa (que entendiendo la perspectiva histórica es fácilmente entendible), además del *pansori* (música tradicional coreana), posteriormente debido al establecimiento de las bases estadounidenses en Corea del Sur, LSM, continuó su influencia por las bandas norteamericanas en su país natal, debido a que era de su interés, intentó iniciar en el ámbito musical, pero debido a las restricciones del gobierno coreano en los años 80's, sus programas en radio y televisión eran cancelados.

Por otra parte, tenía una banda de Heavy Metal en Corea del Sur, llamada “Lee Soo Man y los 365 días” y debido a que no quería terminar preso como el resto de los

---

<sup>62</sup> En adelante, LSM.

músicos de la época, decidió salir de su país y se estableció en Estados Unidos, donde estudió una Maestría de Ingeniería en Computación y fue donde pudo apreciar el incipiente movimiento cultural musical de Estados Unidos, en el que notó que tanto la radio, como la televisión (MTV de manera particular), junto con el gobierno, promovían dichos contenidos, buscando que la música fuera la parte esencial de la vida norteamericana, esta situación particular le hizo cuestionar acerca del nivel musical de su país y la influencia de éstos en el exterior, preguntándose porque no había cantantes coreanos con reconocimiento en el extranjero y cómo sería la forma de producir cantantes respetados de forma global, con esa idea en mente, al finalizar sus estudios, regresó a su país y se centró en crear artistas coreanos que pudieran cautivar a grandes masas, convirtiéndose en estrellas nacionales con el impacto que tuvo Michael Jackson (y otros) en la época de los 80's, así que si bien a finales de esa década (1988) en Corea del Sur, la industria musical no existía, para 1989 logra abrir la SM Production, (su productora), con la ambición de encontrar y producir cantantes que serían conocidos no sólo en Corea, sino también en otros países.

Esta productora, se volvió una agencia, actualmente denominada como SM Entertainment, y para 1990, LSM firma a Hyun Jin Young (su primer artista en esta nueva faceta de productor), con lo que obtuvo un éxito inmenso con este artista de hip-hop, pero desafortunadamente no duró mucho, ya que HJY fue arrestado por posesión de drogas, enterrando su carrera (fue algo que la sociedad coreana condenó y por lo que la carrera de HJY pereció), LSM comprendió varias cuestiones: que no conocía a HJY, tampoco controlaba sus apariciones, su forma de vestir, ni su comportamiento, por lo que al desarrollar a sus próximos artistas pop era clave controlar cada aspecto sobre ellos, evitando así que por "sí mismos afectaran su propia imagen", ya que no convenía hacer un proceso interminable de promoción y desarrollo del nuevo artista, para que todo el trabajo, "se fuera a la basura", para ello tendría que cambiar su modelo de negocios.

La coyuntura posterior, funge un aspecto importante, porqué Corea del Sur empieza a cambiar enormemente, saliendo de los encasillamientos nacionalistas y de sus



dictaduras estatales, permitiéndole a los grupos más jóvenes, tener una libertad mayor, de la que nunca antes se había observado, como mencionaba previamente, la música coreana era restringida debido a que los paradigmas tradicionales y a la sociedad conservadora (que en algunos casos sigue vigente al día de hoy), en el que las canciones que se escuchaban debían ser tradicionales o patrióticas<sup>63</sup>.

En 1992, Seo Taiji and Boys, un nuevo trío de rap coreano con aspectos de rock, hip-hop y aspectos tradicionales llegaron a los programas de música con un nuevo concepto discordante entre varios géneros, creando un nuevo paradigma de la música asiática, que dio origen al K-pop.

Sin embargo, la aventura de Seo Taiji and Boys duró poco, pero demostró que Corea del Sur, estaba lista para la experimentación musical que crearía un nuevo mercado con aspectos de la industria cultural estadounidense, para conseguir una nueva industria con características propias y utilizar la música como un producto de exportación y así lo hizo, lo cual empezó a brindarle frutos no sólo a LSM sino a su país en lo particular.

Es así que la nueva idea empresarial de LSM, tendría cabida, dentro de su transformación de SM Studio a SM Entertainment, una agencia de entretenimiento que se encarga de todos los aspectos del artista, estructurando todo, es decir, funciona como estudio productor, de relaciones públicas, management, sello discográfico, equipo de distribución y compañía de reclutamiento, es decir, todas las partes de la industria musical en un solo lugar, al que los artistas llamarían “casa”, algo como lo que ya venían haciendo en Estados Unidos, en Mo Town Records<sup>64</sup>.

---

<sup>63</sup> Desde 1964, se llevaba a cabo un control de la cultura pop por parte del dictador Park Chung Hee, sobre todo en la televisión y los sistemas de radio difusión que transmitía programas de variedad musicales (desde 1962), como KTV “Fun Show”, ¡MBC “10 Grand Prize” y para ser transmitida debía ser: una canción “segura” en 1987 como la de Lee Gwang Jo “You’re too far away to get close to (balada romántica), o bien, una patriótica, como la realizada en 1984 con una mezcla pop ochentera y el himno coreano llamada: “Ah! Republic of Korea” de Chung Soo Ra, dicha canción también había sido encargada por el gobierno coreano. (Ezra Klein, 2018)

<sup>64</sup> LSM y la SM Entertainment, tienen una submarca llamada SM Town, que es el conjunto de artistas de la agencia que llevan de concierto a cada país anualmente, particularmente a Asia, Europa y Estados Unidos.

### 3.1.3.2.1.2 Cultura tecnológica

Para S.M. Entertainment, la cultura y la música que producirían dentro de sus instalaciones, no sería solamente un producto artístico, sino un producto tecnológico (cultura tecnológica) que funcione en todas las aristas posibles como una industria mercantil y de cultura, ya que para LSM la cultura es un tipo de tecnología, que es “la aplicación de conocimientos científicos a objetivos prácticos de la vida humana o al cambio del entorno humano”, un ejemplo de esto serían las redes socio-digitales donde se difunden ideas, se expresan opiniones y se moldea la cultura.

A continuación, se presenta un resumen de la Conferencia de LSM<sup>65</sup> en la Universidad de Stanford, en la que menciona la forma en que la SM. Entertainment ha tenido éxito con sus artistas y cuáles han sido los pasos que se han realizado para lograr que la estrategia de expansión internacional del hallyu funcione, principalmente a través del K-pop y como su agencia de entretenimiento es parte crucial de este éxito (Canal de YouTube de Stanford Graduate School of Business, 2011).

Es un sistema de generación de estrellas ya probado, listas para ser explotadas empaquetadas y comercializadas; un modelo de negocios completo y total: la Cultura Tecnológica<sup>66</sup>, por medio de la cual lograrán el mayor florecimiento de la cultura del mundo.

Esta forma de producir artistas mediante el proceso de C.T., vio nacer artistas como HOT<sup>67</sup> y SES (grupo masculino y femenino respectivamente), los cuales fueron producto de entrevistas a jóvenes de universidades en Seúl, con una pregunta base: ¿cuál es tu grupo ideal?, es decir, la música dejó de ser pensada en cómo nace desde los grupos para llegar a los fans, por lo que para la C.T., los fans dictarían que es lo que los grupos deberían ser, es decir producirlos, empaquetarlos y venderlos a un público cada vez mayor. Esta industria del emergente K-pop,

---

<sup>65</sup> En Lee Soo Man prevalece el pensamiento entre lo nacional (surcoreano) y lo extranjero, es decir, se les da prioridad a las ideas coreanas frente a las formas de pensamiento extranjero y en ciertos casos, sólo que la tecnología o el conocimiento extranjero fuese útil, buscando que siempre prevalezca la esencia coreana.

<sup>66</sup> En adelante T.C.

<sup>67</sup> HOT fue el grupo que promovió un cambio cultural, particularmente en los hombres y mujeres jóvenes de aquella época que se interesaron en esa nueva música que era la oposición a lo que normalmente se escuchaba.

empezó a tener mucho éxito, sobre todo apoyado de la C.T. por medio de encuestas, estudios y datos recabados de la audiencia.

De la misma manera en que la cultura estadounidense influyó a LSM sobre su nuevo proyecto en la industria del entretenimiento, él seguía observando los diversos fenómenos que sucedían en el otro lado del mundo e incorporó diversas ideas a su proyecto general, como incluir a desconocidos entre sí en los grupos, basados en distintas demografías, así como la creación de grupos de forma constante para cuando se agotará el éxito del grupo del momento, éste fuera sustituido por otro.

Debido a estas ideas, la C.T. desarrollada por LSM, ya era un producto entero, con manual de manufactura, por lo que se sentaron las bases del control de las estrellas que desarrollaba con la agrupación de todos los elementos de la industria y el uso de datos demográficos de consumo para crear grupos acordes a las necesidades del público, que a su vez, brindaban una mayor rotación al buscar nuevos productos que generaran más posibilidades musicales, comerciales y culturales, por lo que descubrió y entrenó a numerosos artistas como: H.O.T., BoA, DBSH/TVXQ, Super Junior, Girl's Generation (SNSD), SHINee, F(x), EXO, Red Velvet, etcétera, para desarrollar el entretenimiento musical y establecer la cultura tecnológica coreana.

LSM indica que primero se construye la infraestructura cultural y con ésta, se influencia, lo que genera beneficios económicos, de forma que Corea del Sur “ataca” a otros países de forma expansiva y progresiva por medio de la ola coreana/hallyu, entendiendo que el mercado coreano era muy pequeño, sabía que era inevitable su expansión, por lo que el impulso económico no ha sido el único objetivo a lograr, sino que además la cultura se utiliza como arma tecnológica para conseguir poder e influencia en Corea del Sur, en la que LSM planea en convertir a su país en el primer país completamente libre de impuestos, para que todo el capital venga del extranjero y una de las mayores estrategias ha sido a través del producto cultural más exportable: el K-pop, un invento que ha cambiado cómo funciona la industria musical en la actualidad, para volver a dicho país un potencial cultural y económico.

El fundador y productor de la SM Entertainment, LSM menciona que “el secreto de la SM para el éxito”, está basado en ver a la cultura como un tipo de tecnología. En

los 90's inicia la información tecnológica, por lo que la cultura tecnológica es mucho más compleja y exquisita que la tecnología de la información, por lo que la SM Entertainment, tiene mucha más cultura tecnológica que información tecnológica (debido a la predicción sobre el futuro podría llegar a un punto culminante de la C.T. sobre la Tecnología de la Información).

A continuación, se describen las tres fases de la cultura tecnológica:

1ª Fase: Exportación del contenido cultural, atractivos para un público global. Si la cultura de nuestro país se conoce en países extranjeros, entonces la economía de ese país, nos llevará a esas personas. Actualmente este sueño se convirtió en realidad con la "ola coreana".

Ejemplo: Los cantantes coreanos (idols de K-pop) han entrado a otros mercados locales, debido a que los productores han creado series de televisión o películas en los que han participado actores coreanos.

Ejemplo de SM Entertainment: TVXQ/DBSK, Super Junior (SUJU), Girl's Generation (SNSD), los anteriores grupos enfocados en el mercado coreano y su expansión al mercado chino (principalmente).

2ª Fase: Expansión del mercado con la colaboración de artistas con compañías locales de otros países, con el fin de integrar a todos los países de Asia dentro de un solo mercado con fuerza.

Ejemplo: Películas con actores y productores coreanos y un productor y director de Hong Kong y China, respectivamente, etcétera.

Ejemplo de SM Entertainment: SHINee con base principalmente en el mercado coreano y japonés.

3ª Fase: Alianzas entre empresas y artistas de diferentes países. Estableciendo empresas conjuntas dentro de cada mercado, basado en la cultura tecnológica coreana.

Ejemplo: Sinergia de artistas coreanos y de otras nacionalidades, como el taiwanés, vinculados en un solo concepto para atraer ambos mercados en conjunto, colaborando y creando un nuevo dúo.

Ejemplo de SM Entertainment: Promoción de grupos coreanos principalmente en Japón y China, con la integración de algún o algunos miembros de esa nacionalidad como Super Junior M (Mandarín = China) grupo masculino, que incluye miembros de China y Corea (1er grupo formado con esta combinación); F(x), grupo femenino con integrantes coreanas, chinas y estadounidenses, etcétera. Ambos grupos han ganado popularidad en todo el mercado asiático y están listos para tomar el mercado global. Estos artistas conducirán al inicio de la tercera ola coreana. Con perfecta localización y el establecimiento de aventurarse.

La intención principal al generar una mancuerna entre Corea del Sur, Japón y China, es entre los tres, anclar un mercado en común con mayores beneficios para Sur Corea del Sur, el país con menor población entre los tres.

En ese entonces iban a promover dos grupos con el mismo nombre con 7 miembros coreanos y 5 miembros chinos (EXO-K y EXO-M), lo curioso de esto, es que ambos grupos son lanzados simultáneamente en Corea y China. Un grupo con 12 miembros en total, con 2 partes y dos versiones del mismo concepto, es decir, 2 partes del mismo grupo, enfocados en dos regiones diferentes, incluso grabando dos versiones de canciones y videos.

Lo más importante es que todo está basado desde la nueva cultura tecnológica. Los contenidos y productos culturales de la primera y segunda ola coreana, siempre permanecerán, de cualquier manera, nos estaremos preparando para los próximos grandes mercados, donde se producen las grandes estrellas en el mundo. Nos encontramos en los momentos en los que las redes socio-digitales permiten que los “presumer” (producer + consumer), sean un nuevo medio, donde las 3 caras de la nueva cultura tecnológica convergen en la ola coreana, propagándose y expandiéndose más allá de las fronteras. El principal objetivo de la tercera fase de la cultura tecnológica y de la ola coreana, que ha sido esfuerzo por la SM, es para

construir un mercado fuerte, confiable y globalizado en y mostrar todo el valor creado.

### **3.1.3.2.1.3 La estrategia desarrollada y adaptada: La nueva cultura tecnológica (NCT)**

A continuación, se presenta un resumen del concepto de Cultura Tecnológica desde la visión y estrategia de LSM aplicada en su agencia de entretenimiento (S.M. Entertainment) para industrializar la creación de K-pop y de los idols, dicha estrategia fue expuesta por medio de una conferencia de prensa previo a la presentación de su nuevo grupo NCT, dicho grupo incorpora las diversas fases que han evolucionado en la agencia de entretenimiento para ser una realidad a través de este nuevo concepto que pareciera ser infinito. (Canal de YouTube de SM Town (SM Entertainment), 2016).

La SM ha mantenido su Cultura Tecnológica “CT” como su propia producción tecnológica. Con la CT como su base, han estado produciendo y propagando sus propios contenidos creativos conocidos como hallyu – ola coreana y K-pop no sólo en el mercado doméstico y en Asia sino en todo el mundo.

El concepto de la SM, “Cultura Tecnológica”, lo explican a través del sistema de desarrollo de sus artistas. Se necesitan de etapas previas al debut del artista, como son: Casting, Entrenamiento, Productor, Marketing/Management, éstas son las cuatro etapas nucleares que la CT de la SM ha desarrollado por los últimos 20 años.

Para la sección de casting, anualmente se realizan las “Audiciones Globales de la SM”, para descubrir nuevos talentos, en 20 ciudades alrededor del mundo, incluida Corea, China, Japón y en Asia. De esta manera, más allá de las nacionalidades, se han descubierto muchos talentos cada año. Aquellos talentos pasan a la siguiente etapa.

El entrenamiento, se realiza por medio del propio “Sistema de Desarrollo del Artista” de SM, las habilidades de los “trainees”, son más desarrolladas y fortalecidas.

Algunos de los trainees se introducen primeramente al público como “SM Rookies” como un grupo pre-debut, que atraen a un grupo sólido de fans a través de varias

actividades de promoción, incluido “Rookies Show” que es una producción en concierto en el Teatro del SM Town. Incluso antes del actual debut, los trainees son capaces de aprender habilidades profesionales en la puesta en escena y hacer despegar su carrera con fuertes aliados denominados “fans”.

En la etapa de Productor, es la etapa en la que se sienten más confiados, debido a su propio proceso interno de producción, debido a que la SM, lidera el mercado global de la música, creando contenidos diferenciados, que crean tendencia no sólo en la música, pero también en el vestuario, coreografía, y video musical.

Y la última etapa, llamada Marketing/Management, establecida como SM C&C, que tiene que ver con los siguientes conceptos: Actriz/Actor, MC, y el contenido visual para el negocio de producción.

“Galaxia SM” a través de la alianza con una compañía de marketing para deportes llamada “IB Sports”, además de establecer una asociación estratégica con la agencia top de modelos de Corea del Sur, “Esteem”, para poder desarrollar un marketing omnidireccional que va desde el estilo de vida, incluyendo música, Drama TV, Entretenimiento, Deportes, Moda, etcétera.

También para Super Junior, un grupo artístico que celebró su aniversario de 10 años después de su debut, se estableció una marca específica del artista, denominada “Label SJ”, para el que se otorga un sistema optimizado para el grupo respectivo. De esta manera, no sólo somos complacientes, sino que se experimenta constantemente y se hacen intentos para desarrollar el mejor marketing para el mejor sistema de manejo.

En ese escenario (el Teatro de la SM), se encuentra para converger y expandir los cuatro núcleos de la “CT”, que se han producido a lo largo de 20 años, Casting, Training, Producing and Marketing/Management y recrear a todos ellos en una más avanzada New Culture Technology “NCT”<sup>68</sup>.

---

<sup>68</sup> La Nueva Cultura Tecnológica busca ser interactiva. Las redes socio-digitales, las tecnologías digitales, están cambiando la forma en cómo nos conectamos, nos involucramos e influyen en la forma en que pensamos. Asimismo, estas redes digitales son instrumentos y la tecnología requiere de usuarios y éstos a su vez, tienen intencionalidad, motivación, sentido de dirección,

Y en esta misma presentación, se introduce a su último grupo de K-pop creado, *NCT* el cual se basa en su concepto de *la Nueva Cultura Tecnológica*.

NCT<sup>69</sup> no tendrá restricción en la nueva adición de miembros para un ilimitado número de éstos, estarán en su carrera como artistas y su escenario será todo el mundo.

Empezando con un debut de la primera unidad en esta primavera, los primeros equipos que tendrán bases en Seúl y Tokyo, serán anunciados en la primera mitad del año. Adicionalmente, otros equipos, que tendrán base en las ciudades más grandes de China, como Beijing y Shanghai, debutarán en la segunda mitad del año en orden secuencial. Además de otro equipo con bases en el Sureste Asiático.

Equipos de América Latina y otras regiones serán lanzadas a través de la marca de NCT. Así también se presentarán diversas colaboraciones con unidades entre los equipos de esta marca. Una gran canción será liberada en diferentes idiomas en sus respectivos territorios, junto con música y contenidos que estarán localizados con el objetivo de llegar a mercados locales donde los grupos fueron establecidos.

A través de estos intentos de forma musical y cultural, la SM conseguirá la verdadera definición de la localización del Hallyu. Creemos que la etapa final de las tres etapas del hallyu serán posibles a partir del 2016. Por lo tanto, el nuevo grupo de artista “NCT” podrán actualizar la “Localización Hallyu”, NCT se podrá dispersar de forma ilimitada, “éste es sólo el principio y aunque sólo 21 años han pasado, la SM

---

objetivos, etcétera. Y lo q habría de entender es porque estos usuarios se van en una dirección y no en otras (Coparmex Nacional, 2014).

<sup>69</sup> NCT, el grupo que parece más bien una estrategia, desafiará las convencionalidades del K-pop en la actualidad, al no tener un número determinado de miembros (además de que a los empleados de la SM, se les entregó un manual de CT en el que se establecen las reglas de comportamiento adecuado en la región asiática, como por ejemplo, qué sombras de ojos deben usar los artistas cuando están en Tailandia, cómo los artistas deben saludar a la audiencia cuando actúan en Vietnam, qué ángulos de cámara deben usarse en un video musical japonés versus un video musical coreano, este manual asegura que los artistas parezcan lo suficientemente familiares para sus audiencias internacionales como para ser identificables, pero aún lo suficientemente extraños para ser interesantes), LSM se ha inspirado en otros modelos como EXO, F(x) y SHINee, para ampliar su dominio en diferentes territorios y con miembros ilimitados, en el caso del primer ejemplo, con sus unidades de EXO-M y EXO-K, sacando el mismo material pero en idiomas diferentes (chino mandarín y coreano), de forma simultánea, resultó un gran éxito, en el segundo ejemplo, F(x), De sus cuatro (antes cinco) miembros, una es coreana nativa, otra es coreana-estadounidense, otra es taiwanesa-estadounidense y la última de ellas es china. Entre los cuatro, hablan cuatro idiomas diferentes, lo que significa que automáticamente son más identificables en cualquier país que hable uno de los cuatro. Ahora NCT, usará esta estrategia sin fronteras, en la que no se limitará en llegar a Corea del Sur y China esencialmente o a Corea y Japón como SHINee, sino que la Nueva Cultura Tecnológica establecida en la SM por LSM, si aún tiene la habilidad para revolucionar la industria de la música coreana, sólo el tiempo lo dirá.



Entertainment, se volvió una corporación, la SM ha tenido su propia era de llegada y está buscando dar otro salto, si has estado y disfrutado de nuestra música desde el principio, ahora definitivamente experimentarás un profundo y extenso mundo a través de la música, contenidos y nueva cultura que la SM y las celebridades de la SM te harán de ahora en adelante”.

#### **3.1.3.2.1.4 Proyectos futuros**

A continuación, presentaré un resumen sobre la Conferencia que impartió LSM en el World Knowledge Forum, en el que habló acerca del Hallyu, el K-pop y las perspectivas futuras (Canal de YouTube de World Knowledge Forum, 2020).

Cuando se piensa acerca de las habilidades y la tecnología, por ejemplo, se usaron las habilidades para hacer decente a China, pero como su técnica no fue nunca codificada a un texto formal, la habilidad se perdió y nunca fue transmitida a las futuras generaciones. Así que pensé que establecer una propiedad intelectual es una tecnología por sí misma.

La tecnología o una técnica necesita ser grabada como una fórmula para poder estimular una nueva fórmula derivativa, por lo que dará origen a otra que es más adecuada para la siguiente generación. La respuesta dada a esta fórmula debería al final, asistir a la llegada de más sets lógicos avanzados que sugerirán más respuestas adecuadas para el futuro. Todo esto, creo que es algo que debe ser pasado a la futura generación en un texto escrito y formal.

Hay que recordar que nuestro propósito es establecer nuestros contenidos de entretenimiento basados en nuestra cultura tecnológica. Nuestro método, no procede de un texto antiguo escrito en las montañas, sino en un guión abierto para que cualquiera de nuestros empleados pueda leerlo y entiendan desde el momento que empiecen a trabajar con nosotros, así como esperamos que pueda convertirse en una guía que pueda ser copiada página por página, para cada uno y para que nunca se pierda.

Cuando los cantantes de su compañía son llevados a su primera presentación en el extranjero, dan significado a la frase de ola coreana, muchos fans tienen la bandera

nacional abotonada en sus mochilas. Aquellos seguidores foráneos de agrupaciones como H.O.T., se volvieron aficionados de Corea en sí misma, cuando H.O.T., se volvió el grupo más querido en China, Seúl, fue la ciudad favorita de los chinos para visitar y cuando estaba planeando las presentaciones en el extranjero de mis artistas en 1997, dije que el inicio del futuro empezó cuando todos comenzamos a soñar la misma cosa, seremos amados y cuando somos amados, todo florece. Por lo que nuestro eslogan realmente torció las convenciones sociales: cultura primero y economía segunda y debatíamos acerca de la exacta oposición al conocimiento general del mundo, donde la cultura venía después de la expansión económica en 1997, entonces ya habíamos creado una marca nacional, una marca coreana a través del poder cultural.

Chanyeol, un miembro de EXO, es uno de los personajes principales que ha elevado nuestra talla nacional. Gracias al éxito de EXO, Corea del Sur, fue testigo de otro artista del millón de ventas, lo que también volvió a la industria más vigorosa. EXO es el principal estímulo a la reciente fiebre de K-pop que está barriendo el mundo, a su vez, esta influencia está causando que los extranjeros estén más interesados en este país donde Chanyeol nació, tienen curiosidad acerca de los productos y de la comida y muchos de los fans extranjeros están empezando a aprender coreano.

SM Entertainment y yo hemos estado optimizando nuestros planes de avanzar en el extranjero, basados en el lema “cultura primero, economía después”. Hemos fraccionado la CT en 4 aspectos (ya mencionados previamente) y que, a través de este proceso, hemos entrenado a los mejores artistas y producido los mejores contenidos. Por un largo tiempo, los artistas y productores sobresalientes y aquellos que se encargan del proceso detrás de cámaras, incluidos los fans, generaron el nacimiento de una tendencia cultural conocida como K-pop, referida como ola coreana. Esta tendencia ha ido más allá de la SM. Entertainment, y ha permitido al mundo entero enfocar sus ojos en el sistema de producción coreano, el K-pop, se ha convertido en una palabra que simboliza la colección de “nuestra música”.

El futuro en el mundo, será de Inteligencia Artificial y celebridades. Al público siempre le han interesado y quiere conocer todo acerca de éstas. Con el desarrollo

de plataformas digitales, la vida diaria de las éstas, se ha convertido en un contenido por sí misma, donde cada uno en el mundo puede disfrutar. Creo que este tipo de contenidos serán mucho más diversificados en el futuro. La relación entre celebridades y entidades de negocios crecerán más y más y serán también importantes.

Big data y los robots avanzados, asumirán un rol mayor en el mundo de las celebridades, por medio de robot de comunicación o chatbot, se convertirán en avatares que se infiltrarán más profundamente en nuestras vidas diarias y avatares se especializarán a nivel individual que se convertirán en amigos mutuos o en asistentes personales. Este es el mundo que anticipo en el futuro. Existirá un avatar que me reemplace a mí para especializarse en ciertos campos y que otros avatares generen nuevas relaciones entre ellos y con otros. Corea del Sur es relativamente pequeña en población, pero se dirige hacia tener adoptantes recientes. Cuando estas personas se vinculen con el mundo virtual y posean múltiples avatares de I.A., se hará obsoleta nuestra debilidad en la población, así como nuestra influencia en un nivel comparable a otros grandes países con mucha más población.

La sociedad futura, será descrita como un mundo inalámbrico, sin fronteras y sin ataduras. El desarrollo en biología, nanotecnología y de I.A., nos está llevando a una ruptura tecnológica en una velocidad exponencial. En el futuro, trascenderemos desde simplemente escuchar o ver música a disfrutar contenidos culturales, en un espacio virtual sin problemas, ligado con el mundo real.

La Cultura Tecnológica en este sentido, debería evolucionar para satisfacer las demandas de la futura industria del entretenimiento, esto creo es el verdadero significado de la C.T., ésta evolucionará pasando las fronteras entre el mundo virtual y real tan libremente que estimulará miríadas de oportunidades en contenidos de colaboración transversales, con lo que intentaremos establecer fundaciones de este nuevo mundo del entretenimiento basados en la NCT, un universo de cultura.

El universo de cultura es la encarnación de la cultura tecnológica en nuestra sociedad futura. Quizá puedan pensar que la industria futura no tiene nada que ver con los contenidos de entretenimiento, pero las tecnologías innovadoras como las

bio-nano tecnológicas y la I.A., revolucionarán la manera en la que al público le complazca los contenidos de entretenimiento.

Deberíamos pensar más allá de nuestros límites en diferentes industrias y colaborar para moldear un nuevo futuro para la industria del entretenimiento. Creo que un día llegará el avance a nuestro sector de entretenimiento un número de cerebros de avatars de IA que se convertirán en los nuevos estándares de la competitividad nacional. También, “Creative Artist Agency” una agencia americana de talento y deportes, ha empezado a trabajar con nuestros artistas, empezando con Super M y NCT, creo que esta nueva relación con la CAA es el primer paso para construir puentes entre Asia y el mundo entero trascendiendo fronteras nacionales. Yo, como productor me esforzaré para hacer que Corea sea la puerta entre la cultura del Oriente y Occidente, para entrar y salir de ésta. Hasta este punto, he desarrollado y utilizado la tecnología cultural, para conseguir estar un paso más cerca de este sueño.

Quiero compartir esta CT con artistas para establecer juntos el universo cultural. La CT se convertirá eventualmente en la ventaja competitiva central de Corea del Sur. Es muy importante explotar el poder de la música, intento visitar otros países como Estados Unidos, China, Japón, Vietnam, Tailandia, Indonesia, etcétera, para poder aprender sobre su cultura musical y en turno, fortalecer, este poderoso ímpetu denominado K-pop. Espero que todos puedan apoyar nuestro sueño.

Y con esta última declaración termina este capítulo, donde podemos ver claramente los objetivos y las estrategias que han seguido paso a paso en la evolución del producto cultural más importante en Corea del Sur, el K-pop, que va de la mano de una visión en la que el país tenga el poder de influir en diferentes mercados y economías, así como sus perspectivas del futuro y de qué manera continuarán innovando para permanecer vigentes y traer múltiples beneficios tanto a la industria del entretenimiento como a su país.

Por lo que dicho proyecto, requiere de una constante actualización y reconfiguración para que la industria musical surcoreana sea exportable a cada rincón del planeta y por cierto que uno de los últimos dos proyectos que se encuentra desarrollando

(además de los múltiples álbumes solitarios, de sub-unidades y de comebacks grupales de sus artistas y de otras agencias en las que colabora), es Super M (grupo conformado por diversos artistas procedentes de otros grupos de la SM Entertainment<sup>70</sup>, denominados como los “vengadores”), los que competirán en el mercado estadounidense por los beneficios económicos que ha abierto el K-pop en ese país<sup>71</sup>.

Y el segundo proyecto es el nuevo grupo femenino Aespa (Avatar x Experience), con una inspiración en los avatares que en la anterior conferencia del WKF 2020 (World Knowledge Forum), Lee Soo Man, mencionó como se conformaría el futuro de los grupos de K-pop y que provocaría una nueva revolución, contando con miembros de realidad virtual, que tiene que ver con la innovación tecnológica a través de 3 medios: NAVIS (sistema de IA que conecta a los avatares de Aespa con sus símiles en la vida real), SYNK (comunicación entre las chicas de Aespa y sus avatares para comunicarse entre sí ) y REKAL (el tiempo en el que permanecen conectados los avatares y los miembros reales en el mundo real)<sup>72</sup>.

---

<sup>70</sup> Algo característico de la SM es que brinda teasers y adelantos de sus nuevos proyectos, de una forma impredecible en los contenidos de otros artistas que ya han debutado.

<sup>71</sup> Super M Capitol Records Press Conference (Canal de YouTube de Buzz, 2019)

<sup>72</sup> SM nuevo grupo femenino “aespa, debutará en noviembre 2020”, <https://www.smentertainment.com/PressCenter/Details/5068>

## Capítulo 4: Estudio de Caso: Programa Reporteros Honorarios de Korea.net (KOCIS)

“El éxito no es definitivo. El fracaso no es mortal. Lo que cuenta es el valor para continuar”.

Winston Churchill

La utopía está en el horizonte. Camino dos pasos, ella se aleja dos pasos y el horizonte se corre diez pasos más allá. ¿Entonces para qué sirve la utopía? Para eso, sirve para caminar.

Eduardo Galeano

La importancia de este capítulo radica en conocer una de las diversas formas de diplomacia cultural que realiza Corea del Sur, en este caso en específico de la difusión cultural, por medio de una de las más importantes plataformas del gobierno de este país.

Sobre los objetivos que persigue la diplomacia cultural, mencionados con antelación en el Capítulo 1 (Marco Conceptual), el programa de Reporteros Honorarios (R.H.)<sup>73</sup> de Korea.net del KOCIS, como parte de una estrategia cultural tecnológica, está centrado en estos principios con los que pretende continuar difundiendo información, previamente aprobada por el gobierno surcoreano, continuando su expansión internacional, utilizando como eje impulsor su cultura y como apoyo a la tecnología por medio de los diferentes medios electrónicos que tenemos en disposición actualmente y que brinda la opción a los designados como R.H. de ser embajadores y representantes de dicho país por medio de este nombramiento y asignación.

---

<sup>73</sup> En adelante, R.H.

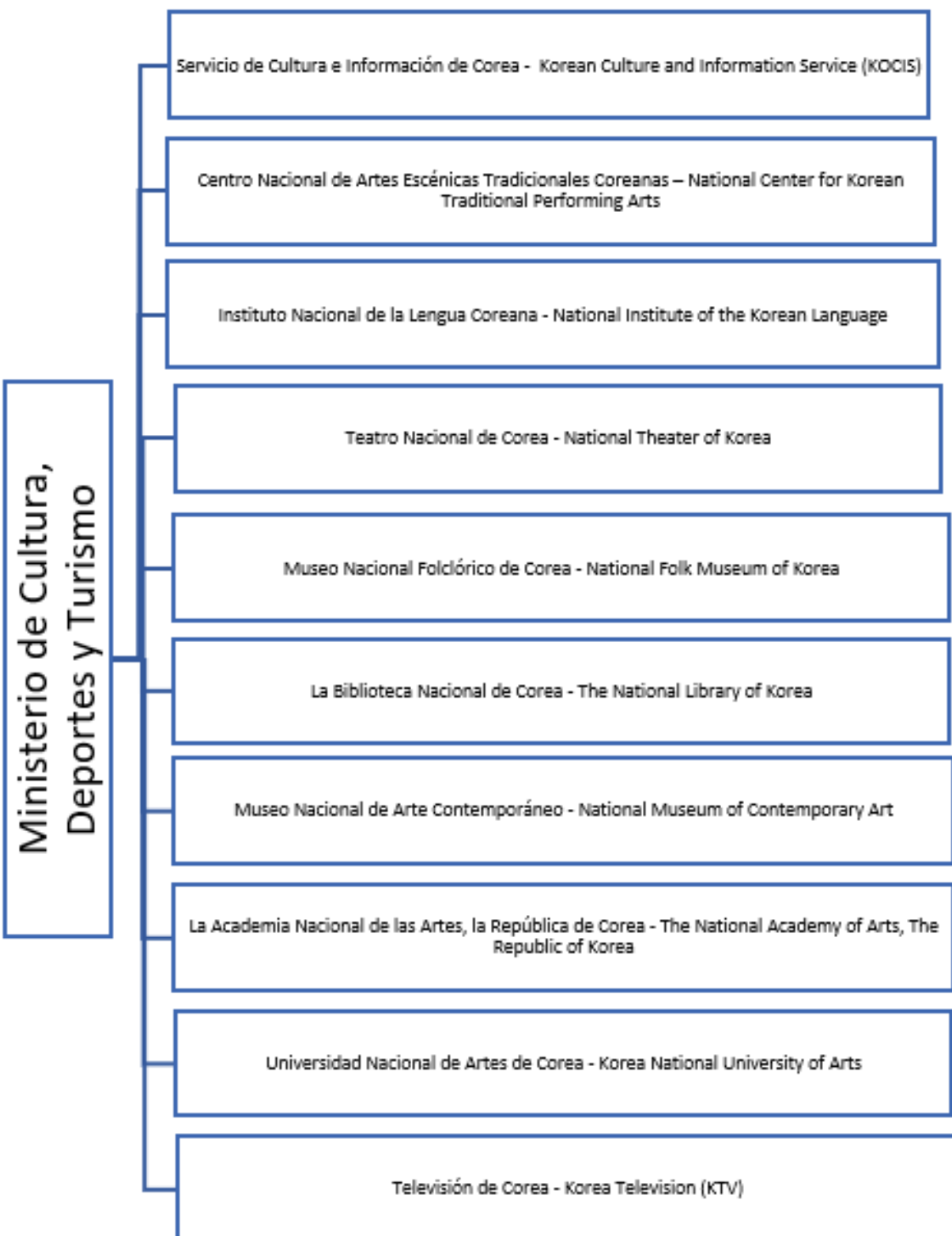
Como lo mencioné en el capítulo 3, el papel de la tecnología, ha sido relevante para que se conozca y se continúen difundiendo los diferentes atractivos de dicho país, principalmente sus dos productos culturales más importantes, el K-pop y los K-dramas y a su vez impulsar el interés en otros ámbitos como el turismo, gastronomía, el idioma y un largo etcétera.

Decidí incluir mi experiencia como R.H. en este trabajo, a partir de un estudio de caso, mediante el cual presentaré la perspectiva y enfoque que tiene el gobierno surcoreano para establecer su diplomacia cultural principalmente en un sector en específico a nivel internacional.

Para abordar este estudio de caso, es prioritario remitirnos a la estructuración del Ministerio de Cultura, Deportes y Turismo del gobierno surcoreano, (Ministry of Culture, s.f.), que tiene diferentes departamentos, con actividades específicas para cada área, relacionadas a la cultura, artes, deportes y turismo (entre otros) de Corea del Sur <sup>74</sup>.

---

<sup>74</sup> Toda la información presentada sobre la estructura del Ministerio de Cultura, Deportes y Turismo de Corea del Sur, fue obtenida de la página oficial del Ministerio en Korea.net en inglés: <http://spanish.korea.net/AboutUs/Ministry-of-Culture-Sports-and-Tourism>, por lo cual, realicé la traducción al español y lo jerarquicé por medio de un organigrama.





Comprende las siguientes sub áreas, concernientes al Ministerio de Cultura, Deportes y Turismo de Corea del Sur:	
<b>1. Servicio de Cultura e Información de Corea - Korean Culture and Information Service (KOCIS):</b>	Se dedica a proporcionar al mundo información precisa y actualizada sobre Corea. Elabora un plan maestro para promover el país en el extranjero, asiste a eventos que introducen la cultura coreana en el país y en el extranjero, produce publicaciones en idiomas extranjeros en Corea y opera el sitio web multilingüe oficial del gobierno Korea.net. Korea.net, un portal de información sobre Corea, tiene como objetivo proporcionar información precisa y oportuna sobre el país y ofrece un acceso conveniente y fácil de usar a una amplia variedad de datos sobre el país.
<b>2. Centro Nacional de Artes Escénicas Tradicionales Coreanas – National Center for Korean Traditional Performing Arts:</b>	Su objetivo es continuar transmitiendo creativamente y cultivando formas tradicionales de artes escénicas que estén llenas de la filosofía de la tradición coreana.
<b>3. Instituto Nacional de la Lengua Coreana - National Institute of the Korean Language:</b>	El Instituto recopila y realiza investigaciones científicas sobre datos lingüísticos y culturales, publica hallazgos de investigaciones y proporciona pautas sobre ortografía, coreano estándar y otros asuntos que promueven el uso apropiado del idioma coreano.
<b>4. Teatro Nacional de Corea - National Theater of Korea:</b>	Establecido en 1950, el Teatro Nacional de Corea ha sido una sala de espectáculos líder, promoviendo las artes escénicas de la nación. Se esfuerza por globalizar las artes tradicionales coreanas y recrearlas con una interpretación moderna.
<b>5. Museo Nacional Folclórico de Corea -</b>	El museo es la institución líder de Corea dedicada a preservar el legado de la vida tradicional coreana, atrayendo a más de dos millones de visitantes al año. Brinda

<b>National Folk Museum of Korea:</b>	a los visitantes la oportunidad de experimentar de primera mano cómo vivían los coreanos en los tiempos tradicionales.
<b>6. La Biblioteca Nacional de Corea - The National Library of Korea</b>	La Biblioteca Nacional, fundada en 1945, es un depósito completo y atesorado de literatura nacional desde publicaciones nacionales hasta información digital que se ha organizado sistemáticamente para todos los ciudadanos.
<b>7. Museo Nacional de Arte Contemporáneo - National Museum of Contemporary Art:</b>	El museo muestra en qué dirección se mueve el arte y la cultura coreana. Ha estado haciendo esfuerzos para realizar exhibiciones ricas y de alto nivel y para convertirse en un espacio cultural compuesto para una variedad de eventos escolares y culturales.
<b>8. La Academia Nacional de las Artes, la República de Corea - The National Academy of Arts, The Republic of Korea:</b>	La Academia Nacional de las Artes, la República de Corea, fue creada para apoyar a artistas de mérito excepcional, implementando programas para ayudarlos en sus actividades y allí contribuyendo al desarrollo de las artes.
<b>9. Universidad Nacional de Artes de Corea - Korea National University of Arts:</b>	Desde su creación por el Ministerio de Cultura y Turismo en 1992, la Universidad Nacional de Artes de Corea se esfuerza continuamente por crear un ambiente académico en el que los talentos artísticos sean desafiados e inspirados para hacer su mejor trabajo posible.
<b>10. Televisión de Corea - Korea Television (KTV):</b>	KTV proporciona información esencial sobre las políticas que están siendo discutidas e implementadas por el gobierno, con el objetivo de facilitar la comunicación entre el gobierno y la gente. KTV continuará creando programas históricos que están a la altura de la era digital y su reputación como el principal canal de difusión de políticas públicas.

A partir de lo previamente mencionado, el primer departamento, el Servicio de Cultura e Información de Corea - Korean Culture and Information Service (KOCIS), dónde se encuentra establecido el programa de R.H., en el que participé. En pocas palabras, Korea.net (Gateway to Korea), es la página principal del KOCIS, que es uno de los medios para la difusión de la cultura coreana a nivel internacional (entre otros aspectos), asimismo cuentan con las redes socio-digitales como Instagram, Facebook, Twitter y YouTube para una mayor masificación de contenido y crear mayor vinculación con su audiencia.

Este programa, se promueve anualmente desde el 2011 y se difunde desde Corea del Sur por diversos medios coreanos y en México, su difusión es encargada al Centro Cultural Coreano, con el objetivo principal de incentivar la participación de aquellos interesados y admiradores de la cultura coreana (principalmente extranjeros), para así formar parte de un medio por el que se difunde la diplomacia cultural principalmente por medio de artículos escritos por los R.H., con el objetivo de generar interés en dicho país y además, consumir sus productos culturales.

Es así, que este estudio de caso, analiza el programa de R.H., auspiciado por el gobierno de Corea del Sur a través del KOCIS<sup>75</sup>, como medio de difusión y promoción de la cultura coreana a nivel internacional, a través del *smart power*.

Para este fin, es fundamental entender qué es un estudio de caso:

“El estudio de caso es, un procedimiento metodológico para abordar un inter/sujeto/objeto de estudio es aproximarnos a su concepto a través de las obras generales” (Díaz de Salas, Mendoza Martínez, & Porrás Morales, 2011)<sup>76</sup>.

---

<sup>75</sup> Servicio de Cultura e Información de Corea - Korean Culture and Information Service (KOCIS), su organigrama y funciones explicados más adelante.

<sup>76</sup> “Para tener un mejor ámbito de comprensión sobre el concepto de Estudio de Caso es necesario reconocer el aporte que a su definición nos proponen las ciencias sociales. El estudio de caso suele considerarse como instancia de un fenómeno, como una parte de un amplio grupo de instancias paralelas (...) un dato que describe cualquier fase o el proceso de la vida entera de una entidad en sus diversas interrelaciones dentro de su escenario cultural –ya sea que esa unidad sea una persona, una familia, un grupo social, una institución social, una comunidad o nación-. Cuando la unidad de estudio es una comunidad, sus instituciones sociales y sus miembros se convierten en las situaciones del caso o factores del mismo, porque se está estudiando la significación o el efecto de cada uno dependiendo de sus relaciones con los otros factores dentro de la unidad total” (Díaz de Salas, Mendoza Martínez, & Porrás Morales, 2011).

“Yin en 1994 define al estudio de caso como una estrategia de investigación destinada a responder ciertos tipos de interrogantes que ponen su énfasis en el ¿Qué? ¿Cómo? y ¿Por qué? Subrayando la finalidad descriptiva y explicativa” (Díaz de Salas, Mendoza Martínez, & Porras Morales, 2011)<sup>77</sup>.

Este proceso se lleva a cabo a partir de la observación, realización de preguntas y la descripción de los acontecimientos para poder explicar el comportamiento de un suceso específico por un periodo determinado, por lo que la distinción de los hechos se vuelve muy importante.

De forma evidente, el discurso oficial que presentan los Estados y las entidades gubernamentales de cada país, tiene un objetivo específico y de forma intencionada, y algunas veces se omite la información, e incluso puede ser manipulada con el fin de crear una historia totalmente diferente a la realidad, debido a los múltiples intereses e intenciones que se estén presentando en ese momento histórico determinado.

Debido a ello, para este estudio de caso, me he propuesto distanciarme del discurso oficial, buscando ser lo más objetiva posible, sobre todo de aquellas concepciones idealizadas e insuperables que se dan por hecho acerca de Corea del Sur, que en un principio suenan ilógicas, pero que se basan en un precepto de milagro económico, que una vez analizados los orígenes que nos permiten comprender la situación actual, ésta dista mucho de esas concepciones místicas que se le asignan.

De forma similar, el fanatismo desmedido que se ha presentado en los últimos años, sobre una “ilusión” inexistente, que defienden a “capa y espada” (porque sólo han visto lo que han querido) y no a un sistema que presenta una serie de paradojas,

---

<sup>77</sup> “El estudio de caso como estrategia para la gestión del conocimiento, nace con el surgimiento de las ciencias sociales en el siglo XIX y tiene un desarrollo paralelo al avance del conocimiento en el área cultural” (Díaz de Salas, Mendoza Martínez, & Porras Morales, 2011).

incluyendo debilidades, defectos y contradicciones, que por obvias razones han querido dar “la vuelta” en las diversas ocasiones en que se presentan.

Por otra parte, es entendible la intención que tiene el Estado surcoreano en aplicar el *smart power* en su diplomacia cultural, exaltando los aspectos más positivos y relevantes de su cultura (principalmente dos de sus productos culturales de los que ya hemos hablado en el capítulo anterior), son los que le han permitido interesar a otros en su nación e incentivar su aspecto económico, otorgando beneficios principalmente para el gobierno, como para otras industrias relacionadas con la ola coreana, que a su vez le brindan prestigio a su nación, buscando tener una imagen más limpia y respetable.

Debido a esta cuestión, es importante no dejarnos engañar tan fácilmente, por lo que es fundamental cuestionar e investigar sobre los hechos, permitiéndonos, entender las complejidades y variantes, así como las conexiones de diferentes aspectos, que nos otorguen una comprensión y una visión más global sobre dicho país, para emitir una opinión más informada y que de forma adecuada aporte a los demás.

En este estudio de caso, describo mi experiencia como R.H. en el programa del KOCIS del gobierno surcoreano, medio por el que continúa promoviendo su diplomacia cultural, permitiendo e incentivando la difusión de la ola coreana a nivel internacional.

Para ello, relato mi ingreso y estadía en el programa como R.H., de la forma más resumida posible, incluyendo situaciones y detalles relevantes para esta investigación:

El 28 de enero de 2020, el gobierno de Corea del Sur, a través del Servicio de Cultura e Información de Corea (KOCIS, por sus siglas en inglés), publicó una convocatoria solicitando la participación de aquellos interesados en ser reporteros

honorarios (R.H.) para informar al mundo sobre la variedad de la cultura coreana, por medio de sus plataformas. Esta convocatoria, se publica para aquellos interesados en la cultura coreana en general, debido a que quieren ampliar al grupo de reporteros honorarios ya existentes, de diversas partes del mundo y que manejan diversos idiomas, con el fin de promover la cultura de Corea del Sur y conocer el impacto en nuestras vidas, etcétera.

Los beneficios que el programa ofrece son variados, desde recibir un pago por el trabajo al ser un “excelente reportero”, hasta la posibilidad de ganar un viaje a Corea, apoyos para contenido, participar en programas de educación de la cultura coreana, certificados, etcétera.

Los requisitos incluían llenar un formulario, que contenía preguntas de datos personales y las URL’s de las redes socio-digitales, pero las preguntas más importantes eran las áreas de experiencia sobre escritura, producción audiovisual, ilustraciones y fotografía, además de la experiencia relevante relacionada con Corea del Sur, añadiendo una auto introducción y los motivos del por qué queríamos formar parte de este grupo internacional de R.H.

En mi caso, llevo interesada más de una década en Corea del Sur, por lo que conozco acerca de los productos culturales y sus expresiones artísticas modernas como el K-pop, K-dramas (que son la base de su diplomacia cultural), idioma (porque su surgimiento y características tienen aspectos sumamente notables), procesos históricos y culturales, instrumentos musicales como el gayakeum y por supuesto la tecnología.

Además de que he podido participar y asistir a diversos eventos relacionados a Corea del Sur, desde foros, conferencias, talleres, exposiciones y conciertos, asimismo he participado como delegada representando a Corea del Sur, en el Modelo de Naciones Unidas de la UNAM (SUAMUN), he tomado cursos sobre el sureste asiático y de Corea, así como el curso sobre coreano básico de la Universidad de Yonsei, entre otros (y la mayoría han sido en el transcurso de la carrera de Relaciones Internacionales en la que he aprovechado cada materia para poder ampliar mi conocimiento sobre Asia en general y Corea del Sur en lo

particular). Fue así que realicé mi introducción y las razones por las cuales quería formar parte de este grupo internacional de R.H., llené los requisitos del formulario y lo envié.

En marzo, recibí respuesta en el correo electrónico, sobre mi aceptación para formar parte del grupo de R.H. de Korea.net, de parte de Song Baleun, era la encargada del equipo de hablantes nativos en español de Korea.net.

Posteriormente me hicieron llegar diversos correos electrónicos con información de la plataforma, cómo y dónde se publicarían los artículos, la ceremonia de inducción, etcétera. También se nos indicó, que existían limitaciones en la publicación sobre todo de temas polémicos, de índole política y/o religiosa que pudieran causar sensibilidad adversa, etcétera.

Debido a la pandemia, la ceremonia oficial de inducción que sería realizada en abril, fue pospuesta y finalmente realizada en el 20 de mayo, desde Corea del Sur en vivo, transmitida desde su canal oficial de YouTube para todos los reporteros internacionales, con estrictas medidas de seguridad y debido a las condiciones actuales por el COVID-19, nos enviaron el nombramiento como R.H.<sup>78</sup> por correo electrónico y hasta el momento no se indicó si se haría una presentación formal de los nombramientos en México, lo cual es improbable por las condiciones actuales de la pandemia en nuestro país.

Asimismo, debido a las indicaciones hechas en los correos electrónicos de parte del equipo de Korea.net, me registré en la plataforma “Talk Talk Korea”, para poder acceder a la aprobación y publicación de mi contenido como reportera honoraria (ya que anteriormente no existía plataforma y se enviaban los artículos vía correo electrónico para aprobación).

También se realizaron muchas actualizaciones a la plataforma, los servidores, al personal encargado de los R.H., así como la homologación y unificación de las

---

<sup>78</sup> Incluido en el apartado de anexo.

generaciones previas con la actual generación de RH, en una misma plataforma y un largo etcétera, que por meses provocaron diversos retrasos en diversos aspectos.

Posteriormente subí mi primer artículo a la plataforma y a los pocos días fue aprobado mi artículo como R.H. para Korea.net, pero para mi sorpresa, tanto la tipografía como los entrecomillados, entre otras cuestiones fueron modificados y aunque solicité por varios medios la actualización de lo que envié para aprobación, nunca recibí respuesta y el artículo no fue modificado de acuerdo a las especificaciones con las que lo envié, por lo que me di a la tarea de investigar si mi caso era el único que tenía esos detalles y de hecho, R.H. de diversos países habían tenido problemas similares no sólo con la plataforma, sino problemas para que se realizaran los ajustes en los artículos, para que fueran actualizados en la plataforma como eran enviados.

La coordinadora de México, nos comentó a los R.H. que el personal de Corea del Sur, se encontraban sobresaturados de trabajo, por lo que estaban haciendo lo posible por atender las solicitudes y aun así, más adelante se presentaron otros casos de ajustes y actualizaciones, por lo que se provocaron retrasos aún mayores, entre ellos, la generación de artículos similares entre R.H. de distintos países, que eran casos urgentes por atender, así como las nuevas políticas sobre el uso de fotografías e imágenes en los artículos publicados, revisión en general a estos artículos y los R.H. encargados, etcétera.

Como mencioné anteriormente, la saturación de trabajo, además de las modificaciones y rotaciones del personal (con la incorporación de nuevos miembros, capacitación y curva de aprendizaje), se vieron reflejados en el cambio de dirección de los miembros del KOCIS, la actualización de los encargados de la plataforma principal de los artículos, la misma plataforma y hasta la forma en cómo se priorizaban los contenidos que pasan de la plataforma de R.H. (Talk Talk Korea) a la página principal de Korea.net, las regulaciones, los procedimientos (entre muchos otros) e incluso crearon un “ranking”, dónde ahora lo más importante es la cantidad y no la calidad de los artículos que se escriben, además de generar innumerables



concursos y programas que sobresaturaron la capacidad de respuesta de los empleados del KOCIS, etcétera.

Posteriormente, uno de los correos electrónicos que nos enviaron, con fecha del 21 de junio sobre un tema “más serio” (así fue como lo indicaron), relacionado con un contenido, con la versión oficial del gobierno de Corea del Sur a través del KOCIS, menciona que se contradicen los acuerdos entre ellos y Japón, y ante dichos reclamos, Japón declaró que en las réplicas de los documentos históricos, se menciona que los dos conjuntos de islas deshabitadas, exhibidas en el Museo Nacional de Territorio y Soberanía de Japón<sup>79</sup> son de su propiedad, y ese tema, ha generado un aumento en las diferencias y muestra la fragmentación continua en la “amistad” que aparentemente mantienen en buenas condiciones entre las dos naciones (aún con la inevitable histórica de su pasado que ambos llevan a cuestas).

Debido a este hecho, nos solicitaron realizar una ilustración o caricatura (o ambos) comentando nuestra opinión referente a este tema, lo que pone en evidencia la incongruencia acerca de no comentar temas políticos, religiosos o controversiales (que se establecieron en un inicio) y la solicitud de “brindar apoyo” al gobierno surcoreano por medio de caricaturas y artículos (o una combinación de ambos) que les brinden credibilidad es inaceptable y preocupante, debido a que dicha actividad puede ocasionar graves consecuencias, por la emisión de declaraciones como las que nos son solicitadas en este caso, sobre temas que no nos competen. Sin duda la protección, cuidado y seguridad hacia los R.H. de este programa, no es un principio que tenga en cuenta el KOCIS, sino únicamente cuidar sus propios intereses.

Es cuestión del Estado surcoreano y nipón, dirimir sus diferencias por otros medios que no sean de conflicto, sino de apertura y entendimiento entre ambas naciones y por fin arreglar sus diferencias<sup>80</sup>, sin considerar a los R.H. como un recurso para ello.

---

<sup>79</sup> Está dedicado a explicar por qué Japón tiene razón en las disputas por dos lejanos grupos de islas en las aguas fronterizas con China y Corea del Sur (Robledo, 2018).

<sup>80</sup> Como mencioné previamente en el capítulo 2, Samuel Kim infiere que la geopolítica de la memoria, permite no sólo saber y entender el proceso histórico que ha generado los conflictos actuales, sino también buscar una solución y aliviar las

Por lo que estas situaciones (y otras más que por cuestión de espacio y tiempo me es imposible enumerar), han resultado en desanimarnos a varios R.H., debido a que en lugar de beneficiar y aportar a esta gran comunidad ya preexistente, nos cambian las “reglas del juego”, sin considerar el trabajo y tiempo invertidos en éste, además de las constantes contradicciones que confunden y demeritan el trabajo que llevamos a cabo como RH, debido a que al momento de iniciar la travesía como R.H. para para Korea.net, se nos indicó que no se podían escribir artículos de contenido político o religioso o sobre temas controversiales porque lo que querían era, sobre todo, que se escribiera acerca de todo lo positivo que tiene el país, para seguir fomentando la buena imagen de Corea del Sur a nivel internacional.

Inicialmente, me encontraba interesada en esta oportunidad para compartir con otros lo que he aprendido del país y también brindar un equilibrio adecuado acerca de la percepción que se ha adquirido en estos últimos años acerca de Corea del Sur, sobre todo en México, por lo que busqué que fueran resueltas diversas inquietudes que presentábamos los R.H. de esta generación, acerca de diversos tópicos, como las declaraciones realizadas, la interacción con la plataforma o bien con los coordinadores de cada país (entre otros temas no resueltos), pero después de esperar respuesta durante unas semanas en las que proactivamente buscaba soluciones a diferentes inquietudes, no recibí respuesta, indicación o atención alguna (inquietudes diversas que no sólo yo tenía como R.H., sino también otros compañeros y compañeras, particularmente de mi generación) y como tampoco se presentaron mejoras de ningún tipo, decepcionada ante esta situación, decidí que era momento de retirarme del programa.

No obstante fue difícil esta decisión, debido, a la gran cantidad de tiempo y esfuerzo que había dedicado desde el principio, incluida la investigación y generación de diversos artículos, sin mencionar la búsqueda de respuestas ante los diversos cambios y contradicciones y aunque intento comprender toda la situación y ponerla en perspectiva, evidentemente las expectativas que tenía del programa no se

---

tensiones entre ambas partes, para contribuir a un estado de alivio a través del perdón y la paz por el pasado que no es posible cambiar, pero que, si continúa de esta manera, se puede poner en peligro el futuro de ambas naciones (López Rocha & Rhyzhkov, 2017).

cumplieron como yo pensaba y tampoco se desarrollaron de acuerdo a las estipulaciones que el KOCIS mencionó en un principio y debido a que si bien no fue un año “normal o promedio” para esta generación de R.H. 2020 y revisando la coyuntura que diversos factores provocaron que este año, como la actualización de los servidores, las plataformas, los cambios del personal relacionados a la organización (cuestiones laborales en Corea del Sur, que también son muy complejas), COVID-19, etcétera; por lo que este entendimiento, no significa de ninguna manera justificar dichas acciones y menos las modificaciones a conveniencia en ciertas situaciones, por lo que continuar en el programa de R.H., significaría de forma automática, que estaría aceptando los cambios en las políticas y procedimientos que realizó el KOCIS sin previo aviso y sin una justificación viable.

Es decir, más allá de las circunstancias que se presentaron, siempre es importante el enfoque que se le dan a las experiencias y tomarlas como una oportunidad de aprendizaje<sup>81</sup> que éstas brindan y como lo mencioné al principio, yo ingresé al programa de R.H. debido a la idea central del programa, basada en la diplomacia cultural para difundir la ola coreana a nivel internacional, permitiendo no sólo el intercambio cultural por la vinculación de las relaciones internacionales entre diferentes países, sino permitiendo su acercamiento a través de intereses en común y valores similares. Es por ello que fue interesante aprender este tipo de modelos para hacer proyectos similares en otros países por supuesto con ciertos ajustes, que son más que necesarios, por lo que es fundamental entender y aplicar las oportunidades de mejora.

Es así que este estudio de caso, mediante la reconstrucción de los hechos, nos brinda un importante aprendizaje, así como la posibilidad de entender, generar, compartir, difundir y aplicar el conocimiento a través de los eventos sucedidos, en este caso, la observación es imprescindible para que este proyecto pueda ser

---

<sup>81</sup> “La identificación y documentación de lecciones aprendidas por medio de Estudios de Caso permite que los especialistas o equipos de trabajo expliciten su conocimiento a partir de la reconstrucción de los hechos de un proyecto u operación, mejoren la comprensión sobre factores de diseño y dinámicas de implementación que contribuyen a (o limitan) los logros, avancen en una interpretación crítica de lo sucedido, formulen recomendaciones y refinen sus hipótesis de trabajo. De esta forma, la identificación y difusión de lecciones es un insumo clave para la efectividad en el desarrollo de las actividades, los procesos de toma de decisiones y la gestión enfocada en resultados” (BID, 2011).

modificado y adaptado en otros países, para que, de esta manera, se puedan cumplir los objetivos planteados en un programa de este tipo, para la difusión cultural complementaria al trabajo que ya realizan otras entidades gubernamentales en la actualidad a nivel internacional.

Asimismo, para que este proyecto contribuya a obtener los logros deseados con efectividad, se plantea la vigilancia de las políticas y procedimientos implementados, así como el curso de acción sobre situaciones predecibles que pudieran llegar a afectar el programa, con la intención de que los desafíos a enfrentar sean mínimos, reduciendo la probabilidad de eventualidades que afecten el desempeño de cualquier sector que forme parte del proyecto, desde el capital tecnológico, hasta el humano, así como la realización de evaluaciones periódicas del programa en cuestión, para comprobar que se cumplan con los objetivos trazados desde el principio, en caso contrario, tomar las acciones necesarias para ajustarlo, enfocándose en la necesidad e intención de que dichas situaciones permitan mejorar el proceso de toma de decisiones y gestión institucional en el transcurso de éste.

Desafortunadamente al no contar con la información regular y actualizada sobre cómo está funcionando la plataforma, así como la opinión y el nivel de satisfacción de sus R.H., entre otras cuestiones, ha afectado el funcionamiento y desempeño del programa.

Considerando todas las circunstancias mencionadas previamente, es prioritario enfocarse en mejorar los niveles de confianza, así como del cumplimiento de las bases establecidas para ingresar al programa, de modo que, haciendo los ajustes necesarios, influirá de forma positiva no sólo para el programa y los RH seleccionados, sino que dará una imagen de credibilidad y confiabilidad para los futuros participantes de este programa.

El propósito principal de este estudio de caso fue la presentación de una nueva perspectiva acerca del papel de los medios digitales y la cultura tecnológica, utilizados para la expansión de la diplomacia cultural de la ola coreana a otros países.

## Conclusiones

“El liderazgo nace de la pasión, no de la posición”.

Su Majestad Rania Al Abdullah

“El hombre razonable se adapta al mundo; el irrazonable persiste en intentar adaptar el mundo a él. Por consiguiente, todo progreso depende del hombre irrazonable”.

George Bernard Shaw en “Máximas para revolucionarios”

Este trabajo no estaría completo sin realizar un balance final, buscando no enfocarnos en una visión binaria de las cosas, sino la intersección en conjunto de múltiples factores que pertenecen a la realidad del país surcoreano.

Asia, ha sido un continente con un fuerte desarrollo que ha llevado a varios países a convertirse en potencias en diversos aspectos, en el caso de Corea del Sur, sus bases económicas han sido creadas por diversas dinámicas en el mundo, que le han permitido mejorar su economía, creando políticas, vinculando al gobierno con el sector privado, enfocándose en crear y mejorar su nivel de industrialización, productividad y, por ende, de su intercambio comercial.

Este proceso de modernización ha sido desarrollado a lo largo del tiempo, para lo cual han sido determinantes los procesos históricos, sociales y culturales que moldearon la actualidad surcoreana. Dichas transformaciones preceden a una gran complejidad debido a que el exterior siempre estuvo gestando diferentes procesos por las influencias extranjeras que incidieron en la sociedad coreana actual y en la que ahora se muestran con una simbiosis entre lo tradicional y lo moderno, donde han tenido que vincular su autonomía nacional con las múltiples invasiones y sometimientos externos en su territorio con lo que evidentemente han sufrido

diversos procesos de transformación que muestran distintas realidades en la vida social y económica de ese país.

Sin duda alguna, la influencia japonesa y china, son las que más han predominado en el pueblo coreano y para su etapa de modernización, la invasión japonesa significó muchas dificultades y afectaciones a diferentes niveles, pero que también le brindaron las bases y ejemplos de lo que ahora ha demostrado el papel que juega el Estado, la educación, la industrialización y su infraestructura para sus procesos económicos actuales.

En los últimos años, se ha acrecentado el interés por el continente asiático, sobre todo de la península coreana, que más allá de la curiosidad y preocupación que genera por los conflictos en el territorio, el foco principal se centra en Corea del Sur, el país que ha representado un modelo de crecimiento económico a nivel internacional, probablemente uno de los más importantes en Asia y que sin duda le ha permitido destacar en diversos ámbitos empresariales y tecnológicos apoyado por sus dinámicas culturales y multimedia impulsadas desde la diplomacia cultural, insertándose en nuevos mercados, aumentando sus intercambios comerciales y de inversión, con lo que a su vez, ha adquirido un interés en diversos países, con los que continúa fomentando relaciones bilaterales, sobre todo, con los principales países receptores de la promoción cultural coreana en el extranjero.

Para llegar a este punto, se requirió de un alto nivel de industrialización en Corea del Sur, por lo que diversos líderes en los grupos de poder, tanto empresariales como de gobierno, tomaron la decisión de impulsar la dinámica nacional, a partir de los incentivos gubernamentales, aumentando sus exportaciones, creando y desarrollando nuevas industrias, que a su vez requirieron mejoras educativas, debido a la necesidad de un alto nivel de alfabetización, solicitando trabajadores con la capacidad de aplicar y entender las nuevas técnicas. De igual manera, la apertura económica les permitió aprender y absorber nuevas formas tecnológicas, accediendo a diferentes procesos en otros países que beneficiaron a los surcoreanos, sobre todo, a partir de la globalización de los mercados.

Este proceso ocurrió posterior a la división de “las Coreas” y la transmutación política y económica provocó un cambio vertiginoso mostrado en el denominado “milagro económico”, que ha tenido Corea del Sur debido a la priorización tecnológica para su desarrollo a diversos niveles tanto políticos como económicos, sin embargo, no se ha implicado a todos los sectores para que participen de forma integral.

Este milagro económico, no fue un suceso casual, sino que, como se explica en el capítulo tres, tuvo la confluencia de diversos elementos en tiempos específicos, que permitieron el crecimiento económico de Corea del Sur, con lo que en muy poco tiempo y a la par de este proceso de súbito desarrollo económico (para unos pocos), el desarrollo social, fue el que más se vio comprometido y como en muchas sociedades actuales, aún quedan temas pendientes.

Regresando al punto anterior, Corea del Sur, se había vuelto un referente para el resto de Asia, erigiéndose como una potencia tecnológica e innovadora, pero su imagen del país al exterior, denotaba todo lo contrario, generalmente si se hablaba de Corea en el extranjero, se reflejaban los hechos acaecidos durante la Guerra de Corea, su posterior división y consecuencias, entre ellas, sus niveles de pobreza, armas nucleares, Guerra Fría, etcétera.

Por ello, la creación de la ola coreana (hallyu), en los 90’s por el gobierno surcoreano y en coordinación con diversas empresas, para promover e incentivar el conocimiento y consumo de diversas marcas propias de Corea del Sur, permitieron sus inserciones en los mercados internacionales sobre todo occidentales, con estrategias lucrativas, con lo que lograron que se incrementara el turismo (sobre todo el médico), así como el comercio en general, impulsando el crecimiento económico de aquel país sobre todo en su capital, Seúl; este fenómeno, en un inicio fue difundido principalmente por los K-drama (Hallyu 1.0) y para el actual Hallyu 4.0, que pretende continuar con una expansión de productos culturales con la marca país, con la “K” (Korea), como principal representante en todos los ámbitos como un estilo de vida, debido a la difusión de diversos productos culturales y contenidos de la cultura popular coreana, desde dramas, música, películas, celebridades,



gastronomía y un largo etcétera, que a su vez, han impulsado diversos sectores del país asiático y esta derrama económica se ha visto acompañada de la innovación e inversión en tecnología así como la digitalización, para elevar el nivel de sus marcas y poder competir a nivel internacional, ya que diversos elementos como la música, las artes y los deportes, se vuelven universales, rompiendo barreras geográficas como idiomáticas, siendo utilizadas para aumentar el interés en un país específico y/o cultura y ésta fue la estrategia inicial utilizada por este movimiento.

En la actualidad, el gobierno surcoreano ha hecho del K-pop su producto estrella, impulsado principalmente por el Ministerio de Asuntos Exteriores, en el que han decidido no sólo emplear la difusión de la cultura coreana a través de la diplomacia cultural (por medio de las embajadas y los centros culturales de otros países), sino que además, el Ministerio de Cultura, Deportes y Turismo, se ha encargado de incorporar a su estructura, para que, por diversos medios, apoyados por empresas nacionales y los chaebols, se difundan las actividades a promover en otros países.

Uno de los efectos del hallyu, ha sido la mejora de su identidad nacional, con lo que también aunado a su poderío militar, le brinda una mejor estrategia de seguridad, protegiendo sus valores identitarios con los que se vinculan, particularmente sus tradiciones y costumbres, religión, etcétera. Además de la asignación de un presupuesto de tan sólo el 1% en sus inicios, se ha visto una transformación en el país, brindándole numerosos beneficios y una proyección nacional innegable que le ha permitido ampliar sus “exportaciones” culturales a otros países, mejorando sus niveles económicos ya que, a partir de la imagen, han podido vender otras industrias que han relacionado a su cultura.

El *soft power*, ha prevalecido en la estrategia surcoreana de expansión a nivel internacional, lo que le ha permitido ampliar sus alcances y con ello, derivarlo hacia el *smart power*, ya que el poder suave requiere de un complemento para concretar resultados, a través de la aplicación de todos los recursos disponibles, eligiendo de manera conveniente cada uno de ellos de acuerdo a la situación que se presente, por lo que, a partir de la diplomacia cultural, se ha afianzado aún más.

En las relaciones internacionales, Joseph Nye ha aportado conceptos importantes acerca del poder y sus múltiples formas, como el *hard power*, *soft power* (que vinculados aportan), el *smart power* (poder inteligente), que ha sido utilizado por Corea del Sur múltiples veces, para apoyar su desarrollo y crecimiento económico, debido a que lo emplea actualmente como una estrategia estatal para redireccionar el foco de atención internacional, ampliando la influencia surcoreana, legitimando sus acciones, permitiéndole establecer y afianzar todo tipo de alianzas reafirmando el poder e influencia ante la presentación o aplicación de éste.

El *smart power* que ejerce Corea del Sur, se muestra a través de la política exterior que tiene hacia el resto de los países, desde la diversidad de relaciones con otros Estados, los modos de cooperación (en educación, tecnología, movilidad, cultura y otros aspectos), su *soft power* predominante y su respaldo a través de su poder duro, tanto en el aspecto económico, como el aspecto militar (como dato adicional, en Corea del Sur, recientemente se actualizaron las restricciones de viaje para los que cumplan 25 años así como para los artistas para que cumplan con el servicio militar obligatorio), (Kim L. , 2019) la importancia de éste último, debido a la no resolución definitiva del conflicto entre ambas Coreas.

Agregando a lo anterior, en referencia al tema militar, Seúl ha hecho un gran esfuerzo por convertirse en una potencia militar. Su presupuesto de defensa, que en 2017 ascendió a 39.200 millones de dólares, es el décimo mundial y representa el 2,5% del PIB y algo más del 12% del gasto gubernamental. Con 634.000 efectivos, el ejército surcoreano es el séptimo más grande del mundo, sólo por detrás de países que lo superan ampliamente en población. A su vez, las autoridades han adoptado una política de tolerancia cero frente a quienes intentan eximirse del servicio militar (obligatorio para varones de entre 18 y 35 años). Las nutridas filas del ejército se complementan con alrededor de 30.000 efectivos militares estadounidenses afincados en Corea del Sur, en cumplimiento de los tratados de defensa mutua. La alta militarización se sustenta sobre todo en la necesidad de dar una respuesta a los misiles y cabezas nucleares del Norte. Esto ha llevado al país a contar con todo tipo de defensas aéreas (y potencialmente aeroespaciales). [...]

Seúl, además cuenta con una industria militar autóctona de punta. El país se surte en buena medida de esta producción doméstica que también genera un jugoso negocio fuera de sus fronteras: en 2017 exportó material de defensa por valor de 3.190 millones de dólares, un 25% más que el año anterior. A su vez, Corea del Sur está logrando una ventaja comparativa en tecnologías novedosas como la robótica militar, área en la que trabajan conjuntamente centros educativos y empresas armamentísticas y que ha encontrado menos reparos éticos que en otros países (Díez, 2018).

Regresando al manejo del poder surcoreano, como Joseph Nye aclara, *el poder cambia, pero sigue siendo poder* (Nye, 2010), el poder evoluciona y justamente, el futuro del poder, se encuentra en el impacto del internet en los recursos de poder globales, por lo que la transición del *softpower* hacia el *smart power*, lo explica de una manera interesante el filósofo surcoreano Han Byung Chul en su libro de psicopolítica, “El poder inteligente, amable, no opera de frente contra la voluntad de los sujetos sometidos, sino que dirige esa voluntad a su favor. Es más afirmativo que negador, más seductor que represor. Se esfuerza en generar emociones positivas y en explotarlas. Seduce en lugar de prohibir. No se enfrenta al sujeto, le da facilidades” (Han, 2016).

Además, “el poder inteligente se ajusta a la psique en lugar de disciplinarla y someterla a coacciones y prohibiciones. No nos impone ningún silencio. Al contrario: nos exige compartir, participar, comunicar nuestras opiniones, necesidades, deseos y preferencias; esto es, contar nuestra vida. Este poder amable es más poderoso que el poder represivo. Escapa a toda visibilidad. La presente crisis de libertad consiste en que estamos ante una técnica de poder que no niega o somete la libertad, sino que la explota. Se elimina la decisión libre en favor de la libre elección entre distintas ofertas. El poder inteligente lee y evalúa nuestros pensamientos conscientes e inconscientes. Apuesta por la organización y optimización propias realizadas de forma voluntaria. Así no ha de superar ninguna resistencia. Esta dominación no requiere de gran esfuerzo, de violencia, ya que simplemente sucede. Quiere dominar intentando agradar y generando dependencias” (Han, 2016).

De esta manera, Corea del Sur, establece su política exterior que ha trascendido desde un claro *soft power* hacia un *smart power*, con diferencias entre países, en los que no presenta una uniformidad, sino que de forma cuidadosa ha ampliado sus canales de vinculación, satisfaciendo intereses particulares en Europa y Estados Unidos y poco a poco se va afianzando más en algunos países latinoamericanos, donde ubica particularidades desde culturales, económicas, sociales o políticas y por ese medio y gracias al hallyu, le permiten coincidir de manera más aceptable dentro de nuevas relaciones bilaterales y regionales con otros países.

De acuerdo a la investigación que realicé, y que claramente se ve reflejado en el capítulo tercero de este trabajo, así como en las afirmaciones anteriores que presento, la estrategia surcoreana hacia el smart power por medio de su diplomacia cultural, en mi opinión, si se consolidará en los próximos años, debido a que presenta evidencias sustanciales de este proceso, por lo que esta hipótesis se aprueba.

Ahora bien, es importante hablar acerca de otras cuestiones que están sucediendo en Corea a nivel social, de inequidad, falta de libre expresión, entre otros aspectos.

Por ejemplo, tanto las empresas nacionales como los chaebols, que son “grupos de poder que pusieron en marcha el proceso globalizador de Corea, [...] impusieron una narrativa a través del discurso del *ideal de la modernidad que invitaba a la sociedad a cambiar formas y prácticas cotidianas* [...] que han permitido que, en la búsqueda de nuevos mercados y socios comerciales para Corea, el Estado y la élite económica modelen una imagen del país que no corresponde a las características identitarias que define y representa a la sociedad coreana y, en consecuencia, al país, como es el caso de la imagen que se transmite a través de la cultura pop generada desde la industria del entretenimiento. Además de provocar, al interior de la sociedad, reacciones que polarizan los posicionamientos de sus individuos, dando paso a discursos y prácticas discriminatorias, marginalizantes o no inclusivas hacia personas de diferente nacionalidad o condición sociocultural, pues la sociedad local no ha sido capaz de procesar los cambios sociales que demandaba el proceso

globalizadorio en la vida cotidiana y no solo en el discurso” (López Rocha & Rhyzhkov, 2017).

Así como la difusión del hallyu, principalmente con los subproductos como los K-dramas o el K-pop, han sido lo más importantes para desarrollar el potencial cultural que tiene en conjunto el Estado y el sector privado, mostrando la capacidad que tienen para crear toda una industria de entretenimiento que brinda inspiración, alegría, éxitos, pero que como todo, tiene su opuesto, donde podemos ver una sociedad demandante (como explicación, pero no como justificación, se encuentra la historia coreana que lo prueba a través de diferentes elementos culturales, religiosos e incluso filosóficos), con estándares de belleza tan elevados, donde el éxito y el trabajo duro, se antepone a un balance y equilibrio que permitirá tener una mejor calidad de vida.

Dicho de otra manera, la democracia de Corea del Sur, si bien ha tenido un gran proceso de evolución, está lejos de ser una nación en la que la libre expresión exista, debido a que la mayoría de lo que se muestra en sus medios oficiales, es autorizado por el gobierno (porque regula la mayoría de los contenidos e información que se otorga al exterior del país, por lo que controla a los medios), de hecho, en periodos presidenciales anteriores la democracia era nula y poco a poco ha empezado a tener un poco más de libre expresión.

Relacionado a este tema, la plataforma Netflix, con la serie “Extracurricular”, enfoca la vida de un estudiante “modelo”, conforme a los estándares sociales surcoreanos, pero en realidad este alumno, lleva una vida criminal más allá de la imaginación de los que le rodean. La historia cuenta que tomó esta decisión porque necesitaba el dinero para los gastos de subsistencia y para poder ahorrar para su matrícula universitaria. La serie en Corea del Sur fue prohibida por mencionar temas sobre tráfico sexual, prostitución de menores, etcétera, pero que curiosamente, fue emitida en el tiempo en el que un gran escándalo sobre el Caso de “Burning Sun” salió a la luz, esta organización criminal de trata de personas llevaba sus operaciones por medio de la mensajería de Telegram e involucró a menores de edad, así como conocidas celebridades que estuvieron involucradas en estas salas

de chats donde se difundían fotos y videos, que a su vez eran utilizadas para chantajear a los sobrevivientes.

Retomando los temas pendientes en Corea del Sur, se sabe que todos los países tienen sus temas internos y no existen países perfectos, pero más allá de eso, Corea del Sur, ha utilizado la diplomacia cultural para esconder situaciones negativas atrás de un impecable perfeccionismo que genera dudas acerca de la credibilidad de dicho discurso, por lo que, la diplomacia cultural, si bien es un instrumento que permite mejorar la imagen de un país, permitiéndole enfocarse en las cuestiones más agradables que ofrece al mundo, también se puede volver en contra de éste, si no se atañe a la realidad nacional, es decir, para entender esta afirmación, es necesario saber que si bien, Corea del Sur muestra una imagen cosmopolita, de éxito y modernización, la verdad no se puede ocultar, al menos no por mucho tiempo y ésta sale a la luz, generalmente por medio de escándalos que se propagan de manera expedita a nivel global, interrelacionando diversos ámbitos, tanto políticos como económicos, a la industria del entretenimiento, sector educativo, entre otros (incluso a los más altos niveles), donde se muestran casos de corrupción, abuso de poder y violaciones constitucionales, conflictos de interés, etcétera.

Es decir, las contradicciones presentes entre lo mostrado y la realidad, muestran los grandes y persistentes retos a los que se sigue enfrentando Corea del Sur de forma constante, es por esa razón que no podemos olvidar las consecuencias que se reflejan tanto en las culturas como en las sociedades, sobre todo si no se hacen reformas basadas en la actualidad y lo que están viviendo los jóvenes surcoreanos, sino desafortunadamente parece ser que las nuevas generaciones se encontrarán condenadas a la misma realidad o incluso una peor.

Otra cuestión a considerar, es que en la actualidad, la sociedad surcoreana ha evidenciado la disparidad social y económica en el país, lo que ha provocado conflictos y desacuerdos sobre el manejo y los objetivos del desarrollo en el país, asimismo, también se ha afectado su identidad y culturalidad originarias, debido a las implicaciones que genera el proceso globalizador con una evidente transformación a niveles internos, esto se percibe principalmente en la dilución del

idioma nativo coreano que presenta una mezcla idiomática con el inglés, diferente a lo que sucede con el idioma coreano en Corea del Norte y con ello ha evitado cualquier influencia en su idioma, es decir que en estas economías sin fronteras, todo se vuelve global, lo que termina influyendo en las adaptaciones lingüísticas influidas por Estados Unidos y que por ende, contribuyeron a remodelar la identidad coreana actual, que ha cedido elementos identitarios, situación que las nuevas generaciones lo han normalizado por los efectos globalizadores, mientras que las personas mayores, no se sienten identificadas debido a sus costumbres históricas relacionadas al confucianismo, tendiendo a ser más excluyentes con otras culturas diferentes a la suya.

Aun cuando se busca reforzar esta identidad ya diluida, propuesta por el gobierno surcoreano con una intención estratégica, ésta refleja la incompatibilidad entre el Estado y la sociedad, que en el día a día, refleja la disparidad con lo que sus acciones internacionales de proyección sobre el país surcoreano no son tan exitosas como aparentan en el exterior.

En esta investigación se descarta parcialmente la hipótesis sobre si la estrategia surcoreana de diplomacia cultural es tan exitosa como aparenta y se aprueba de qué manera permite el establecimiento del smart power, debido a que si bien ya tienen una estrategia desarrollada y que les ha funcionado con éxito (fuera de su país, ya que de forma interna, sobre todo a nivel social no coinciden las versiones oficiales que se presentan ante los medios internacionales, como consecuencia, existen cuestiones pendientes por revisar a nivel interno), pero aun así, sigue formando parte de la marca-país, no es un producto espontáneo del mercado, sino que es un anclaje de la política exterior y el smart power sería como un caballo de Troya para el resto de los países donde está operando. Es un proceso que se está llevando a cabo en estos momentos y que es probable que suceda, por el desarrollo económico, crecimiento, presencia de las empresas (las cuales están detrás del hallyu con sus propios intereses), que no están alineados con los intereses de política exterior surcoreanas, por lo que se presenta un desfase entre lo que promueve el Estado y lo que realmente se hace. Aun así, estas empresas y el

gobierno, dependen del hallyu en gran medida para sus propios fines, a través de estrategias y políticas de estado de forma permanente a partir de las que continúan beneficiándose, pero no proyectan una imagen coordinada entre su política exterior y los valores internos.

Como lo mencioné, si bien fue sorprendente para Corea del Sur, el éxito que ha tenido en el extranjero, de forma local, es lo opuesto, internamente los surcoreanos si bien comparten las cuestiones sociales, religiosas, etcétera, en términos del hallyu, no se sienten identificados particularmente con el modelo que se ha internacionalizado, esto se establece claramente en el artículo: Hallyu y su percepción por los jóvenes coreanos en el contexto de la marca país coreana (Rhyzhkov & López, 2017), en el que los autores mencionan que a través de esta investigación en la recopilación de datos de fuentes primarias, los estudiantes universitarios de tres diferentes instituciones en la República de Corea, en los que las estrategias de la marca país, encabezadas desde el Estado, no son sustentadas por la sociedad del país asiático. Con lo que los autores concluyen que se cuestiona el discurso que se maneja desde las estructuras del poder de la República de Corea.

Asimismo, la Dra. Nayelli López Rocha y el Dr. Andrii Rhyzhkov, en otro de sus artículos acerca de la sociedad coreana, establecen que “No se puede apelar a ser un país modelo, ejemplo del desarrollo exitoso, cuando existen conflictos y desacuerdos sociales en un país democrático. El ideal sigue siendo, sin duda, apelar a una globalización más humana y justa, que rescate los aciertos y atienda los errores” (López Rocha & Rhyzhkov, 2017).

Si se busca una explicación simple, ésta no existe. Lo más difícil es identificar de qué manera persisten estas condiciones en la actualidad. Si bien, Corea del Sur, prácticamente es un pueblo antiguo que entró de forma súbita a la modernidad, si lo comparamos con otros países que han tenido un proceso más largo de evolución y cambio y que por cuestiones históricas y geopolíticas, sus adaptaciones se han efectuado de forma estrepitosa, por lo que no se puede medir de la misma manera a un país que prácticamente se actualizó de acuerdo a las circunstancias mencionadas, no por ello se justifican las afectaciones a otros niveles, sobre todo a



nivel social, donde se presentan numerosas deficiencias, que no han sido atendidas debidamente.

Sin duda, es imprescindible entender la interdependencia de distintos grupos que se encuentran en una misma sociedad, a su vez, permite considerar las múltiples perspectivas que permitan integrar de manera más igualitaria las estructuras sociales y su inclusión a estos nuevos procesos de intercambios internacionales asociados a la globalización.

Es decir, por medio del análisis de la multiplicidad de elementos inherentes al fenómeno *hallyu* de Corea del Sur, no se pretende criticar, sino entender la inserción de esta nación en las dinámicas globalizantes que se han venido generando en diferentes espacios de tiempo y de diversas maneras para la mayoría de los países a nivel mundial, cada uno de ellos con sus propios retos y procesos que implican no sólo atreverse a entrar a estos escenarios, sino que dichas experiencias sirvan para ajustar aquellos aspectos en los que se mejoraría la imagen real del país y no sólo proyectar lo que se quiere, sino resolver los problemas que en el caso de la sociedad coreana implican un entendimiento, empatía y sensibilidad a nivel social y humano, a partir de la creación de una sociedad más participativa, equitativa y justa, que se enfoque en temas que aún están pendientes y que se basan en derechos fundamentales y desde mi particular perspectiva, la salud mental es la más importante, porque como menciona el neurocientífico Facundo Manes, “lo más importante que tienen los países es el cerebro de su gente, las economías y la economía global dependen de la generación de ideas de su implementación. La mejor inversión de las sociedades es el cerebro de sus habitantes” (Canal de YouTube BBVA #AprendemosJuntos, 2019).

Acercas de los temas sociales, en Corea, temas como la xenofobia en contraposición al nacionalismo étnico, la inequidad de ingresos en contraposición a la riqueza de los conglomerados, la violencia contra la mujer en contraposición a la perpetuidad de la sobrevaloración del hombre respaldada por el confucianismo, la inequidad del acceso a la educación en contraposición con la educación en instituciones privilegiadas, la amplitud de la brecha entre el poder adquisitivo de la clase media y

la alta, la representatividad de mujeres en el poder en contraposición a la mayoría de los hombres, etc., son temas importantes de atender en el contexto actual de la sociedad coreana (López Rocha & Rhyzhkov, 2017).

Como menciona Lee Soo Man, productor y fundador de la SM Entertainment, la cultura primero, economía después, es un gran objetivo, pero se propone, salud mental y cultura, economía después. Por supuesto la verdad de los beneficios económicos es destacable, pero a qué precio se está pagando a cambio de tener un “super país” con beneficios económicos, declarado como cosmopolita y moderno si no hay salud mental entre sus habitantes. Es entendible que en dicho país, tienden a asimilar ciertas formas de comportamiento que tienen otros países cercanos, como sucede en todo el mundo, adaptando ciertos modelos, tendencias que ya han sido efectivos en otros países y aplican ese mismo ejemplo, adaptado a su propia sociedad y sus contextos particulares actuales, pero incluso puede ser una cuestión de seguridad nacional, el foco de atención está puesto en otro lado, no hay que continuar normalizando actitudes que vulneren los derechos fundamentales de las personas, sino generar consciencia y realizar los cambios necesarios, priorizando a la sociedad surcoreana.

Sin embargo, son temas aún difíciles en una sociedad tradicional con tintes modernos y que con los procesos globalizatorios actuales, no sólo es importante la salud física, sino también la salud mental, ya que juntas, promueven el bienestar de la persona no sólo a nivel individual, sino que esto deriva en la colectividad, disminuye la vulnerabilidad, aumenta la resiliencia y mejora las capacidades y opciones de las personas frente a diferentes escenarios, para que los procesos de enfrentamiento y aceptación de la realidad proporcionen una vía más sencilla para continuar con la vida, a pesar de las situaciones vividas.

Por supuesto aún quedan muchos temas por resolver, pero mientras se pronuncie un doble discurso tanto en Corea del Sur como en otros países y las acciones no demuestren congruencia entre lo que se dice y lo que se hace, difícilmente se tendrá un cambio para poder tener una sociedad más justa y equitativa en todos los niveles,

mejorando la calidad de vida de sus habitantes, algo que sin duda debe ser prioridad en la agenda de desarrollo de un país con un alto nivel económico como éste.

Hasta este momento, se ha realizado una evaluación general entre los aspectos positivos que brinda la diplomacia cultural coreana que si bien ya se mencionan en el capítulo tres, en este apartado de conclusiones se retoman, así como las cuestiones pendientes que tiene Corea del Sur, de esta manera, la hipótesis sobre los beneficios de la diplomacia cultural en el caso coreano y cómo le otorga ejemplos a México de su beneficio se aprueba, debido a que continuación se les hace mención en las implicaciones para México, tomando de ejemplo a Corea del Sur.

En el caso de México, es fundamental que se ponga atención a la parte histórica y cultural de ambos países, para analizar las diferencias entre ambos y a su vez, aprovechar dicha influencia para ampliar las bases de la política exterior de nuestro país de una forma adaptada de cómo Corea del Sur lo hace, aprendiendo de lo ya realizado para beneficiarnos, sobre todo a partir de lo que ya ha hecho este país.

Es por todos conocido que México tiene una gran riqueza cultural, artística, gastronómica, turística, entre otros valores; los cuales no han sido estratégicamente aprovechados, por ejemplo, en el caso de Corea del Sur, que además de crear una ley donde se establece el designio de un porcentaje que inició en un 1% y que ha aumentado con el tiempo debido a la importancia económica que ha establecido en el país, con una estrategia que supera los periodos presidenciales y que además converge apoyado por el sector privado.

Esta situación en México no pasa, en el caso de Corea, más allá de los escándalos entre gobiernos y los chaebols, existe un apoyo en la cultura del país, que si bien está enfocada en sus productos más atractivos como son los K- dramas o K-pop, éstos permiten generan un interés en el país, que indudablemente los llevará a investigar su pasado, conocer su lenguaje, etcétera, con lo que les permitirá adentrarse poco a poco en su cultura sin prácticamente darse cuenta, asimismo es de notar la producción y el detalle a cada aspecto que le prestan, es decir se puede enganchar al público con un aspecto identitario de nuestro país y anclarlo para obtener atención y generar el interés que se requiere para poder difundir de mejor

manera nuestra cultura apoyándonos de los instrumentos que hemos utilizado hasta el momento, pero volviéndolos más eficaces con una estrategia conjunta.

Es así que Corea del Sur, nos sirve de modelo para abrir la conversación que permita entender como ciertas decisiones pueden ejercer un efecto en otros, sin duda tiene sus aspectos positivos (economía, progreso, innovación y tecnología, etcétera) pero no hay que dejar de lado que lo más adecuado es hacerlo de forma integral, uniendo el desarrollo económico y político, pero también el desarrollo social y la preservación cultural (en lo posible, entendiendo que la globalización trastoca diferentes niveles).

Ahora bien, tanto México como Corea del Sur, son naciones en vías de desarrollo, ambas comparten vínculos que se han formado y reforzado a lo largo del tiempo, incluso antes del establecimiento de sus relaciones diplomáticas, implicando el compartir similitudes y a la vez también han sido divergentes en cuestiones marcadas por los líderes de cada Estado, que se encargan de establecer las pautas principales que cada país debe seguir, con lo que se han generado reformas constantes, propios de los cambios de visión nacionales, alineados con las propuestas del gobierno en turno, cuestión que Corea del Sur se diferenció de México, en cuanto a la alineación entre gobierno, industrias y empresas impulsando continuamente el proyecto cultural estatal aumentando sus inversiones económicas, pero lo más importante ha sido brindarle continuidad aún con los cambios de gobierno y visiones diferentes, desde entender que es un beneficio para el país en general más allá de opiniones políticas diferenciadas.

En México, el gobierno de Andrés Manuel López Obrador, se ha declarado a favor de priorizar su política exterior con Asia, con lo que se volverá un aspecto a darle seguimiento, sobre todo la relación bilateral entre México y Corea del Sur a partir de las consolidaciones estratégicas con ésta, pero la realidad es que desafortunadamente en nuestro país, no se le ha dado la importancia que merece, tanto a la cultura, y por ende, a la diplomacia cultural, sobre todo en este periodo de gobierno con Morena y la "4T", debido a que ha disminuido el presupuesto a cultura (con la justificación de la austeridad), lo cual ha sido un grave error, debido a la

importancia ya resaltada, sobre la urgente necesidad de priorizar la inversión a la cultura (como base de la diplomacia cultural), es por ello, que se vuelve fundamental observar otros modelos económicos que muestran el aprendizaje de que, al priorizar la cultura, ésta también aporta al progreso económico de un país, e incluso, dicho recurso, le permite salir de una crisis financiera como la de 1997, que tuvo lugar en Asia.

Contrario a lo que de forma oficial mencionan sobre la priorización de la política exterior con Asia, la realidad es otra. En el documento presentado por la SRE, titulado: “La Diplomacia Cultural de México” 2018-2024, de forma general en un solo párrafo se menciona: “Un complemento estratégico de la presentación de la imagen de nuestro país en el exterior será además la acción coordinada con los centros que la UNAM ha establecido en Estados Unidos, Asia, Europa y África; con las representaciones internacionales de otras universidades mexicanas y con los centros comunitarios que existen en los Estados Unidos”. (SRE, 2019) Es el único momento en que se considera Asia como un punto a desarrollar en la estrategia cultural de diplomacia mexicana, ya ni hablar de una estrategia con Corea del Sur, en conjunto o aprovechando los canales existentes en el continente, lo cual es una pena, por todo lo que se puede hacer a través de este vínculo y que no está siendo aprovechado.

Retomando la política exterior, en el caso mexicano se ha destacado en varios ámbitos, a partir del trabajo conjunto de múltiples embajadores y embajadoras, con el apoyo de diversas Secretarías del Estado, así como diversos connacionales que por su propio trabajo y esfuerzo, han causado un impacto positivo al exterior, por lo que se vuelve indispensable rediseñar las estrategias que se utilizan para difundir la cultura nacional, pero sobre todo el cómo otros nos perciben desde fuera de nuestro país, para lo cual podríamos ver el ejemplo de Corea del Sur sobre sus estrategias mediáticas de difusión cultural que han tomado fuerza en estos últimos años (y para lo cual llevan trabajando tiempo atrás).

Por supuesto, los resultados no son inmediatos, ya que requieren tiempo y constancia, pero si priorizamos y nos enfocamos en destacar un producto cultural,

elegido para que represente las relaciones públicas del país, en conjunto con otras Secretarías que establezcan la promoción de la cultura del país, se lograrían grandes cosas, haciendo algo equivalente a lo que Corea del Sur ha realizado hasta el momento, con el fin de poder impulsar nuestra propia cultura y con ello obtener múltiples beneficios.

Sin duda alguna, la relación y vinculación entre México y Corea del Sur desde hace varios años ha sido importantísima, ya que nos ha abierto canales, que de otra forma nos hubieran tomado más tiempo transitar o bien imposibles de llegar, ya que su referencia y acompañamiento ha sido fundamental, a lo que México también ha correspondido en las diversas ocasiones y si bien se han acoplado en varios aspectos, también cuentan con diferencias y esto permite a ambas culturas constituirse desde sus particularidades con herramientas decisivas no sólo para transmitir la cultura y los valores nacionales, sino para vincularse entre ambas, con lo que la relación bilateral entre ambos países ha sido cada vez más fuerte y provechosa para ambos, ni hablar de los tratados y acuerdos que se han firmado en los últimos años para beneficio de ambas partes no sólo a nivel general sino también brindando apoyos y oportunidades para diversos connacionales en cuestión de intercambios, etcétera.

La difusión por medio de la diplomacia cultural de Corea del Sur y con ello su crecimiento económico, es la razón principal por la que otras naciones miran con interés la relación con este país, si bien las relaciones económicas entre ambos países se han vuelto relevantes, de ninguna manera se limitan a este espectro sino que se realizan interrelaciones con otros elementos como las afinidades culturales, tradiciones, valores y otros innumerables contextos, por lo que las actividades de promoción cultural, educativa y turística han aumentado, en el caso de México, sin duda le resulta atractiva la vinculación y en la que se han encontrado con frecuencia en diferentes escenarios internacionales, ya que tanto México como Corea del Sur, muestran su responsabilidad como actores en diversos organismos tanto de tipo financiero, como global o regionales, incluidos la ONU, OCDE, G20, OMC, APEC,

entre otros, en los que han destacado con sus participaciones y propuestas en conjunto.

Es por ello, que la relevancia de la relación bilateral entre México y Corea del Sur, ha crecido de manera exponencial, sobre todo en los últimos años, lo que ha permitido establecer bases vinculatorias en Asia Pacífico y el Sudeste Asiático, compartiendo y fortaleciendo la cooperación y colaboración de manera integral, no sólo a lo que respecta en el ámbito bilateral y económico, sino también al multilateralismo, a la tecnología, ciencia, cultura, etcétera, con lo que seguramente México, continuará incrementando su importancia al permitirse reducir la dependencia económica con Estados Unidos, ampliando sus ejes actuales y expandiéndose a otras regiones, contribuyendo a obtener áreas de oportunidad, diversificando mercados, estableciendo mejoras no sólo económicas, sino también políticas, que determinen su posición internacional ante otros actores, incentivando un mayor dinamismo que permita mejores acuerdos y negociaciones por medio de la cooperación e intereses en el escenario global.

Como se aprecia, la relación entre ambas naciones es más que positiva, va más allá de lo diplomático, comercial, cultural y educativo, por lo que podemos decir que el futuro de esta amistad es altamente prometedor.

Es momento de aprovechar esa conexión comercial con los diferentes países a partir de diversos acuerdos y tratados, que nos brinden una participación más activa en el sector y que permita impulsar nuestra cooperación y desarrollo, así como el intercambio entre naciones, que constituyan de forma estratégica, nuevas alianzas comerciales que financien y brinden innovación a diversas áreas, contribuyendo a superar nuestros propios retos, por medio de la experiencia y conocimientos previamente aplicados en otros países con evidencias y ejemplos que nos permitan adaptarlo a nuestro entorno y las necesidades específicas que se nos presenten.

En la actualidad, ante un espectro incierto y que continúa modificándose, la política exterior de nuestro país se vuelve sumamente relevante por el rol que tiene para construir mejores redes y alianzas que contribuyan a la expansión de los bienes y servicios que se ofrecen a otros países y regiones, por eso es aún más importante

que nunca, el papel histórico en la diplomacia que ha tenido México, mostrando solidez en la comunicación estratégica, dónde se demuestre su liderazgo y profesionalismo, así como la capacidad de negociación y de resolución de conflictos pero sobre todo, la influencia que tendrá ante la toma de decisiones globales en conjunto y que le dará la voz que se requiere en dichos espacios de colaboración a nivel internacional.

La prioridad es mejorar nuestra diplomacia cultural invirtiendo en la cultura, recordemos que los cambios constantes en la esfera internacional, requieren no sólo entender que la cultura es un elemento con una creciente influencia e importancia internacional, con la diplomacia cultural, apoyados del *smart power*, generando interés y afianzando los beneficios, entre ellos, la posibilidad de influenciar la opinión pública de distintos países (principalmente los pertenecientes a la región), sino que además los alcances de la cultura, no es una simple cuestión de relaciones públicas o de un concurso de popularidad, la culturalidad, de hecho, a partir de la multiculturalidad existente en México, significa influencia y dominio, es simple, es una cuestión de poder. Al subestimarla, se está desaprovechando y, por lo tanto, se están perdiendo recursos, es decir, se está pagando un precio, es por ello, que el impulso cultural, sobre todo a través de medios electrónicos, es impostergable, recordemos que el desarrollo artístico de un país establece no sólo su avance cultural, sino también su avance tecnológico y científico.

Es decir, tenemos que ser conscientes de la imagen de México como país que estamos presentando al mundo, primero que nada, ser conscientes de lo que tenemos y lo que nos rodea, conocernos bien, histórica y culturalmente con todas las aristas que esto conlleva, rompiendo paradigmas y concepciones que nos limitan, aceptar todo aquello que no se puede cambiar y enfocarnos en el presente como propósito de un mejor futuro próximo, si bien no somos un país perfecto, es importante no esconder u omitir las cuestiones negativas, sino enfrentarlas, tomar la dirección del proceso, enfocarnos en las posibilidades que existen para mejorarlas y que éstas no se vuelvan a presentar o bien disminuir su afectación a la imagen nacional, por supuesto no es algo simple ni sencillo pero al enfocarnos en



resolver los problemas les damos la importancia y la atención que se requiere para empezar a resolverlos.

De esta forma, queda en evidencia la importancia de la diplomacia cultural como un instrumento de política exterior, así como para coadyuvar los intereses propios del país, porque permite la comunicación e interpretación de lo que representa nuestra cultura y cómo la reflejamos frente a otros, de esta manera, nos permite compararla con otras culturas y ver las similitudes y diferencias de éstas por medio de los procesos históricos de cada nación, así como la posibilidad de analizar estrategias como las surcoreanas, permitiendo acceder a modelos similares que adaptados a nuestras particularidades, nos permitan entender los aciertos y ponerlos en práctica y así también atender los desaciertos, modificando dichas cuestiones para mejorar en esos aspectos y tomar las acciones correctas.

Al igual que Corea, somos un país emergente, nosotros también podemos mejorar nuestras circunstancias económicas e impulsar nuestra diplomacia cultural para que traspase fronteras, por lo que hay que ser disciplinados al aplicar las políticas sin competir, sino desarrollando nuestro máximo potencial con las condiciones que tenemos por delante, siendo nuestro objetivo, ser competencia de nosotros mismos, el mirar hacia atrás y ver como la perseverancia ha permitido mejorar la visión que tenemos del país y como ésta también ha cambiado en los otros que nos miran desde el exterior.

Es importante reposicionar a México a nivel internacional como un referente cultural en estos momentos de una intensa globalización e interdependencia, mejorando nuestro poder y valor frente a otros.

Si el *hallyu* (ola coreana), ha sido promovida por Corea del Sur desde hace décadas, nosotros también podríamos generar un modelo parecido, una “ola mexicana” (este concepto ya existe, pero se ha aplicado al entorno deportivo, específicamente en el fútbol), de manera que se puedan promocionar los talentos mexicanos con los que ya contamos en diversas áreas, también incluyendo las diferentes muestras artísticas y culturales que poseemos, desde las clásicas Bellas Artes, el arte urbano, el arte alternativo y las diferentes muestras de cultura popular. Los diferentes

nombramientos de aquellos talentosos mexicanos y mexicanas en múltiples áreas, mejora la imagen de nuestro país y abre las puertas a otros connacionales mostrando los diversos ángulos que la cultura y arte mexicanos, tienen que ofrecer.

Desde su surgimiento, la diplomacia cultural ha procurado promover el diálogo entre naciones, lo cual indica una forma más plausible de resolución de conflictos. Pero también hay que vigilar la transparencia de ésta, para evitar que se desvirtúe su propósito original.

Esta diplomacia cultural debe estar basada en la calidad artística que se busca promover, es decir, de forma integral incorporar diversos contenidos y no que sólo se muestre como propagandístico, es ahí que el *smart power* mexicano debe estar presente, balanceando los múltiples recursos con los que se cuenta sin utilizar solamente el mero entretenimiento o algo popular, por lo que debe existir un balance en un proyecto de este tipo. Al crear dicha estrategia de un programa de esta magnitud, requiere una inclusión completa basada no sólo en el arte contemporáneo sino en las diversas muestras de expresiones artísticas y culturales.

Si bien, por medio del Estado se ha apoyado en algunos casos a aquellos representantes culturales y artísticos en el extranjero a través de CONACULTA, SRE, así como de las representaciones diplomáticas en el exterior (embajadores y agregados culturales), entre otros. Asimismo, se vuelve imprescindible la incentivación de políticas culturales promoviendo leyes que no sólo faciliten los recursos que se requieren a través de diferentes estímulos fiscales, financiamientos, donaciones, etcétera, sino también que los costes de las producciones creativas y artísticas disminuyan y con ello que sean actividades más rentables.

La importancia de evaluar y ajustar dichos programas, invirtiendo en ellos, manteniendo una continuidad sostenida en el tiempo, incluso con diferencias partidistas y cambios de gobierno, lo que, también permitirá conseguir beneficios, sobre todo, a largo plazo, entre ellos, mayor proyección internacional.

Asimismo, se incentiva la generación de nuevas ideas y proyectos de expansión cultural y mediática que permitirán aumentar el crecimiento económico del país, un

ejemplo de ellos es el programa de RH que propuse en el Estudio de Caso del Capítulo 4, con ciertos ajustes, permitirá impulsar el interés, generando muchas oportunidades para México. El análisis y evaluación que brindo de este caso en particular, no sólo permitirá entender los aciertos y desaciertos del programa actual para mejorarlo, sino que brindará elementos para elaborar una plataforma similar en México, de forma adaptativa, que permita masificar el conocimiento de la riqueza cultural mexicana por medio de la diplomacia cultural *online*, permitiéndole ser un complemento a la actividad diplomática ya establecida en nuestro país, así como la posibilidad de establecer nuestro propio canal de televisión internacional que no sólo es necesario, sino urgente en cuestión de diplomacia cultural, como se ha establecido en Corea del Sur, Alemania, etcétera.

México cuenta con una diversidad increíble, sobre todo en el aspecto histórico y cultural, por lo que debemos apoyar, impulsar y promover la cultura de México, incluyendo, música, artes visuales, danza folclórica y contemporánea, literatura, cine, fotografía, gastronomía, deportes, etcétera, no sólo a nivel nacional para que nuestros connacionales lo conozcan, pero también internacionalmente para que esta estrategia cultural en la diplomacia permita apoyarse por, sobre y para el desarrollo del país, por lo que se vuelve aún más importante y valioso un proyecto de esta magnitud, con lo que esta diversificación en opciones, nos brinde lo que necesitamos, a partir de modelos pre existentes que nos ofrezcan el conocimiento que requerimos para establecer las bases que otorguen un mayor impulso sostenido en el tiempo, para lograr mayor efectividad en la diplomacia cultural por medio del *smart power*, probando diversas situaciones, con flexibilidad a otras formas de impulsarla y apoyados en los medios tecnológicos, desarrollando estrategias y contenidos que puedan ser vistos en cualquier parte del mundo, brindando la oportunidad a connacionales de mostrar sus talentos y habilidades en este tipo de plataformas, contribuyendo a su país o bien, a extranjeros admiradores e interesados en nuestro país, que se encuentren en otras latitudes.

Y para que nuestra cultura mexicana predomine, es importante ofrecer garantías para la libertad de creación y pluralidad de ideas en las que se sostiene nuestra

diversidad cultural mexicana, que en nuestra herencia y legado histórico puede ser conflictiva, posee una riqueza indiscutible que debemos preservar, reflejando la realidad, intentando no perder nuestra identidad en el camino.

De tal manera que un programa de este tipo, permitirá la vinculación internacional con nuestro país desde un nivel individual con la posibilidad de ampliarlo a diferentes sectores del país, que también impulsen su difusión por distintos medios, atrayendo a interesados y curiosos a este programa, con el potencial de llevar a México en la difusión de la diplomacia cultural a un nivel avanzado e internacional, e incluso con una vinculación con otros países, es decir, las posibilidades son infinitas.

La diplomacia cultural debe aportar y no restar, para ello, es importante poner especial atención en la comunicación, liderazgo, capacidad de dialogar con los múltiples actores que se presenten, para identificar las oportunidades y enfocarlas de la manera más positiva para el país, por ejemplo, ubicando la mirada en la cooperación internacional que permita el diálogo intercultural, que a su vez se aproveche como un instrumento de intercambio de manera más sencilla, a menor costo e incluso aplicando una gratuidad en lo posible, generando competitividad, más allá de lo que el mercado y la situación económica ofrezca, recordando que no es sólo una actividad que ejercen los diplomáticos, sino que nosotros de manera individual, formando parte de una sociedad, podemos organizarnos, apoyados de profesionales en el ámbito, para tener una mayor posibilidad de éxito, así como buscar formas de obtención de fondos y asignación de presupuesto, pero sobre todo verlo como una inversión a largo plazo, asimismo, promover la inserción en mercados locales, proponer agendas que coincidan con nuestra difusión cultural, gestar espacios donde se puedan dar a conocer a un mayor número de personas, mediante el apoyo de escuelas, museos, galerías de arte, exposiciones, etcétera, es decir, todo aquel espacio en el que se pueda hacer una muestra y exposición cultural y a su vez integrar vínculos con organismos internacionales para llamar la atención de éstos y poder generar el intercambio cultural anhelado y una mayor difusión a países que tienen un menor conocimiento de nosotros.

Debido a esto, la diplomacia cultural (ejemplo del caso mexicano), debe ir de la mano con la realidad. Como se menciona en la entrevista del Dr. César Villanueva al embajador Jorge Alberto Lozoya, “la imagen de México es lo que es y no debemos maquillarla para complacer [...] La enorme diversidad y riqueza de empeño, es lo que cuenta. A la vez, debemos respetar el trabajo y la dignidad de los mexicanos que lo construyen cotidianamente y a quienes los funcionarios representamos. Debemos además insistir en que nuestros artistas e intelectuales realizan su trabajo en plena libertad, uno de los valores más preciados de la tarea cultural (Villanueva, 2009).

Vivimos en una era globalizada y cada minuto cuenta, además de que la diplomacia cultural es cambiante y la información relacionada a ella también, por lo que siempre debemos permanecer actualizados y alertas sobre lo que está pasando actualmente, analizarlo y proceder en consecuencia, de igual manera, [...] la diplomacia cultural, está al alcance de todos los Estados, pero requiere voluntad, contundencia para asumir el reto y la apertura hacia su expansión y responsabilidad en el proceso (Montoya Ruiz, 2012).

Al día de hoy, si bien el Estado ha tenido la importante gestión de la diplomacia y por ende de los vinculantes a este tipo de función, no sólo es responsabilidad del gobierno cuidar y mantener nuestra imagen hacia el extranjero, sino que es responsabilidad de cada uno de nosotros como mexicanos las palabras que expresamos sobre nosotros mismos y sobre nuestro país, no sólo entre nosotros, sino cuando hay extranjeros involucrados, porque sí, las palabras importan y lo que decimos es reflejo de lo que aprendimos y somos, así que sería bueno cambiar el patrón de comportamiento y formar parte de cómo concebimos a nuestro país y lo que nos rodea.

Para finalizar, espero que este trabajo permita un nuevo enfoque sobre lo que estamos haciendo y lo que deberíamos hacer, así como volvernos parte del progreso como sociedad civil, encargada de darle seguimiento a la eficiencia en los periodos de gobierno y solicitar leyes que no sólo impulsen la diplomacia cultural, sino que permita su continuidad más allá de las diferencias políticas entre gobiernos

y sus transiciones ya que la diplomacia cultural, refleja sus beneficios a largo plazo, debido a que los efectos no son inmediatos, por lo que se requiere la promoción de los valores de las ciencias y artes de nuestra nación, tanto de forma directa como indirecta.

## Anexo

Nombramiento reportera honoraria Korea.net.



## Glosario

- Chaebol – conglomerados empresariales coreanos.
- Fandom – grupo de aficionados o interesados en un producto cultural, para el caso de este trabajo, tiene que ver con los grupos de fans que apoyan a uno o varios grupos en particular (en Corea no se ve bien que una persona apoye a varios grupos, por ello se hacen las “fandom wars” o guerras de los fandoms, aunque poco a poco han estado cambiando estas cuestiones, sobre todo para la cantidad exagerada de grupos existentes hoy en día), en el caso de otros países, por ejemplo México, no hay tanto problema si eres fan de varios grupos al mismo tiempo, de hecho es algo muy común.
- Gayakeum – instrumento tradicional coreano.
- Hallyu – también conocido como ola coreana, es un término que hace referencia a la popularidad y visibilidad de la cultura de Corea del Sur en el exterior, especialmente en los países asiáticos. El término se originó en China a mediados de 1999 por un periodista de Pekín asombrado por la cada vez mayor popularidad de la cultura popular y el sector de entretenimiento de Corea en su país.
- Hanbok – traje tradicional coreano.
- Hangeul – alfabeto coreano.
- Hanok – casa de estilo coreano (tradicional).
- Hansik – comida coreana.
- Hell Joseon – hace referencia literalmente al infierno de Joseon, debido a la alta competitividad en Corea del Sur y se le relaciona a Joseon, que es el nombre de la última dinastía reinante de esa nación.
- IA – inteligencia artificial, relacionada a la cultura tecnológica en las empresas de entretenimiento de Corea del Sur.
- Idol – así son denominados los artistas coreanos, debido a una idealización con la que se les presenta (es parte de la estrategia surcoreana en el sector de entretenimiento).
- Kibun - es una palabra sin traducción literal, pero lo más cercano sería el orgullo, el honor o la cara.



- K-drama - Los dramas o series coreanas, son uno de los productos culturales determinantes del establecimiento del hallyu, pueden contener entre 12 a 20 episodios de forma normal, existiendo algunos pocos con 50 o más episodios y generalmente duran una temporada,
- KOCIS - Servicio de Cultura e Información de Corea. Se dedica a proporcionar al mundo información precisa y actualizada sobre Corea. Elabora un plan maestro para promover el país en el extranjero, asiste a eventos que introducen la cultura coreana en el país y en el extranjero, produce publicaciones en idiomas extranjeros en Corea y opera el sitio web multilingüe oficial del gobierno Korea.net.
- Korea.net - un portal de información sobre Corea, tiene como objetivo proporcionar información precisa y oportuna sobre el país y ofrece un acceso conveniente y fácil de usar a una amplia variedad de datos sobre el país.
- K-pop – música pop coreana relacionada a la cultura popular coreana con estrategias de acuerdo a cada empresa de entretenimiento de Corea del Sur.
- Merchandising – objetos o artículos relacionados al fandom o a los fandoms a los que se pertenece.
- Pansori – música tradicional coreana.
- Reportera Honoraria (R.H.) – por medio de una convocatoria anual, el Ministerio de Cultura, Deportes y Turismo de Corea del Sur y el Servicio de Cultura e Información de Corea solicitan miembros que crean contenidos cuyo propósito es difundir y elevar la imagen de este país y su cultura en todo el mundo con diversas labores como la diplomacia cultural.
- Sasaeng - Persona que no es un fan, sino un fanático, con tendencias criminales, que está obsesionado con un artista o varios, lo que implica que acosa a sus idols, llegando incluso a invadir su vida personal de forma ilegal y generalmente tiene los recursos para hacerlo (son de buena familia y con esto se costean todas sus actividades incluso persiguiéndolos fuera de su país cuando se encuentran de gira) y las que no tienen esos

recursos, se prostituyen para obtenerlos o piden préstamos para conseguir su objetivo. También conocidas como las 24/7, es decir, están al pendiente de sus idols todo el día, todos los días. Desafortunadamente esta práctica se está extendiendo en otras partes del mundo, donde hacen lo mismo que las sasaengs coreanas.

- SHINee – boy band surcoreana conocida en Corea por ser el grupo de la nación, también denominados como los príncipes del K-pop, quienes difunden no solo la música, sino también la moda y otros aspectos, son conocidos por innovar, mezclar y cambiar de estilo musical frecuentemente.
- Shawol – club de fans del grupo SHINee, es una contracción de las palabras: SHINee + World
- Suneung - el examen de acceso a la universidad en Corea.
- Teaser – así son llamadas las referencias y avances de los próximos grupos que la S.M. Entertainment va a debutar. Aparecen como “rompecabezas” en diferentes momentos de los videos de otros grupos que ya debutaron y dan indicios muy sutiles (un logo, una escena breve, etcétera) de lo nuevo que estará promocionando la empresa.
- Trot – género musical coreano

## Referencias Bibliográficas

- Agencia AFP. (8 de mayo de 2017). *El Comercio*. Obtenido de Los jóvenes quieren un cambio en el próximo Gobierno de Corea del Sur: <https://www.elcomercio.com/actualidad/jovenes-cambio-elecciones-coreadelsur.html>
- Aibar Puentes, E., & Quintanilla, M. (2002). Cultura tecnológica: estudios de ciencia, tecnología y sociedad. *Dipòsit Digital de la Universitat de Barcelona*, 248. Obtenido de <http://hdl.handle.net/2445/134763>
- AKS. (2018). Corea en el Mundo. (C. f. Affairs, Ed.) *The Academy of Korean Studies*, 18. Obtenido de [https://intl.ikorea.ac.kr:40666/korean/UserFiles/Korea\\_in\\_the\\_World\\_2017\\_spa.pdf](https://intl.ikorea.ac.kr:40666/korean/UserFiles/Korea_in_the_World_2017_spa.pdf)
- AKS. (2019). A History of Korea. *Center of International Affairs*, 146. Obtenido de [https://intl.ikorea.ac.kr:40666/korean/UserFiles/UKS10\\_A\\_History\\_of\\_Korea\\_eng.pdf](https://intl.ikorea.ac.kr:40666/korean/UserFiles/UKS10_A_History_of_Korea_eng.pdf)
- Álvarez, M. (2015). Historia de las relaciones políticas entre Corea del Sur y Japón desde la teoría sistémica de Samuel Kim: ¿Hacia una geopolítica de la memoria? *PORTES, Revista mexicana de estudios sobre la Cuenca del Pacífico*, 9(18), 30. Obtenido de <http://www.portesasiapacifico.com.mx/revistas/epocaiiii/numero18/7.pdf>
- Arango M., T. (18 de febrero de 2019). *La República*. Obtenido de El modelo económico del K-pop, la industria cultural que se toma al mundo: <https://www.larepublica.co/ocio/el-modelo-economico-detras-del-k-pop-2828863>
- Arellano García, C. (1980). *La Diplomacia y el Comercio Internacional*. México, México: Porrúa.
- Arellano, L. (2017). Sociedad y cultura en la República de Corea. *México y la Cuenca del Pacífico*, 10. Obtenido de <http://www.mexicoylacuencadelpacifico.cucsh.udg.mx/index.php/mc/article/view/511/488>
- Astíe-Burgos, W., & Rosas González, M. (2017). *Las Relaciones Internacionales en el siglo XXI*. México: UNAM, FCPyS.
- Balderrama Santander, R. (sep-dic de 2017). Corea del Sur en el marco de la economía del conocimiento y una nueva estrategia de cooperación con México en el 55 aniversario de relaciones diplomáticas. *Scielo*, 6(18). Obtenido de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-53082017000300009](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-53082017000300009)
- Baños Rivas, L. (Enero de 2020). ¿Por qué es importante cumplir la Convención de Viena sobre Relaciones Diplomáticas en la relación entre los Estados? *Foreign Affairs Lationamérica*. Obtenido de <http://revistafal.com/por-que-es-importante-cumplir-la-convencion-de-viena-sobre-relaciones-diplomaticas-en-la-relacion-entre-los-estados/>

- BCN Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. (07 de Agosto de 2011). *Asia Pacífico | Observatorio Parlamentario*. Obtenido de Los orígenes de la movilidad social en Corea, según Kim Choong-soon: [https://www.bcn.cl/observatorio/asiapacifico/noticias/kimchi-and-it-korea#:~:text=Durante%20la%20dinast%C3%ADa%20Joseon%20\(1392,\(clase%20baja%20y%20marginados\)](https://www.bcn.cl/observatorio/asiapacifico/noticias/kimchi-and-it-korea#:~:text=Durante%20la%20dinast%C3%ADa%20Joseon%20(1392,(clase%20baja%20y%20marginados)).
- BID. (marzo de 2011). Pautas para la elaboración de Estudios de Caso. *IDB Publications*, 1-10. Obtenido de Pautas para la elaboración de Estudios de Caso: <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Pautas-para-la-elaboraci%C3%B3n-de-estudios-de-caso.pdf>
- Bisley, N. (2007). *Rethinking Globalization*. UK: Palgrave MacMillan.
- Brañas I Espiñeira, J. M. (2002). *El crecimiento económico de Corea del Sur: 1961-1987. Aspectos Sociológicos*. Obtenido de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/51115/jmbe1de1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bustelo, P. (01 de 01 de 1991). La expansión de las grandes empresas de Corea del Sur (chaebol): un ejemplo de estrategia corporativa. *Cuaderno de Estudios Empresariales*(1), 11. Obtenido de <https://revistas.ucm.es/index.php/CESE/article/view/CESE9191110013A/11212>
- CADTM. (15 de junio de 2020). *Comité para la abolición de las deudas ilegítimas*. Obtenido de Corea del Sur y el milagro desenmascarado: <https://www.cadtm.org/Corea-del-Sur-y-el-milagro-desenmascarado>
- Canal de You Tube de Asian Boss. (s.f.). CONFESIONES DE UNA EX-IDOL DEL KPOP (CON CRAYON POP) [SUBS ESPAÑOL]. Seúl, Corea del Sur. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=KdOA5BCwBi0&vl=es>
- Canal de YouTube BBVA #AprendemosJuntos. (13 de marzo de 2019). Versión Completa. Conocer el cerebro para vivir mejor. Facundo Manes, neurocientífico. España.
- Canal de YouTube de Buzz. (4 de octubre de 2019). SuperM Capitol Records Press Conference Full FANCAM. Los Ángeles, Estados Unidos. Obtenido de [https://www.youtube.com/watch?v=XzmdV\\_1k5g4](https://www.youtube.com/watch?v=XzmdV_1k5g4)
- Canal de YouTube de SM Town (SM Entertainment). (1° de febrero de 2016). SMTOWN: New Culture Technology, 2016. Seúl, Corea del Sur.
- Canal de YouTube de Stanford Graduate School of Business. (12 de mayo de 2011). Korean Entertainment Agency Taking Its Acts Globally. California, Estados Unidos. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=bGP5mNh9zo8>
- Canal de YouTube de World Knowledge Forum. (3 de marzo de 2020). The entertainment world of the future | Soo Man Lee (이수만; SM Entertainment, Executive Producer). Seúl, Corea del Sur. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=dN-U5Ni39z8>
- Caravaca, S. (27 de abril de 2015). *Diplomacia de Ciudades Inteligentes: Smart Power*. Obtenido de <https://www.thesmartcityjournal.com/es/home-es/articulos/506-ciudades-inteligentes-smart-power>

- Centro de Estudios Asiáticos. (3 de marzo de 2017). *Universidad Autónoma de Nuevo León; Centro de Estudios Asiáticos*. Obtenido de La cultura de Corea del Sur: un país profundamente confucionista: <http://cea.uanl.mx/la-cultura-de-corea-del-sur-un-pais-profundamente-confucionista/>
- Coparmex Nacional. (2014). Conferencia Moisés Naím sobre el libro: "El fin del poder". México.
- Cuéllar Laureano, R. (2012). Geopolítica. Origen del concepto y su evolución Geopolitics. Origin of the COnccept and its Evolution. *Revista de Relaciones Internacionales de la UNAM*, 64. Obtenido de [revistas.unam.mx › index.php › rri › article › download](http://revistas.unam.mx/index.php/rrri/article/download)
- Cull, N. J. (febrero de 2009). Diplomacia pública: consideraciones teóricas. *Revista Mexicana de Política Exterior*, 56-57. Obtenido de <https://revistadigital.sre.gob.mx/images/stories/numeros/n85/cull.pdf>
- Cummings, M. C. (26 de Junio de 2009). Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey. *Cultural Diplomacy Research Series*, 15. Obtenido de <https://www.americansforthearts.org/by-program/reports-and-data/legislation-policy/naappd/cultural-diplomacy-and-the-united-states-government-a-survey>
- Dallanegra Pedraza, L. (sep/dic de 2010). Teoría y metodología de la geopolítica. Hacia una geopolítica de la "construcción de poder". *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 52(210). Obtenido de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-19182010000300002](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-19182010000300002)
- Díaz de Salas, S. A., Mendoza Martínez, V. M., & Porras Morales, C. M. (2011). Una guía para la elaboración de estudios de caso. *Razón y palabra(75)*, 25. Obtenido de [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/varia\\_75/01\\_Diaz\\_V75.pd](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/varia_75/01_Diaz_V75.pd)
- Díez, P. (10 de diciembre de 2018). *esglobal: Política, economía e ideas sobre el mundo en español* *Política, economía e ideas sobre el mundo en español*. Obtenido de ¿Qué países son los más militarizados del mundo?: <https://www.esglobal.org/que-paises-son-los-mas-militarizados-del-mundo/>
- Estados Unidos Mexicanos, México Ficha País*. (Julio de 2019). Obtenido de Oficina de Información Diplomática de España: [http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/MEXICO\\_FICHA%20PAIS.pdf](http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/MEXICO_FICHA%20PAIS.pdf)
- Ezra Klein, J. P. (Escritor), & Joe Posner (Creator), E. K. (Dirección). (2018). *En pocas palabras: K-pop (T1:E4)* [Película]. Estados Unidos. Obtenido de <https://www.netflix.com/title/80216752>
- Fraga Iribarne, M., & Rodríguez-Moñino, R. (1977). *Los fundamentos de la diplomacia*. Barcelona, España: Planeta.
- García-Robles, J. (1990). Cultura y cultura nacional. Entrevista a Víctor Flores Olea. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 36(141), 4. doi:<http://dx.doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.1990.141.52107>
- Gobierno de España; Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (octubre de 2019). *Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior*. Obtenido de Guía País Corea del Sur 2019: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros->

- servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/DOC2019832715.html?idPais=KR
- Han, B. (2016). *Smart Power (Byung-Chul Han)*. Obtenido de [http://pitxaunlio.blogspot.com/2016/09/smart-power-byung-chul-han\\_7.html](http://pitxaunlio.blogspot.com/2016/09/smart-power-byung-chul-han_7.html)
- Hurtado, C. (enero-marzo de 2011). El concepto de la cultura en México (1750-1850). *Historia Mexicana*, LX(3), 1528. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=60023594004>
- Hyun-ju, O. (10 de Diciembre de 2017). *The Korean Herald*. Obtenido de National [Newsmaker] Why Koreans want to leave 'Hell Joseon': <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20171210000292>
- KFTC. (s.f.). *Fair Trade Commission*. Recuperado el 2020, de PUBLICATIONS Annual Report (2009): <http://www.ftc.go.kr/eng/cop/bbs/selectBoardList.do?key=517>
- Kim , H. (21,22 de noviembre de 2001). *Universidad de Castilla - La Mancha*. Obtenido de Sociedad, Economía y Política en Corea: <https://previa.uclm.es/area/fae/ceicws/pdfs/libro2.pdf>
- Kim, B. R. (Octubre de 2015). Past, Present and Future of Hallyu (Korean Wave). *American International Journal of Contemporary Research*, 5(5), 7. Obtenido de [http://www.aijcrnet.com/journals/Vol\\_5\\_No\\_5\\_October\\_2015/19.pdf](http://www.aijcrnet.com/journals/Vol_5_No_5_October_2015/19.pdf)
- Kim, H.-A. (08 de september de 2015). *Australian National University*. Obtenido de The seven-give-up generation: <https://asiapacific.anu.edu.au/news-events/all-stories/seven-give-generation>
- Kim, L. (11 de diciembre de 2019). *Soompi*. Obtenido de Ministry Of Culture, Sports, And Tourism Reveals Changes To Regulations Concerning Celebrities And Trainees: <https://www.soompi.com/article/1370881wpp/ministry-of-culture-sports-and-tourism-reveals-changes-to-regulations-concerning-celebrities-and-trainees>
- Kokinova, I. (17 de noviembre de 2020). *Relaciónate y punto*. Obtenido de Que es la diplomacia cultural: <https://relacionateypunto.com/que-es-la-diplomacia-cultural/>
- Korea, M. o. (15 de Febrero de 2019). *Cultura*. Obtenido de ¿Qué es Hallyu (la Ola Coreana)?: [http://overseas.mofa.go.kr/hn-es/brd/m\\_6426/view.do?seq=663072&srchFr=&srchTo=&](http://overseas.mofa.go.kr/hn-es/brd/m_6426/view.do?seq=663072&srchFr=&srchTo=&)
- León Manríquez, J. L. (2009). *"Historia Mínima de Corea"*. México: El Colegio de México.
- Lijtmaer, L. (25 de enero de 2017). *El País*. Obtenido de Así se fabrica una canción pop de éxito: [https://elpais.com/cultura/2017/01/24/actualidad/1485260806\\_441468.html](https://elpais.com/cultura/2017/01/24/actualidad/1485260806_441468.html)
- Livaccari, C. (s.f.). *Center for Global Education*. Obtenido de The World's Most Incredible Alphabet: <https://asiasociety.org/education/worlds-most-incredible-alphabet>
- López Piña, J. P., Quintero Soto, M. L., Tello Méndez, C. A., & Melgoza Ávalos, C. F. ((s.f.)). Impulso al sector servicios del municipio de Nezahualcóyotl, Edo. de México: tendencias y desafíos. (R. D. Universitaria, Ed.) *Revista Digital Universitaria*, 10(4). Obtenido de Globalización y procesos económicos globales: <http://www.revista.unam.mx/vol.10/num4/art19/int19-1.htm>

- López Rocha, N., & Rhyzhkov, A. (2017). La República de Corea: cultura, globalización y cambio social. *OASIS*(26), 123-141. doi:<https://doi.org/10.18601/16577558.n26.08>
- Maldonado Méndez, A. M. (Enero-Junio de 2020). La política exterior de Corea del Sur par a la reconstrucción de una identidad colectiva con Corea del Norte. *Relaciones Internacionales*(93.1), 63-81. Obtenido de <https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/ri/article/view/13824/19420>
- Mastrapasqua, J. (2013). *Conglomerados Coreanos*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/61890844.pdf>
- McClory, J. (2019). *The Soft power 30*. Obtenido de <https://softpower30.com/country/south-korea/>
- McClory, J. (2019). *The Softpower 30: A Global Ranking of Soft Power*. Portland. Recuperado el 2020, de <https://softpower30.com/wp-content/uploads/2019/10/The-Soft-Power-30-Report-2019-1.pdf>
- Mejía, M. (10 de septiembre de 2012). La tecnología, la(s) cultura(s) tecnológica(s) y la educación popular en tiempos de globalización. *POLIS Revista Latinoamericana*. Obtenido de <https://journals.openedition.org/polis/6242>
- Merle, M. (1984). *La politique étrangère, Perspectives Internationales*. France: Puf.
- Montoya Ruiz, S. (Noviembre de 2012). La redefinición de la diplomacia cultural en el mundo contemporáneo. *Oasis*(17), 165-202. Obtenido de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/oasis/article/view/3670>
- Morcillo Crovetto, A. (s.f.). *Telos*. Obtenido de Telefónica FUNDACIÓN: <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero042/cultura-tecnologica/>
- n/a. (s.f.). *Oficina de la UNESCO en México. Líneas Generales*. . Obtenido de Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural, 2001: <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/>
- N/A. (s.f.). *Patrimonio Cultural Inmaterial CRIM-UNAM*. Obtenido de <https://www.crim.unam.mx/apci/definiciones>
- Nye JR, J. S. (2004 (trad. 2011)). Prefacio y Capítulo 5 “El poder blando y la política exterior americana. *Soft Power, Public Affairs; Relaciones Internacionales GERI UAM*(14), 118. Obtenido de [https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/678144/RI\\_14\\_7.pdf?sequence=1](https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/678144/RI_14_7.pdf?sequence=1)
- Nye, J. (2010). Global power shifts. Estados Unidos. Oficina de Información Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. (Febrero de 2021). *Corea del Sur Ficha País*. Obtenido de [http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/Coreadelsur\\_FICHA%20PAIS.pdf](http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/Coreadelsur_FICHA%20PAIS.pdf)
- Ojeda, M. (enero-marzo de 1984). La Política Exterior de México: Objetivos, principios e instrumentos. *Revista Mexicana de Política Exterior*, 1(2), 6. Obtenido de <https://revistadigital.sre.gob.mx/images/stories/numeros/n2/ojeda.pdf>
- Pardo Porto, B. (27 de enero de 2020). *ABC Cultura*. Obtenido de El plan de Corea para dominar la cultura global: <https://www.abc.es/cultura/abci-plan->

- corea-para-dominar-cultura-global-202001240145\_noticia.html?ref=https:%2F%2Fwww.google.com%2F
- Park, S.-S. (10 de January de 2018). *The Korea Herald*. Obtenido de Opinion Is Korea really "Hell Joseon"?:  
<http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20180109000904>
- Patricia Galeana (Embajadora de México en Colombia), M. P. (2020). Mujeres de la diplomacia actual de México - Las embajadoras (15/01/2020). *Canal Once*. (G. Contreras, Entrevistador) Obtenido de  
[https://www.youtube.com/watch?v=8r8zW\\_UzHfQ&list=PLR\\_nQaQIVHTRJMpOvpwNeRTrfWG6itSe](https://www.youtube.com/watch?v=8r8zW_UzHfQ&list=PLR_nQaQIVHTRJMpOvpwNeRTrfWG6itSe)
- Pereña-García, M. (2003). *Relaciones diplomáticas de México I.7.1*. México: Instituto de Geografía UNAM Plaza y Valdés Editores.
- Rhyzhkov, A., & López, N. (junio-diciembre de 2017). Hallyu y su percepción por los jóvenes coreanos en el contexto de la marca país coreana. *Revista Digital Mundo Asia Pacífico*, 6(11). Obtenido de  
<https://search.proquest.com/openview/bc41d03bc7feca076e4c9f6b849df6af/1?pq-origsite=gscholar&cbl=4690198>
- Rico Reche, V. (6 de septiembre de 2016). *El País Agenda Pública*. Obtenido de Educación en Corea: El Precio de la Competitividad:  
<http://agendapublica.elpais.com/educacion-en-corea-el-precio-de-la-competitividad/>
- Ríos, A. E. (10 de junio de 2020). "Operation Chromite" (2016). La intervención estadounidense en la Guerra de Corea. Parte 1. *Ecos de Asia*. Obtenido de  
<http://revistacultural.ecosdeasia.com/operation-chromite-2016-la-intervencion-estadounidense-la-guerra-corea-parte-1/>
- Robledo, G. (30 de diciembre de 2018). *El País*. Obtenido de Museos que no encontrará en las guías de Japón:  
[https://elpais.com/internacional/2018/12/30/mundo\\_global/1546129402\\_666745.html](https://elpais.com/internacional/2018/12/30/mundo_global/1546129402_666745.html)
- Rodríguez Barba, F. (Junio de 2014). Diplomacia Cultural. Una nota exploratoria. *Chronique des Amériques: Observatoire Des Amériques Montréal*, 14(3), 1. Obtenido de  
[http://www.ieim.uqam.ca/IMG/pdf/cda\\_volume\\_14\\_numero\\_3\\_juin\\_2014.pdf](http://www.ieim.uqam.ca/IMG/pdf/cda_volume_14_numero_3_juin_2014.pdf)
- Rodríguez Barba, F. (2015). Cultura y Diplomacia: La Diplomacia Cultural de Québec a 50 años de la Doctrina Gérin-Lajoie. *Reflexión Política*, 17, 7. Obtenido de  
<https://www.redalyc.org/pdf/110/11040046002.pdf>
- Rodríguez Barba, F. (mayo-agosto de 2015). Diplomacia cultural. ¿Qué es y qué no es? *Espacios Públicos*, 18(43), 33-49. Obtenido de  
<https://www.redalyc.org/pdf/676/67642415002.pdf>
- Romero Castilla, A. (septiembre-diciembre de 1995). La transformación histórica de Corea. *Estudios de Asia y África*, 30(3 (98)), 465-485. Obtenido de  
<https://estudiosdeasiayafrika.colmex.mx/index.php/ea/article/view/1584/1584>
- S. Rana, K. (s.f.). *Diplo*. Obtenido de 21st Century Diplomacy: A Practitioner's Guide: <https://www.diplomacy.edu/resources/books/21st-century-diplomacy-practitioner%E2%80%99s-guide>



- Saddiki, S. (01 de 12 de 2009). El papel de la diplomacia cultural en las relaciones internacionales. *CIDOB d'Afers Internacional*(88), 108. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/230601149\\_El\\_papel\\_de\\_la\\_diplomacia\\_cultural\\_en\\_las\\_relaciones\\_internacionales/citation/download](https://www.researchgate.net/publication/230601149_El_papel_de_la_diplomacia_cultural_en_las_relaciones_internacionales/citation/download)
- Servicio de Cultura e Información de Corea Ministerio de Cultura, D. y. (2015). *DATOS SOBRE COREA - INDESGUA*. Obtenido de <http://www.indesgua.org.gt/wp-content/uploads/2016/08/Datos-sobre-Corea.pdf>
- Servicio de Cultura e Información de Corea. Ministerio de Cultura, Deporte y Turismo. (2011). *Datos sobre Corea - UBU*. Obtenido de Servicio de Cultura e Información de Corea. Ministerio de Cultura, Deporte y Turismo: [https://www.ubu.es/sites/default/files/portal\\_page/files/2011\\_datos\\_sobre\\_corea.pdf](https://www.ubu.es/sites/default/files/portal_page/files/2011_datos_sobre_corea.pdf)
- Seúl, O. E. (2006). *Guía País Corea del Sur*. Obtenido de <http://www.comercio.es/tmpDocsCanalPais/B62E83D9B2FC1EC9EA8ED5928C6FF7FF.pdf>
- SRE. (7 de enero de 2019). *La nueva diplomacia cultural de México: 2018-2024*. Obtenido de 7 propuestas para su fortalecimiento e innovación: <https://embamex.sre.gob.mx/belgica/images/NuevaDiplCultMex18-24.pdf>
- Valdés-Ugalde, J., & Duarte, F. (Julio-Diciembre de 2013). Del poder duro al poder inteligente. La nueva estrategia de seguridad de Barack Obama o de la sobrevivencia de la política exterior de Estados Unidos. *Norteamérica*, 8(2), 41-69. doi:[https://doi.org/10.1016/S1870-3550\(13\)71773-7](https://doi.org/10.1016/S1870-3550(13)71773-7)
- Vautravers, A. (12 de mayo de 2017). *EOM*. Obtenido de El poder blando es papel mojado: <https://elordenmundial.com/el-poder-blando-es-papel-mojado/>
- Velázquez Flores, R. (2007). *Factores, bases y fundamentos de la política exterior de México*. México: Plaza y Valdés.
- Villamizar Lamus, F. (diciembre de 2012). SMART POWER Y LA POLÍTICA EXTERIOR DE LA REPÚBLICA POPULAR DE CHINA HACIA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE. *Revista Enfoques: Ciencia Política y Administración Pública*, X(17). Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=96024879003>
- Villanueva, C. (Febrero de 2009). Cooperación y Diplomacia Cultural: experiencias y travesías. Entrevista al Embajador Jorge Alberto Lozoya. *Revista Mexicana de Política Exterior. Diplomacia Pública y Cultural*.(85), 256. Obtenido de <https://revistadigital.sre.gob.mx/images/stories/numeros/n85/lozoya.pdf>
- Villegas Mendoza, M. (2015). Centroamérica ante el poder inteligente. *Revista mexicana de estudios sobre la Cuenca del Pacífico*, 9(18), 26. Obtenido de <http://revistasacademicas.ucol.mx/index.php/portes/article/view/409>
- Wabasi\_EAO. (18 de 11 de 2019). *Wabasi*. Obtenido de Hell Joseon: <https://www.wabasi.com/blog/hell-joseon/>
- Yonhap, A. r. (s.f.). *Agencia de Noticias Yonhap*. Obtenido de Corea del Sur asigna el mayor presupuesto cultural de su historia para 2020: <https://sp.yna.co.kr/view/ASP20191211003300883>

Zarco, L. (30 de mayo de 2018). Difusión de dramas coreanos, un análisis de su éxodo a América Latina y Colombia. *Palabra: Palabra que obra*(18), 82-98. doi:<https://doi.org/10.32997/2346-2884-vol.0-num.18-2018-2165>