



Universidad del Salvador

Facultad de Ciencias Sociales – Relaciones
Internacionales

“Diplomacia cultural de Corea del Sur y su
incidencia en Argentina a través del Centro
Cultural Coreano (2006-2022)”

Alumna: Maitena S. Saffores

DNI: 43.597.372

m.saffores@usal.edu.ar

Tutora: María del Pilar Álvarez

mdelpilar.alvarez@usal.edu.ar

Fecha de presentación: 23 de abril de 2025

Lugar de presentación: Universidad del Salvador, Facultad de
Ciencias Sociales sede Pilar.

Resumen

El siguiente trabajo realiza un abordaje descriptivo de las políticas culturales llevadas a cabo por el gobierno coreano para la difusión cultural y cómo estas son adaptadas por el Centro Cultural Coreano en Argentina, entre 2006 y 2022.

Para ello, en primer lugar, se analiza la cultura y la diplomacia tanto como conceptos individuales como la relación que mantienen para que los Estados consideren su uso como herramienta diplomática para facilitar la cooperación, vinculación y el alcance de otros intereses. Luego, es hecha una descripción de la diplomacia cultural, sus objetivos, su diferencia con otros conceptos y actores que pueden verse implicados en ella. Para continuar, se describen las políticas culturales surcoreanas, su implicancia en la evolución del desarrollo de la industria cultural del país y cómo estas fueron impulsoras de la difusión cultural de Corea del Sur. Por último, se indaga sobre la adaptación de dichas políticas en la Argentina a través del Centro Cultural Coreano en Buenos Aires y se examinan las actividades y propuestas culturales que este realiza como herramientas de diplomacia cultural.

Las conclusiones reflejan que este tipo de actividades y propuestas fortalecen la difusión de la cultura coreana en Argentina, le permiten a Corea del Sur posicionarse en la esfera internacional ya sea a través de su participación en distintas ferias y proyectos o de mercados internacionales, y son herramientas fundamentales para la cooperación internacional y el entendimiento mutuo. Sin embargo, no todas ellas fueron constantes ni se han sostenido en el tiempo.

Palabras Clave: cultura; Soft Power; Corea del Sur; Diplomacia Cultural; Relaciones Internacionales; Políticas Culturales.

Key words: culture; Soft Power; Argentina; Cultural Diplomacy; International Relations; Cultural Policies.

Prólogo

En este apartado, me gustaría agradecerle a mi tutora de tesis, María del Pilar Álvarez, que desde el primer día estuvo a disposición, formando parte de este último trayecto universitario tan importante para mí. Así mismo, se les agradece a mis profesores de la universidad que me asistieron y se pusieron a disposición mía ya sea a través de unas palabras, consejos o facilitándome acceso a bibliografía.

El desarrollo de este trabajo es gracias al acceso a datos e información que comparte tanto el Gobierno de Corea en sus plataformas, como su Embajada y el Centro Cultural Coreano en Buenos Aires.

Hago un reconocimiento especial a mi familia, por la paciencia y por alentarme siempre, incluso cuando las dudas aparecían. A mis amigas que siempre me apoyaron y estuvieron para mí en todo momento, celebrando conmigo cada pequeño avance. A ellos, gracias por alentarme a seguir y por recordarme siempre que soy capaz de cumplir con todo lo que me proponga.

A todos los mencionados, 감사합니다.

Maitena.



Índice

Resumen.....	1
Prólogo.....	2
Introducción.....	4
1. Estado de la cuestión.....	7
2. Marco teórico.....	10
2.1 Diplomacia.....	11
2.2 Cultura.....	14
2.3 Diplomacia Cultural.....	17
2.4.1 Actores de la Diplomacia Cultural.....	23
2.4 Política Exterior	26
2.5 Política Cultural.....	28
3. Diseño metodológico	30
4. Evolución de las políticas culturales surcoreanas a través de los gobiernos.....	31
5. El despegue de la ola coreana: <i>hallyu</i>	45
5.1 Elementos representativos del <i>Hallyu</i>	51
6. Corea del Sur y Argentina: una relación en constante crecimiento	56
7. Centro Cultural Coreano en Buenos Aires 2006-2022.....	59
Conclusiones.....	76
Bibliografía.....	80

Introducción

En el sistema internacional contemporáneo, los Estados han buscado ampliar su enfoque estratégico más allá del poder militar y económico, recurriendo cada vez más al soft power para influir en otros actores y alcanzar otros intereses u objetivos relativos a su política exterior. El concepto de soft power, surge a partir de una discusión teoría dentro de la disciplina de las Relaciones Internacionales desarrollada por Joseph Nye y que consiste en la capacidad de un país para persuadir e influir a otros mediante la atracción y la legitimidad, en lugar de la coerción o la fuerza, a través de su cultura, sus valores políticos y sus políticas exteriores que, en conjunto, van a generar atractivo, respeto y legitimidad ante los ojos del resto. En este contexto, la cultura comienza a ser utilizada como herramienta central de la política exterior, el diálogo y respeto intercultural y la promoción de una “marca país”. Bajo este marco conceptual de Nye actúa la diplomacia cultural, una herramienta clave para contribuir al intercambio cultural entre dos o más países, fomentar la cooperación, establecer nuevos vínculos y contribuir al entendimiento mutuo.

En el caso de Corea del Sur, la cultura fue un factor que se incluyó en la política exterior poco a poco esta fue desarrollándose como la gran nación que se conoce hoy. A partir de 1960, la identidad nacional y cultural comienza a ser prioridad del gobierno coreano, por lo que, hasta 1990 se buscó desligarse de los patrones culturales occidentales que yacían en la península y desarrollar la industria cultural a través de diferentes políticas culturales y económicas que contribuyeran su crecimiento. En los 90, luego de que Corea del Sur se vinculó diplomáticamente con China, los dramas de TV y música pop ganaron gran popularidad entre la comunidad china, generando un mayor consumo de la industria cultural coreana. El interés gubernamental de proyectar la cultura a nivel internacional y aumentar la competitividad industrial se va a ver potenciado a través de distintas políticas gubernamentales. No obstante, la proyección cultural coreana a nivel internacional se va a ver potenciada por el *hallyu*, es decir, la creciente popularidad global de la cultura surcoreana consolidada en la década de los 2000 e impulsada principalmente por la industria del entretenimiento, incluyendo la música (K-pop), las series de televisión (K-dramas), el cine, la moda, la gastronomía y la cosmética.

Debido a la globalización, la innovación de las nuevas Tecnologías de la Comunicación e Información (TIC's), las redes sociales e Internet, se ha ampliado el alcance de la comunicación generando que el mundo esté cada vez más interconectado. Tal como

expresa J. Nye, “un mundo de teléfonos móviles, ordenadores y sitios web como MySpace, Facebook y LinkedIn, es un lugar común decir que vivimos cada vez más en un mundo en red” (Nye J. S., 2008). Estos cambios han modificado la forma de relación y de comunicación en todos los ámbitos, incluyendo la esfera política y, las relaciones internacionales contemporáneas, no son una excepción a esos procesos de transformación. En este sentido, tanto las redes sociales como las plataformas de streaming funcionan como un apoyo en el ejercicio del soft power, permitiéndole a un Estado la difusión de elementos simbólicos, proyección la cultura en el ámbito internacional, atraen inversión extranjera, turismo, comercio, cooperación y amplían el rango de influencia de un Estado en las relaciones internacionales. Gracias a estas plataformas, grupos como BTS, BlackPink y EXO, películas como Parasite y series como Squid Game han llevado el *hallyu* a nuevas audiencias de occidente, fortaleciendo el soft power de Corea del Sur y convirtiéndolo en un actor clave en la proyección cultural internacional.

En Argentina, el creciente interés del público local por la cultura coreana, impulsado por la *hallyu* en conjunto al fortalecimiento de las relaciones diplomáticas y culturales entre Argentina y Corea del Sur a principios del siglo XXI, sentaron las bases para la creación del Centro Cultural Coreano en Argentina, el primero en toda América Latina. El principal objetivo de este es promover y difundir la cultura coreana en el país, fortaleciendo los lazos culturales entre Argentina y Corea del Sur, a través de una variedad de actividades y programas culturales. En el discurso de conmemoración por los diez años del Centro Cultural Coreano en Buenos Aires, el director, Jang JinSang, declaró que se eligió a esa misma ciudad como sede del primer centro de la región ya que se la consideraba la ciudad más importante de la cultura en la región. La apertura del centro no solo implica un apoyo a la comunidad coreana en Argentina, una de las más grandes de América Latina, con alrededor de 30,000 coreanos y descendientes en el país, sino que fortalece su identidad y mejora la integración. Además, este contribuye al intercambio comercial y económico y a la cooperación con instituciones locales, fortaleciendo la relación bilateral entre ambos países y generando un mayor entendimiento mutuo.

Teniendo en cuenta los aspectos mencionados, los interrogantes que van a guiar esta tesis son ¿Cómo articula Corea del Sur su política para lograr difundir su cultura en el mundo? ¿Cómo adapta dichas políticas el Centro Cultural Coreano en Argentina en el ámbito

local? El recorte temporal de esta última se estableció desde la apertura del Centro Cultural Coreano en Argentina, es decir, a partir de 2006, hasta 2022.

El objetivo general de este trabajo es describir la forma en que Corea del Sur articula su política para lograr difundir su cultura y cómo se adapta esta al ámbito local a través del Centro Cultural Coreano en Buenos Aires. Para ello, se propone una investigación con el alcance descriptivo y metodología cualitativa. Se analizarán los cambios y continuidades en la política cultural coreana desde sus inicios en la península hasta 2022, a partir de un compilado de documentos, textos y archivos que describen la evolución histórica del país y su política. Al tomar el Centro Cultural Coreano como caso de estudio, se relevarán sus redes sociales y su sitio web oficial a través de los cuales se extrajo información sobre sus actividades y programas culturales. Por otra parte, los objetivos específicos del trabajo son destacar aquellos cambios o novedades que amplían el reconocimiento de Corea del Sur y su cultura en Argentina, describir la forma en la que se difunde la cultura coreana en el ámbito local y dar cuenta de la existencia de la participación o cooperación entre el centro cultural y otros actores locales para la difusión de la misma.

El trabajo continuará con el desarrollo del estado de la cuestión y el marco teórico del mismo, partiendo de los principales aportes de otros trabajos al tema central de la investigación hasta la conceptualización de los términos más relevantes para esta, entre los cuales se encuentran: diplomacia, cultura, diplomacia cultural, política exterior y política cultural. También se describirá el diseño metodológico a utilizar. Dentro de este mismo capítulo se mencionan algunos actores de la diplomacia cultural o influyentes en ella tales como los Estados, Centros Culturales y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

Luego, se describirá la política cultural coreana a través de los años y su contribución al desarrollo de la industria cultural de la República de Corea del Sur para poder entender el rol y la trascendencia que adquiere la cultura para dicho país y para comprender cómo fue que llegó a ser esta un recurso significativo de su despegue económico, cómo contribuyó a la apertura de Corea del Sur al mundo y a reivindicar la cultura tradicional dentro del territorio, fomentando, asimismo, el nacionalismo. Se espera en esta instancia comprender cómo la política cultural coreana ha ido teniendo cambios y continuidades relativas a los cambios de administraciones gubernamentales.

Posteriormente, se abordará el *hallyu* u Ola Coreana y cómo fue que esta tendencia del consumo de productos coreanos fue despegando hacia todo el mundo. Se mencionan aquí algunos reportes de la Fundación Coreana para el Intercambio Cultural Internacional (KOFICE) y de Korea Foundation que fueron fundamentales para exponer las áreas de consumo de contenido coreano que comprende el *hallyu* y la percepción de esta tendencia en el mundo. Posteriormente se desarrollan los elementos representativos del *hallyu*, los cuales se fueron ampliando conforme al aumento de la popularidad cultural coreana y su consumo.

Finalmente, se describirá la diplomacia cultural coreana en Argentina. El objetivo aquí es analizar el rol que ocupa el Centro Cultural Coreano en Argentina como institución para la difusión de la cultura coreana, la cooperación y el entendimiento mutuo entre las naciones y desarrollar cómo a través de diferentes actividades, el CCC implementa la diplomacia cultural de Corea al ámbito local y federal de la Argentina. Se hará mención de todas aquellas actividades y propuestas que se lleven a cabo para concretar con los objetivos de la diplomacia cultural.

1. Estado de la cuestión

El estado de la cuestión de la investigación comprende el análisis y revisión de un conjunto de libros, artículos y estudios que analizan el concepto de soft power y diplomacia cultural coreana y el impacto que estos pueden generar, además del fin con el que se utilizan y los alcances de la misma. Se identificaron artículos, tesis y estudios sobre la diplomacia cultural y su acción a través de la política de diferentes Estados. Si bien abundan investigaciones sobre diplomacia cultural y su aplicación a distintos países, el caso de Corea del Sur es la excepción. En este sentido son pocos los trabajos encontrados que se puntualizan en la diplomacia cultural coreana en la región, más aún, en Argentina.

María del Pilar Álvarez y Verónica Pérez Taffi (2018) analizan el papel de la diplomacia cultural surcoreana en Argentina y el rol que ocupan las instituciones de difusión cultural como el Centro Cultural Coreano en Buenos Aires. Estas autoras no solo observan la incidencia política de la diplomacia cultural, sino que también plantean su utilización como “una construcción de puentes de comunicación con la sociedad local para derribar estereotipos, especialmente en culturas extranjeras relativamente desconocidas...” (Álvarez & Pérez Taffi, 2018, pág. 201). Para estas autoras, gran parte de la promoción de Corea se

da gracias a la cultura tradicional coreana y la vanguardia contemporánea. Gunjoo Jang y Won K. Paik (2012), también abordan la ola coreana como diplomacia cultural y se mantienen en el mismo eje mencionado. Otro análisis fundamental es el de Regina Kim, quien, al igual que Raha Mirshahi (2021), aborda la marca país como un factor fundamental de la política exterior de Corea y de su diplomacia cultural para mejorar su imagen. Así mismo detalla los esfuerzos de Corea por cumplir con estos dos factores que atraviesan diferentes problemas y obstáculos a través de la diplomacia cultural. A diferencia de estos autores, otros como Yun Young Cho (2012) abordan el tema, pero desde otra perspectiva aplicando otro tipo de diplomacia, la diplomacia pública. Este autor sostiene que el gobierno de Corea tiene una concepción errónea de la diplomacia pública y que la ha abordado más bien como si fuera diplomacia cultural. En este sentido destaca que esta última vulnera al Estado porque “está dominada en gran medida por los contenidos culturales, cuya producción el gobierno tiende a depender del sector privado” (Yun, 2012, pág. 277). Sin embargo, Rodríguez Barba Fabiola sostiene que la construcción de una “marca país” está más bien relacionada con la diplomacia pública ya que “el término diplomacia pública fue originalmente un término alternativo al de propaganda, por lo que sus propósitos difieren de los de la diplomacia cultural” (Rodríguez Barba, 2015, pág. 45).

Para abordar la diplomacia cultural surcoreana y comprender cómo ésta logró incrementar la popularidad cultural, también se indagó sobre la evolución del rol de la cultura dentro de la política de Corea del Sur. Si bien, como dice Mera (2017), el diseño de las políticas culturales en Corea fue mucho más lento en relación a lo económico, político o educacional, por ejemplo, desde la consolidación internacional de las empresas de comunicación y tecnología el alcance de ciertas manifestaciones creativas ha logrado traspasar las fronteras. Si bien la importancia de la cultura dentro de la política fue algo evolutivo con el traspaso de los años y de los gobiernos, uno de los acontecimientos fundamentales para las políticas culturales y de entretenimiento, según Escobedo de la Rosa (2022), fueron los Juegos Olímpicos de Seúl en 1988 ya que contribuyeron al “proceso de internacionalización del país y la percepción que se tenía con anterioridad de este, generando una imagen positiva al exterior” (Escobedo de la Rosa, 2022, pág. 108). Por otra parte, Peñaloza (2020) sostiene que, si bien la industria cultural tiene cierto nivel de autonomía e independencia, “el Estado sigue manejando una política cultural que promueve la inversión, la planeación, la movilización de recursos, el mejoramiento y creación de infraestructura, el entrenamiento de los trabajadores, y el apoyo a la exportación de los bienes culturales”