Colección Seminarios y Jornadas

Estudios Coreanos en América Latina

60 años de inmigración coreana en Argentina y en América Latina

Volumen 1

Carolina Mera
(Comp.)

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
IIGG GINO GERMANI

ESTUDIOS COREANOS EN AMÉRICA LATINA

VOLUMEN 1

60 AÑOS DE INMIGRACIÓN COREANA EN ARGENTINA Y EN AMÉRICA LATINA

Mera, Carolina
Estudios Coreanos en América Latina. Volumen 1. 60 años de inmigración coreana en Argentina y en América Latina / Carolina Mera. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Universidad de Buenos Aires, 2026.
Libro digital, PDF - (Seminarios y jornadas)

Archivo Digital: descarga y online
ISBN 978-950-29-2086-3

1. Corea del Sur. 2. Inmigración. 3. Estudios Culturales. I. Título.
CDD 300

ESTUDIOS COREANOS EN AMÉRICA LATINA

VOLUMEN 1

60 AÑOS DE INMIGRACIÓN COREANA EN ARGENTINA Y EN AMÉRICA LATINA

Carolina Mera

[Comp.]

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
IIGG | GINO GERMANI
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES - UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
IIGG | GINO GERMANI
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES - UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

Colección Seminarios y Jornadas

Martín Unzué - Director
Ignacio Mancini - Coordinador del Centro de Documentación e Información
Rosana Abrutzky - Coordinación técnica

Comité Académico del Instituto de Investigaciones Gino Germani

CLAUSTRO DE INVESTIGADORES

Titulares	**Suplentes**
Dr. Ayos, Emilio	Dr. Fernández Peychaux, Diego
Dra. Hopp, Malena	Dr. Rodríguez, Pablo Esteban
Dra. Zapata, Cecilia	Dra. Seghezzo, Gabriela
Dra. Ariza, Lucía	Dr. Wahren, Juan

CLAUSTRO DE BECARIOS

Titulares	**Suplentes**
Lic. Grasas, Julieta	Lic. Guevara, Joaquín
Lic. Manso, Noelia	Lic. Seghezzo, Julieta
Lic. De Nicola, Juan Pablo	Lic. Manzullo, Gonzalo

CLAUSTRO DE AUXILIARES

Titulares	**Suplentes**
Lic. Varela, Nicolás	Mg. Sosa, Martina

Diego Stillo - Diseño y diagramación

Josefina Barrera - Diseño de exteriores

Instituto de Investigaciones Gino Germani
Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires
Pte. J. E. Uriburu 950, 6° piso (C1114AAD), Ciudad de Buenos Aires, Argentina
http://www.iigg.sociales.uba.ar

ISBN 978-950-29-2086-3

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional

Este libro fue financiado junto al Korean Studies Grant Program de la Academia de Estudios Coreanos (AKS 2025-C-010)

AKS 한국학중앙연구원 THE ACADEMY OF KOREAN STUDIES

AGRADECIMIENTOS

Al Instituto de Investigaciones Gino Germani (IIGG) y a la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires (FSOC-UBA) que, desde los años 1991-1992, apoyan de manera sostenida los estudios coreanos a través de becas, subsidios de investigación, incorporación de contenidos sobre Corea en las currículas de las distintas carreras, y provisión de espacios institucionales para la realización de este tipo de encuentros académicos.

A la Academy of Korean Studies (AKS), cuyo apoyo académico y financiamiento hicieron posible la realización del Undécimo Encuentro de Estudios Coreanos en América Latina (XI EECAL).

A la Embajada de la República de Corea en Argentina, a su actual Embajador, SE Lee Yong-Sooy. Muy especialmente al Embajador Choe Yang-Boo, quien en el año 2003 hizo posible esta aventura de los estudios coreanos en nuestro país, así como al Embajador Han Byung-Kil, quien recibió la edición realizada en la Universidad Nacional de La Plata en 2013.

A las asociaciones de la comunidad coreana en la Argentina, y en particular a la Cámara de Empresarios Coreanos de Argentina (CAEMCA), por su apoyo en esta edición a través de su presidente, el Sr. Park, graduado de la universidad pública argentina, cuya contribución resultó decisiva para que el XI EECAL alcanzara la magnitud y la calidad logradas.

A la Cámara Argentina de Comercio, Industria y Agropecuaria Coreanas (CACIAC), por su acompañamiento constante desde el año 2004, momento de creación de la Asociación Argentina de Estudios Coreanos (AAEC), y por el apoyo permanente a nuestras iniciativas, en este caso a través de su presidente, el Sr. Lim.

A las autoridades de la Facultad de Ciencias Sociales, especialmente a Martín Unzué, director del Instituto de Investigaciones Gino Germani, a Julián Rebón, secretario de Estudios Avanzados, y a Ana Arias, decana. Al equipo organizador del XI EECAL: Mónica Lee, Jorgelina Barrera, Sabrina González, Nicolás Varela y Martina Rouillon, por el compromiso, la dedicación y el trabajo sostenido que hizo posible, también, la realización de este libro.

Finalmente, a las y los profesores e investigadores que elaboraron sus trabajos y los presentaron, de manera virtual o presencial, durante las dos jornadas que duró el encuentro, y cuyos aportes hacen posible la continuidad y el fortalecimiento de los estudios coreanos en América Latina.

ÍNDICE

Prólogo 11

PARTE 1
ARGENTINA. TERRITORIALIDAD, INTEGRACIÓN E IDENTIDADES

Reinterpretando la migración coreana a Argentina (décadas de 1960-1980): el papel del gobierno coreano a través de los documentos del gobierno coreano
Ji Young Song..... 19

La experiencia coreana en Buenos Aires: sesenta años de migración, integración y territorialidad
Carolina Mera 41

La diáspora coreana en Argentina como actor en la diplomacia pública: enfocado en las actividades solidarias contra el COVID-19
Hye Hyun Son..... 65

Integración social de la nueva generación de coreanos en Buenos Aires, Argentina
Ji Hye Son..... 85

Diáspora y diálogo: integración cultural y su impacto en la salud mental de los migrantes surcoreanos en Argentina
Camila Evelyn González 101

La inserción económica de los migrantes coreanos en la ciudad de Mar del Plata
Nafkin Sofia Arregui Groenewold 113

Una aproximación a la gestión de la muerte en la comunidad coreana en Argentina y la relación con su construcción identitaria
Celeste Castiglione 131

Entrelazando Buenos Aires con Seúl: un emprendedor de la diáspora coreana y el transnacionalismo inverso
Jin Suk Bae 153

La Tercer Corea como un extraterritorio: multipolaridad, memoria y pertenencia en la remigración de comerciantes coreanos de Argentina hacia México (2001-2017)
Sergio Gallardo García 173

PARTE 2
AMÉRICA LATINA. DIÁLOGOS DE IDENTIDADES. IMPLICANCIAS DEL *HALLYU*

Tensiones entre lo coreano y el multiculturalismo en Bom Retiro, São Paulo
Yun Jung Im y Insang Hwang 195

La fantasía del *oppa* y del novio coreano: un análisis sobre la construcción latinoamericana de la coreanidad en las redes sociales
Gabriela Cecilia Cho 219

Identidades estudiantiles en transformación: la influencia de la ola coreana en la imagen conativa de movilidad académica hacia Corea del Sur
Jessica Lissette Quijano Herrera 243

La hibridación del *k-pop* en Argentina
María del Valle Guerra 263

La generación bisagra como intérpretes interculturales contextuales entre Corea y Argentina. Un análisis de la coexistencia cultural dialógica pacífica
Solange Ernestina Gómez 277

Hallyu y la identificación de los coreanos de segunda generación en las redes sociales de habla hispana. Un estudio de caso sobre Liry Onni.
Irene Yung Park 295

Turismo y *Hallyu*: el impacto de la ola coreana en Argentina
Amalia Petrongolo 319

Sobre los autores 335

PRÓLOGO

Tras 22 años, el Instituto de Investigaciones Gino Germani (IIGG) volvió a ser sede del Undécimo Encuentro de Estudios Coreanos en América Latina (XI EECAL), que reunió a académicas y académicos de la región especializados en Corea para reflexionar en torno a dos ejes centrales: los 60 años de inmigración coreana en Argentina y en América Latina, y las identidades en transformación en el mundo global en relación con la península de Corea.

El encuentro, organizado por este Instituto, contó con el auspicio de la Academy of Korean Studies (AKS), la Embajada de la República de Corea en Argentina, la Cámara de Empresarios Coreanos de Argentina (CAEMCA) y la Asociación de Estudios Coreanos de Argentina (AAEC), y se llevó a cabo los días 25 y 26 de septiembre en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires (FSOC-UBA).

La primera edición del EECAL tuvo lugar en la UBA, en el año 2003. Desde entonces, se ha celebrado de manera bianual en distintos países –Argentina, Brasil, Colombia, Chile y México– y, tras 22 años, regresa a esta casa de estudios. Estos encuentros académicos han contribuido de manera sostenida a la producción de conocimiento sobre Corea desde una perspectiva latinoamericana. En esta oportunidad, el comité organizador local decidió orientar las discusiones hacia los procesos migratorios coreanos, con particular atención al caso argentino, en el marco de la conmemoración del 60º aniversario de la

llegada de residentes coreanos al país. Este eje permitió reflexionar acerca de las dinámicas contemporáneas y los procesos de integración y diálogo, atravesados por la globalización, el desarrollo tecnológico y las nuevas formas de intercambio cultural. Asimismo, se abordaron temáticas vinculadas a la ola coreana (*Hallyu*), al desarrollo económico y tecnológico de Corea, a los procesos de cambio social, al sistema político y a las relaciones internacionales. Estos y otros asuntos fueron objeto de análisis por parte de más de 40 especialistas provenientes de universidades de Argentina, Brasil, Colombia, Corea, Chile, El Salvador y México.

En el año 2003, cuando se realizó el primero de estos encuentros, Corea no tenía la presencia que posee hoy en el mundo, en la región ni en nuestro país. Las empresas coreanas no eran ampliamente conocidas; ni el *k-pop*, el *k-food* o el *k-beauty*. Tampoco los actores y actrices coreanos eran aún referentes ni ídolos de las juventudes locales. Solo *"Gangnam style"* y algunas películas proyectadas en el Buenos Aires Festival Internacional de Cine Independiente (BAFICI) habían alcanzado cierta visibilidad en el público local. Los tiempos han cambiado. Actualmente, Corea es un país con fuerte presencia en organismos multilaterales, bancos y agencias internacionales. Se posiciona como la decimoprimera economía del mundo, con una producción industrial y tecnológica de vanguardia, y cuenta con una presencia global sostenida a través de sus empresas y de las propuestas culturales de la ola coreana (*Hallyu*).

Por su parte, la diáspora coreana se ha convertido en un componente relevante de las políticas de *soft power* del Estado coreano, que en las últimas décadas ha comenzado a prestar mayor atención a estas poblaciones. Al mismo tiempo, las comunidades coreanas ya forman parte de la historia de nuestro país y de la región. Todos estos temas se encuentran presentes en los distintos artículos que integran estos volúmenes.

Dada la extensión y diversidad de las contribuciones, se decidió plasmar los resultados del XI EECAL en dos libros bajo los títulos: *Estudios Coreanos en América Latina. 60 años de inmigración coreana en Argentina y en América Latina* y *Estudios Coreanos en América Latina. Identidades en transformación en el mundo global.*

Unas palabras sobre la elección de imágenes de *bojagi* para ilustrar las tapas de cada una de las publicaciones. El *bojagi* coreano es el arte de envolver y abrazar con tela, una suerte de fragmentos diversos que, al unirse, encuentran armonía y sentido. La trama del *bojagi* propone una imagen potente para pensar los procesos de diálogo cultural y migratorio. La diversidad cultural se expresa en cada trazo, que conserva la memoria de su origen, su color y su textura. En ese

encuentro emerge una nueva forma. De modo similar, las experiencias migratorias configuran territorios sociales tejidos por historias múltiples y trayectorias desplazadas, donde la convivencia no implica homogeneización, sino la construcción paciente de vínculos que reconocen la diferencia como valor constitutivo.

En este sentido, el XI EECAL, a 60 años de la llegada oficial de familias provenientes de Corea, fue también una forma de homenaje: un tributo a aquellas personas que atravesaron los mares para establecerse en tierras lejanas y desconocidas. Familias que se asentaron en distintas provincias del país y que, con el tiempo, fueron concentrándose en la ciudad capital. Familias que formaron hijos e hijas abogados, médicos, psicólogos, odontólogos, artistas, comerciantes y empresarios, quienes sin duda enriquecieron y enriquecen a nuestro país. Fueron estas familias y sus descendientes quienes, desde siempre, contribuyeron a tender puentes entre ambas culturas, aportando a la construcción de una sociedad mejor.

Se organizaron para dar a conocer su cultura y participaron activamente en acciones solidarias en distintos momentos históricos, como durante la guerra de Malvinas, las graves crisis económicas y, más recientemente, durante la pandemia de COVID-19. En nuestra región existen valiosas comunidades de residentes coreanos, así como de sus hijos y nietos: comunidades organizadas que, manteniendo sus culturas, han creado importantes instituciones religiosas, educativas, culturales y de comunicación. Familias que funcionan como puentes entre Argentina y Corea, pero también con otros países de la región donde se asentaron o reemigraron. A través de estas páginas rendimos también homenaje a esas familias que, con valentía, creyeron y apostaron por estas tierras, trayendo consigo historias, artes, afectos y múltiples aportes.

Cabe recordar que la llegada de pobladores provenientes de Corea se dio en todo el continente americano, en diferentes momentos históricos, y que, en cada país, adquirió dimensiones singulares que dan cuenta de encuentros culturales específicos, nuevos vínculos y espacios de intercambio.

Todo ello se encuentra presente en las páginas de este volumen, que adquiere así la forma de un homenaje a la diáspora coreana y, al mismo tiempo, se presenta como una oportunidad para reflexionar sobre nuestras propias condiciones como latinoamericanos: sobre nuestras concepciones de la diversidad, de la democracia y de los modelos y proyectos de país, más o menos inclusivos según los distintos contextos gubernamentales.

Carolina Mera

ESTUDIOS COREANOS EN AMÉRICA LATINA

VOLUMEN 1

60 AÑOS DE INMIGRACIÓN COREANA EN ARGENTINA Y EN AMÉRICA LATINA

PARTE I

ARGENTINA
TERRITORIALIDAD, INTEGRACIÓN E IDENTIDADES

Ji Young Song

REINTERPRETANDO LA MIGRACIÓN COREANA A ARGENTINA (DÉCADAS DE 1960-1980): EL PAPEL DEL GOBIERNO COREANO A TRAVÉS DE LOS DOCUMENTOS DEL GOBIERNO COREANO

> Currently, the land allocated to Korean migrants is somewhat difficult to cultivate due to various conditions, but it is considered to be good land. If the migrants settle down and continue to cultivate the land with a strong determination, work ethic, and spirit of development, it is expected that they will be able to achieve a stable livelihood in about 10 years.
>
> **Ministry of Foreign Affairs, 8. July, 1964**

Luego de una visita *in situ* a Pomona, un sitio de asentamiento propuesto para inmigrantes coreanos en Río Negro, funcionarios de la Embajada de Corea en Argentina presentaron un informe al Ministerio de Relaciones Exteriores de la República de Corea, expresando una evaluación optimista sobre las perspectivas futuras de la migración coreana a la región. El asentamiento previsto constaba de 400 hectáreas de tierras de cultivo en dicha localidad, que contaba con una población total estimada de 1.000 residentes. En las inmediaciones de la zona agrícola designada no se registraban otros habitantes.

Si bien la electricidad podría suministrarse mediante la conexión a una planta de energía cercana, el acceso a los recursos hídricos requería de una tarifa anual de 600 pesos por hectárea para conectarse a un suministro de agua externo. Las instalaciones educativas y sanitarias estaban ubicadas a 4 kilómetros de distancia, en la ciudad de Lamarque, con acceso limitado por una infraestructura vial deficiente: lo suficientemente estrecha como para dar cabida a un solo camión a la

vez. Para comercializar sus productos agrícolas, los colonos tendrían que transportar mercancías en barco a través del río hasta Lamarque o Choele Choel.

Debido a la falta de nutrientes del suelo, se consideró inviable el cultivo inmediato. Se recomendó que los colonos cultivaran heno durante un mínimo de dos años para mejorar la fertilidad del suelo antes de iniciar actividades agrícolas a gran escala. Según los expertos locales, el cultivo de tomates y otras hortalizas sería viable en el tercer año, mientras que a partir del cuarto año podrían establecerse huertos de manzanos y perales. Dada la falta de actividad económica viable durante los dos primeros años, se estimó que un hogar de cuatro personas necesitaría aproximadamente 1.200 dólares para cubrir los gastos de subsistencia y 3.000 dólares adicionales para la construcción de viviendas y la compra de equipos agrícolas necesarios para mantener un medio de vida estable.

Se estimó que la construcción de una casa de dos dormitorios costaría aproximadamente 350.000 pesos por unidad. En el caso de que los 20 hogares adquirieran colectivamente herramientas agrícolas, el costo estimado sería de alrededor de 5 millones de pesos. Además, si los colonos compraran formalmente las tierras de cultivo asignadas en el futuro, el costo esperado sería de 3 pesos por metro cuadrado. A pesar de estos desafíos, la Embajada de Corea brindó una explicación integral de las condiciones locales y presentó una evaluación general optimista sobre la viabilidad de la migración coreana a Pomona.

Sigue siendo incierto si el gobierno de Corea del Sur informó plenamente a los inmigrantes contratados sobre las condiciones locales en Argentina antes de su partida. Sin embargo, dadas las importantes remesas que enviaron a Corea poco después de su llegada, parece que muchos desconocían la realidad que les esperaba. Al llegar a Lamarque, el 22 de octubre de 1965, los inmigrantes descubrieron que la agricultura no era viable debido a la mala calidad del suelo, la falta de equipo agrícola y una infraestructura inadecuada. En consecuencia, la mayoría se trasladó a la región de la capital, mientras que un pequeño número permaneció en la zona, intentando construir casas con ladrillos de barro y limpiar el terreno sin las herramientas adecuadas. Según la Embassy of the Republic of Korea in Argentina (1965), los informes gubernamentales de la época describen vívidamente las penurias y las difíciles condiciones de vida que enfrentaron estos colonos. Aunque la mayoría del primer grupo de migrantes no logró medios de vida sostenibles a través de la agricultura, no regresaron a Corea. En cambio, optaron por permanecer en Argentina y muchos más coreanos emigraron posteriormente en busca de mejores oportunidades.

El año 2025 se cumplen 60 años de la llegada a Buenos Aires del primer grupo de 77 migrantes contratados. Antes de su arribo, ya se estimaba que había 100 coreanos en Argentina, incluidos aquellos que habían migrado durante el período colonial japonés, prisioneros que eligieron países neutrales después de la Guerra de Corea, y trabajadores e inmigrantes de países vecinos como Paraguay. Sin embargo, la llegada del primer grupo en 1965 es ampliamente reconocida como el momento fundacional de la comunidad coreana en Argentina. Esto se debe a que representó al esfuerzo migratorio organizado, liderado por políticas llevadas a cabo bajo los auspicios del gobierno de Corea del Sur.

Si bien la propuesta inicial de migración a Argentina fue hecha por dos personas (Hong Jong-cheol y Park Min-hong), fue la administración coreana quien planificó, ejecutó y amplió la iniciativa migratoria. Desde la década de 1960 hasta la de 1980, la migración a Argentina estuvo fuertemente determinada por las políticas impulsadas por el gobierno. A pesar de esta importante participación, las investigaciones académicas sobre este flujo no han examinado con precisión el papel del gobierno de Corea del Sur.

La tesis doctoral de Park Hae-jin marcó una intervención importante en este sentido. Utilizando documentos de la Corporación de Desarrollo de Servicios de Ultramar de Corea (Korea Overseas Service Development Corporation-KOSDCO) y realizando entrevistas con informantes locales, Park reveló el contexto político en el que se inició la migración agrícola a Argentina. Sostuvo que el hecho de que los migrantes no lograran establecer medios de vida agrícola estaba directamente relacionado con la insuficiente provisión de información por parte del gobierno coreano (Park, 2013). Sobre esta base, Song Ji-young reconstruyó el proceso de envío de migrantes agrícolas y pescadores analizando documentos del Ministerio de Relaciones Exteriores de Corea, destacando las implicaciones políticas e institucionales de estos programas dirigidos por el Estado (Song, 2019; 2023). De manera similar, Choi Min-jung examinó documentos de los Archivos Nacionales de Corea para explicar por qué la migración pesquera se convirtió en un componente inevitable de una política migratoria más amplia durante este período (Choi, 2022).

Este estudio se basa en investigaciones previas para analizar más a fondo la evolución del papel del gobierno de Corea del Sur en la migración coreana a Argentina, utilizando materiales de archivo de las décadas de 1960 a 1980 conservados en los Archivos Nacionales de Corea. Los archivos han atraído durante mucho tiempo la atención de los académicos de todas las disciplinas por los conocimientos históricos que ofrecen. Así como Emmanuel Le Roy Ladurie reconstruyó

el mundo social de los campesinos franceses del siglo XIV a través de registros inquisitoriales en Montaillou, nosotros también podemos recuperar las percepciones, estrategias y experiencias de los actores históricos a través de documentos gubernamentales. Si consideramos estos documentos no simplemente como registros oficiales sino como una forma de correspondencia burocrática, se convierten en fuentes cruciales para comprender las motivaciones y los procesos de toma de decisiones de quienes planificaron e implementaron la política migratoria. Por supuesto, tales fuentes contienen limitaciones, incluyendo la preservación selectiva, el sesgo estatal y la omisión de voces personales o marginadas. Sin embargo, al trazar el desarrollo y la implementación de políticas de migración a Argentina a través de estos registros, obtenemos una valiosa perspectiva tanto de las estructuras administrativas como de los actores individuales que moldearon la experiencia migratoria, muchos de los cuales han desaparecido de las narrativas históricas.

Examinar la migración coreana a Argentina a través del lente de la política estatal de Corea del Sur proporciona una comprensión más integral de cómo se formó la diáspora coreana en América del Sur. También contribuye a debates más amplios sobre la relación transnacional entre Corea del Sur y Argentina, ofreciendo un estudio de caso de cómo la migración liderada por el gobierno dio forma a la formación de comunidades diaspóricas y los vínculos bilaterales en el contexto del desarrollismo de la Guerra Fría y la movilidad laboral global.

EL GOBIERNO COREANO: UN DOBLE DEFENSOR DE LA MIGRACIÓN

La migración surcoreana a América del Sur en la década de 1960 se entiende ampliamente como una iniciativa encabezada por el Estado, diseñada por el gobierno de Corea del Sur para abordar problemas internos urgentes como el desempleo y la inseguridad alimentaria. Después de la liberación y la Guerra de Corea, Corea del Sur enfrentó una crisis demográfica impulsada por el regreso de repatriados en el extranjero, una afluencia de refugiados y un baby boom de posguerra. El Estado percibió la migración al exterior como una solución estratégica a estas presiones internas. El 3 de septiembre de 1952, la Asamblea Nacional aprobó la Propuesta sobre la Promoción de la Migración al Extranjero, en la que la migración se enmarcaba como una necesidad económica y una oportunidad nacional de expansión. Sin embargo, la propuesta también reveló los fundamentos ideológicos de la política de emigración al identificar al objetivo de la emigración como la "población excedente" (National Assembly, 1952), un término utilizado

para describir a aquellos vistos como contribuyentes a los "problemas sociales" internos y como amenazas al ideal de una "nación cultural" (National Assembly, 1960). Esta retórica, junto con declaraciones similares publicadas en los principales medios de comunicación (por ejemplo, *Kyunghyang Shinmun*, 1959), demuestra la doble intención del Estado: aliviar las presiones internas y, simultáneamente, mejorar el prestigio internacional de Corea del Sur a través de la migración. El 31 de diciembre de 1959, el Ministerio de Salud y Asuntos Sociales presentó el Proyecto de Medidas de Ayuda al Desempleo (Proyecto), que proponía la migración a América del Sur y el Sudeste Asiático como una de las soluciones al problema de los 590.000 desempleados. La política migratoria se institucionalizó bajo la administración de Park Chung-hee. En marzo de 1962 se promulgó la Ley de Migración al Exterior (Ley N.° 1030, 1962). El artículo 1 de la ley establecía que su propósito era "promover la migración de ciudadanos al extranjero con el fin de estabilizar el proceso de política demográfica y la economía nacional, al tiempo que aumenta el prestigio de la nación" (Ley N.° 1030, 1962). Esta legislación posicionó claramente al gobierno como el actor principal tanto en la organización como en la supervisión de la migración, estipulando regulaciones sobre las calificaciones para la migración, los destinos aprobados, los subsidios y la transferencia de propiedad. El Comité de Revisión de Cualificaciones para Migraciones al Extranjero era responsable de seleccionar a los solicitantes (Ley N.° 1030, 1962, art. 7), mientras que el artículo 9 autorizaba al Estado a proporcionar asistencia financiera cuando fuera necesario (Ley N.° 1030, 1962, art. 9). Estaba prohibida la migración a países comunistas o destinos considerados contrarios al interés nacional. En este marco, América del Sur surgió como el destino preferido. Durante la década de 1960, el gobierno de Corea del Sur buscó ampliar las relaciones diplomáticas con los países sudamericanos para reforzar su legitimidad internacional. Al mismo tiempo, la diáspora coreana existente y el éxito publicitado de la migración japonesa a América del Sur hicieron que la región pareciera factible para nuevas iniciativas migratorias. Desde 1962 hasta la década de 1980, los inmigrantes surcoreanos fueron enviados a Brasil, Paraguay, Bolivia y Argentina, principalmente bajo programas caracterizados por una migración agrícola planificada, basada en contratos, orientada a la familia y con uso intensivo de mano de obra.

La migración sudamericana fue planificada e implementada como parte de una política destinada a resolver el desempleo y la escasez de alimentos en Corea del Sur y, por lo tanto, exhibió características de "migración por contrato", "migración laboral", "migración grupal" y "migración planificada". Continuó hasta la década de 1980, centra-

da en la industria primaria. Después de la primera ola de migración, el gobierno de Corea del Sur planificó más migraciones y seleccionó inmigrantes. La migración, que era esencialmente la liberación de la "población excedente", se llevó a cabo como una migración familiar para evitar que los migrantes regresaran a Corea.

La migración a Argentina se diferencia de otras migraciones sudamericanas en que los migrantes seleccionaron su destino después de realizar investigaciones *in situ* y luego reclutaron a otros migrantes. Hong Jong-cheol y Park Min-hong, quienes planificaron y reclutaron inmigrantes para Argentina, inicialmente consideraron a Noruega y Brasil como destinos potenciales para los inmigrantes que salían de Corea. Luego de realizar investigaciones *in situ*, seleccionaron a Argentina como destino. El gobierno de Corea del Sur no había considerado originalmente a Argentina como un destino migratorio, ya que era percibido como un país centrado principalmente en inmigrantes europeos.

> En ese momento, Argentina se le apareció (a Hong Jong-cheol) como un país ideal, pastoral y pacífico, con un estilo de vida occidental, e inmediatamente capturó su corazón. Tanto es así que en una carta a Park Min-hong, que todavía estaba en Corea, escribió: «Esta es Vla tierra donde debemos vivir», expresando su fuerte apego a Argentina. (Lee, 1992, p. 30)

A principios del siglo XX, Argentina era conocida como el "granero del mundo" y en la década de 1960 también era considerada una "tierra de abundancia" para los coreanos. En las revistas de las décadas de 1950 y 1960, Argentina era retratada como un país rico con vastas tierras, baja densidad de población y abundante productividad. Si bien el gobierno planificó e implementó la migración a Argentina como un medio para reducir su excedente de población, para los inmigrantes coreanos, la migración a Argentina fue una opción para escapar de un entorno inestable y buscar mejores oportunidades.

Los coreanos que inmigraron a la Argentina en la década de 1960 eran personas que contaban con la educación y los medios económicos para obtener información sobre la migración, tomar la decisión de migrar y llevarla a cabo. Obtener información sobre migración a través de redes y medios de comunicación migratorios y atravesar el proceso migratorio requería una cantidad importante de dinero, por lo que era necesario contar con las condiciones económicas establecidas. Un punto notable es que la situación inestable en Corea, incluida la Guerra de Corea y la posterior Revolución del 19 de abril de 1960 y el golpe militar del 16 de mayo de 1961, sirvieron como fuerza impulsora de la migra-

ción, lo que condujo a una migración centrada en los refugiados de la guerra. En 1968, aproximadamente el 80% de los coreanos en Argentina eran refugiados de la Guerra de Corea que se habían asentado en áreas como Dongdaemun, Namdaemun y el Mercado de la Paz en Seúl, y el Mercado Internacional en Busan (Kim, 1968, p. 178).

> No sabía mucho sobre esto, pero todo el mundo lo dice. Mi madre era muy elegante. Solía usar ropa hecha a medida en Myeongdong. Siempre usaba zapatos y no trabajaba. Dicen que era muy elegante. Pero creo que era profesora en Corea del Norte. Tanto mi madre como mi padre eran del Norte. Eran personas educadas. De todos modos, el mundo era tan caótico en aquel entonces. Así resultó. (Entrevista con A, quien migro a la Argentina en 1967)

Teniendo en cuenta la situación económica de los inmigrantes, las primeras etapas de la migración a Argentina fueron una época en la que la situación social y económica de los coreanos se invirtió. No podían comunicarse y no podían encontrar trabajo utilizando las habilidades y calificaciones que habían adquirido en Corea. Las condiciones de vida también eran malas. Los inmigrantes contratados que llegaron en la década de 1960 vinieron a trabajar en la agricultura pero no pudieron cosechar. Se trasladaron a las ciudades para ganarse la vida o se convirtieron en jornaleros. A pesar de esto, el hecho de que la migración continuara sugiere que las circunstancias de los coreanos en Argentina no fueron comunicadas adecuadamente a Corea.

Por otro lado, durante la migración a Argentina en la década de 1960, el gobierno coreano se centró únicamente en enviar grupos de migrantes y ampliar los destinos migratorios, sin considerar las vidas de los migrantes. Los funcionarios locales en Argentina consideraban que los grupos de inmigrantes coreanos en ese momento estaban "en una situación difícil". Carecían de la maquinaria necesaria para la recuperación de tierras, de experiencia agrícola moderna y de un plan general para desarrollar las áreas de asentamiento. Las barreras lingüísticas hicieron imposible la educación técnica, lo que provocó una migración generacional de las granjas y una escasez de mano de obra. Los funcionarios y residentes locales informaron que se necesitaban dos tractores para cultivar y administrar 100 hectáreas de tierra, y que se deberían plantar cultivos como la alfalfa, que es de bajo rendimiento, pero adecuado para la alimentación del ganado, durante los dos primeros años para mejorar la calidad del suelo para la agricultura.

También señalaron que plantar álamos en la zona para bloquear los fuertes vientos requeriría un capital y un esfuerzo importantes

(Embajada de Corea en Argentina, 10 de diciembre de 1965). Estos problemas fueron informados al Ministerio de Relaciones Exteriores de Corea. Sin embargo, la Embajada de Corea informó sobre la situación local, afirmando que había escasez de mano de obra y una necesidad absoluta de maquinaria agrícola como topadoras y tractores. Recomendó asegurar 300 dólares por hogar para la compra de maquinaria agrícola al enviar el próximo grupo de migrantes a Argentina. También expresó su preocupación de que sin maquinaria agrícola, la recuperación de tierras sería imposible, lo que disminuiría el entusiasmo de los inmigrantes y obstaculizaría su asentamiento, pero no mencionó los gastos de subsistencia necesarios hasta que la agricultura fuera posible. (Embajada de Corea en Argentina, 5 de noviembre de 1965). De hecho, estas cuestiones ya se conocían por un informe presentado por la Embajada de Corea al Ministerio de Relaciones Exteriores antes de la salida del grupo migratorio. La razón para ocultar estos hechos fue que el programa de migración a Argentina estaba siendo promovido como parte de la política demográfica, y la embajada priorizaba el éxito y la expansión del programa de migración (Embajada de Corea en Argentina, 15 de noviembre de 1965).

Al no poder ganarse la vida con la agricultura, los inmigrantes se trasladaron a las ciudades en lugar de regresar a Corea. Varios factores influyeron en esto. En primer lugar, las barreras logísticas y económicas dificultaron el regreso. En segundo lugar, Corea del Sur era políticamente inestable y económicamente poco atractiva. En tercer lugar, las expectativas sociales silenciaron los testimonios negativos. Según un relato, "nadie creía en ellos, a pesar de que sufrieron juntos" (Kim, 1968). La imagen positiva de los inmigrantes coreanos en Argentina ha creado una atmósfera social en la que la gente se abstiene de expresar arrepentimiento.

El gobierno coreano mostró un interés sostenido en la cohorte inicial de inmigrantes como medio para facilitar la llegada de grupos posteriores. La "Campaña de Petición para el Fondo de Recuperación de Tierras Agrícolas", iniciada por el grupo de inmigrantes en enero de 1966, subrayó el compromiso del gobierno con esta población. En 1967, el gerente de la sucursal sudamericana de la Corporación Coreana de Desarrollo Exterior fue designado para dirigir una cooperativa agrícola encargada de proporcionar maquinaria agrícola y construir viviendas. Sin embargo, el apoyo del gobierno al primer grupo de inmigrantes contratados fue principalmente una maniobra estratégica destinada a preservar sus contratos y promover la expansión de la migración coreana a Argentina. El embajador argentino comentó en un informe local que para asegurar nuevas tierras agrícolas, "debe-

mos desarrollar la Granja Lamarque para mejorar la valoración de las autoridades locales sobre los coreanos" (Embassy of the Republic of Korea in Argentina, 1968).

Esto indica que el gobierno coreano priorizó la expansión de los destinos migratorios sobre el bienestar de los propios migrantes. El proceso de adaptación local entre los inmigrantes contratados inicialmente está estrechamente vinculado a la sociedad argentina contemporánea. Kim Kwan-ok, el presidente inaugural de la Asociación Coreana, jugó un papel fundamental al facilitar el asentamiento de estos primeros inmigrantes contratados al establecer conexiones con la Embajada de Corea, el gobierno argentino y los inmigrantes coreanos. Park Min-hong, quien orquestó la primera iniciativa de migración por contrato en 1967, sirvió posteriormente como segundo presidente de la Asociación Coreana. Aprovechó su red en Corea para organizar eficazmente a la comunidad coreana en Argentina. Además, jugó un papel decisivo en el mantenimiento de vías para la migración coreana a Argentina a través del marco de migración por contrato inicial. Esta iniciativa migratoria se caracterizó por ser una asociación público-privada, concebida por el sector privado y ejecutada por el gobierno. La migración a Argentina, que inicialmente comenzó como un esfuerzo de colaboración, pasó a ser una iniciativa liderada por el gobierno que persistió hasta la década de 1980. Aunque la primera migración por contrato a Argentina no produjo un éxito sustancial dentro del sector agrícola, estableció un marco fundamental para el desarrollo de la comunidad coreana y sentó las bases para que el gobierno coreano promoviera aún más la migración a Argentina.

ASEGURAR RECURSOS Y ESTABLECER BASES DE PRODUCCIÓN

A pesar de los desafíos actuales relacionados con los grupos de migrantes que se desvincularon de las tareas agrícolas y abandonaron sus granjas, el gobierno de Corea del Sur persistió en sus esfuerzos por promover la migración campesina. En respuesta a los casos problemáticos de inmigrantes por contrato que interrumpieron sus actividades agrarias, el Ministerio de Salud y Asuntos Sociales anunció el 3 de marzo de 1967 su decisión de imponer restricciones estrictas a la migración por contrato y a la migración especial facilitada por organizaciones privadas. En cambio, el Ministerio pretendía fomentar la migración grupal y la migración técnica a través de acuerdos intergubernamentales. Además, expresó su intención de reducir la migración agrícola desde Sudamérica y, al mismo tiempo, priorizar el reasentamiento de migrantes en Brasil, Paraguay y Argentina.

El gobierno reconoció que la fase inicial de migración que había respaldado fue un "fracaso", y lo atribuyó a investigaciones preliminares inadecuadas, apoyo gubernamental insuficiente a los migrantes y falta de compromiso de los propios migrantes. En un esfuerzo por rectificar estos problemas, Corea del Sur asumió un papel activo en el proceso migratorio mediante la adquisición de tierras, el establecimiento de granjas y la participación en canales de comercialización. Sin embargo, a pesar de estas intervenciones, se produjeron pocos cambios sustanciales. El flujo de migrantes persistió, facilitado por la participación gubernamental y el silencio social imperante respecto a la migración a Argentina (*The Kyunghyang Shinmun*, 1968).

El gobierno de Corea del Sur adoptó una perspectiva favorable hacia la migración de campesinos, lo que derivó en adquirir tierras y establecer granjas a través de la sucursal argentina de Overseas Development Corporation. Un equipo de investigación compuesto por funcionarios del Ministerio de Salud y Asuntos Sociales, el Ministerio de Asuntos Exteriores y la Overseas Development Corporation realizó una visita al lugar para identificar tierras adecuadas para asentamientos colectivos y examinar los canales de distribución de cultivos (*Maeil Business Newspaper*, 1972). Sin embargo, parece que el objetivo principal del gobierno era facilitar la emigración de personas. En abril de 1973, una comunicación del Ministerio de Salud y Asuntos Sociales al Ministerio de Relaciones Exteriores destacó que el intercambio de memorandos sobre migración entre Corea del Sur y Argentina, acordado en 1972, no se había ejecutado, y señaló el descontento de Argentina por lo que percibía como una falta de sinceridad (Embassy of the Republic of Korea in Argentina, 1973). No hay documentación que confirme si alguna vez se intercambió el memorando de entendimiento. Además, en 1974, el Ministerio de Relaciones Exteriores intentó finalizar un acuerdo con la Dirección de Migraciones, pero Argentina se negó a respaldar el acuerdo. Sin embargo, en 1974, el Ministerio de Salud y Asuntos Sociales anunció un "Plan Quinquenal de Migración" con el objetivo de reubicar a 170.000 personas en los Estados Unidos, Canadá, Brasil y otras naciones para 1978, sin consulta previa con los países anfitriones (*Kyeonghyang Shinmun*, 1975). La declaración del gobierno de subsidiar los costos de viaje y el asentamiento de 500 personas en Argentina y 7.260 en América del Sur (*Maeil Economic Newspaper*, 1974) indican una priorización de la expansión de la escala de la emigración.

Durante la década de 1970, tanto entidades gubernamentales como particulares comenzaron a invitar y reclutar inmigrantes, lo que dio lugar al desarrollo de "intermediarios de migración". Sin embargo, el gobierno de Corea del Sur mantuvo una postura firme de que era la principal autoridad responsable de los asuntos migratorios. El

10 de septiembre de 1970, el embajador de Corea del Sur en Argentina comunicó explícitamente al Ministro de Relaciones Exteriores que "no se reconocerán proyectos migratorios a gran escala iniciados por particulares". Aclaró que las invitaciones migratorias estaban restringidas a familiares y conocidos cercanos, mientras que la migración grupal y la migración técnica debían ser facilitadas exclusivamente a través de la sucursal sudamericana del KODEC ubicada en Argentina (Embassy of the Republic of Korea in Argentina, 1970). Posteriormente, el 16 de febrero de 1971, tuvo lugar una reunión entre Graciano Cocimano, Embajador Adjunto de Argentina en Corea del Sur, y el Director de la Oficina de Asuntos de América del Norte del Ministerio de Relaciones Exteriores. Informaron que desde el inicio de los servicios consulares en diciembre de 1970, se habían emitido visas a 500 coreanos, y que en ese momento había 1.000 personas más esperando la aprobación de entrada. Cocimano expresó su preocupación por la capacidad de las familias para ayudar a los inmigrantes en su asentamiento local (Ministry of Foreign Affairs, 1971). El gobierno de Corea del Sur era consciente de esta cuestión, ya que aquellos que no estaban inscritos en el mismo registro de hogares que el patrocinador estaban sujetos a evaluaciones de elegibilidad para recibir medidas de apoyo a la vida (Embassy of the Republic of Korea in Argentina, 1973). El objetivo del gobierno al afirmar el control sobre la migración era gestionar eficazmente el proceso y mitigar el surgimiento de inmigrantes indocumentados. Al regular la percepción pública de los coreanos en Argentina en relación con los inmigrantes indocumentados, se pretendía facilitar la expansión de la migración. El énfasis del gobierno coreano en propagar la migración se remonta a los objetivos estratégicos articulados en un memorando del Ministerio de Relaciones Exteriores al Ministerio de Salud y Asuntos Sociales del 10 de enero de 1974. En ese momento, el gobierno pretendía mejorar la diplomacia de recursos y fomentar la cooperación económica agrícola mediante la promoción de la migración rural a Argentina. Esta iniciativa se alinea con el marco más amplio del Plan Quinquenal de Desarrollo Económico iniciado por la administración Park Chung-hee en 1962. La administración Park buscó generar divisas a través de la participación militar en la Guerra de Vietnam y el Acuerdo Laboral Corea-Alemania, al mismo tiempo que abogaba por la autosuficiencia alimentaria y una política económica orientada a las exportaciones durante la década de 1970. En consecuencia, el gobierno se esforzó por asegurar recursos alimentarios para Corea del Sur a través de la migración a Argentina, con planes explícitos para la importación de productos agrícolas como trigo, frijoles y maíz, así como ganado, incluidos vacunos y porcinos.

A lo largo de la década de 1980, el gobierno coreano continuó sus esfuerzos adquiriendo tierras, estableciendo granjas, reclutando inmigrantes y proporcionando financiación. Incluso después de una interrupción temporal de la migración sudamericana en mayo de 1977, el gobierno mantuvo su participación directa en la selección, capacitación y administración de las granjas luego de la reanudación de la migración a la Granja Cooperativa Isca yacu Semaul en 1978. También se proporcionó apoyo financiero para iniciativas agrícolas, ejemplificado por la asistencia para asegurar semillas de arroz para la Granja San Javier (Ministerio de Relaciones Exteriores, 20 de junio de 1984) y facilitar la compra de equipos agrícolas durante las temporadas de cosecha (Ministerio de Asuntos Exteriores, 11 de junio de 1985).

Inicialmente, el gobierno de Corea del Sur vio la migración como un mecanismo para aliviar el excedente de población; sin embargo, posteriormente evolucionó hasta convertirse en una estrategia para la adquisición de recursos. Una reunión celebrada el 27 de junio de 1977, en ocasión de la visita del Ministro de Pesca argentino, esbozó los principios de la migración pesquera, enfatizando objetivos tales como la adquisición de recursos, la inversión, la expansión corporativa y la promoción de la mano de obra migrante, facilitando así el acceso a las zonas de pesca a través de la migración.

Documentación adicional indica una mayor sensibilidad del gobierno hacia la gestión de recursos. En 1978, cuando el ministro del Interior argentino, Albano E. Harguindeguy, solicitó mano de obra minera a Corea del Sur, el Ministerio de Salud y Asuntos Sociales rechazó la propuesta de migración, citando posibles efectos adversos sobre el desarrollo de los recursos internos (Ministry of Foreign Affairs, 1977).

A partir de mediados de la década de 1970, con el advenimiento de la migración pesquera, el gobierno coreano comenzó a aprovechar el vínculo como medio de adquisición de recursos, diversificando sus estrategias migratorias para abarcar la sericultura y la apicultura. Si bien la migración agrícola fue gestionada directamente por el gobierno, que supervisó la adquisición y administración de tierras, las iniciativas de sericultura y apicultura se llevaron a cabo en colaboración con instituciones especializadas. En última instancia, este enfoque allanó el camino para la migración de inversiones corporativas en la década de 1980.

DEL ENVÍO DE TRABAJADORES AL ENVÍO DE CAPITAL Y TECNOLOGÍA

En mayo de 1985, el embajador coreano Lee Bok-hyung, que había sido designado en Argentina, presentó un informe indicando que la política migratoria de Argentina se centraba principalmente en el

desarrollo comunitario. Esta política se centró en las zonas rurales subdesarrolladas en lugar de en la región de la capital y tenía como objetivo limitar la migración a empresas que aportarían capital y tecnología asociada. Subrayó la necesidad apremiante de personal adicional para gestionar las aproximadamente 16.000 tareas migratorias y asuntos relacionados con Corea (Embassy of the Republic of Korea in Argentina, 1985). Durante las décadas de 1960 y 1970, Argentina implementó políticas migratorias para abordar la escasez de mano de obra; sin embargo, en la década de 1980, el país comenzó a atraer inmigrantes como medio para adquirir tecnología y capital. El gobierno argentino facilitó el establecimiento de instalaciones de producción y procesamiento enfocadas a la industria secundaria mediante el envío de empresas y personal al país.

A partir de 1980, la migración a Argentina fue impulsada predominantemente por individuos y empresas más que por iniciativas gubernamentales. La documentación de este período revela que los informes que expresaban opiniones sobre proyectos de envío de migración prevalecieron en el Ministerio de Relaciones Exteriores y el Ministerio de Salud y Asuntos Sociales durante las décadas de 1960 y 1970, mientras que en la década de 1980 se produjo un cambio hacia los planes de negocios de las empresas. Esta transición hacia una migración basada en la tecnología y la inversión fue catalizada por solicitudes de migración técnica desde Argentina a partir de mediados de la década de 1970, culminando en un enfoque en la migración orientada al capital y la tecnología, que se inició con la migración pesquera en 1977.

Además, la administración de Chun Doo-hwan introdujo la "Política de Liberalización y Expansión en el Extranjero" en 1981, que simplificó la emisión de pasaportes y otras regulaciones migratorias, creando así condiciones favorables para la migración. En 1983, la responsabilidad de los asuntos migratorios fue transferida del Ministerio de Salud y Bienestar Social al Ministerio de Relaciones Exteriores, lo que indica una prioridad de las relaciones diplomáticas sobre el envío de migrantes. La firma del "Protocolo sobre Procedimientos para el Envío y Recepción de Migrantes Coreanos a Argentina" en 1985 estableció la "inversión local de capital" como un requisito crítico para la migración. Este desarrollo marcó una transición significativa de una era de migración grupal entre los años 1960 y 1970 a una caracterizada por la migración individual, con 1985 como un año crucial en la historia de la migración coreana a Argentina, distinguiendo entre "viejos llegados" y "recién llegados".

El papel del gobierno en el proceso migratorio siguió siendo significativo, ya que implicó interacciones entre entidades guberna-

mentales, individuos y corporaciones. Sin embargo, a mediados de la década de 1980, Corea del Sur adoptó un enfoque diferente que en años anteriores respecto a la migración hacia Argentina. Durante las discusiones en torno al "Acta de Procedimiento para el Ingreso de Inmigrantes Coreanos a la Argentina", el requisito de que los migrantes residan en un área local designada por un período de dos años fue un punto central de negociación. Este requisito se caracterizó como "un asunto personal del migrante, lo que dificulta que el gobierno coreano garantice el cumplimiento del compromiso del individuo". Además, se afirmó que "el gobierno enfrenta dificultades para imponer directamente obligaciones económicas a los individuos y formalizarlas en acuerdos escritos; por lo que la Embajada Argentina en Corea deberá verificar la compra de pasajes aéreos para la emisión de visas". Además, el gobierno expresó una fuerte intención de regular el tipo de cambio mediante la emisión de bonos destinados a facilitar la repatriación de moneda extranjera por parte de los migrantes (Ministry of Foreign Affairs, 1985).

Un documento surgido de una reunión con el embajador argentino en Corea del Sur en septiembre de 1985 indicaba que, a pesar de los desafíos económicos de Argentina (incluido el aumento del desempleo, la menor utilización de la capacidad industrial, una deuda externa sustancial y una baja en niveles de inversión gubernamental) Corea del Sur identificó la migración agrícola y pesquera, junto con la inversión y la migración técnica, como sectores prometedores. En ese momento, la migración pesquera ya estaba en marcha, mientras que la migración agrícola se concentraba en la utilización de la Granja San Javier y la Granja Yata Mauca, que habían sido adquiridas, pero seguían subutilizadas. Esto indicó un énfasis estratégico en la migración de inversiones relacionadas con las pequeñas y medianas empresas y el trabajo por cuenta propia. Además, la propuesta de establecer una sucursal de una empresa comercial general para promover el desarrollo de recursos y estrategias de importación sugería que Argentina era vista como un proveedor potencial de recursos (Ministry of Foreign Affairs, 1985).

En 1985, el gobierno argentino solicitó un préstamo a Corea del Sur y, en 1987, una delegación económica argentina visitó Corea del Sur. El 18 de noviembre de 1985 se convocó una reunión entre representantes del Ministerio de Relaciones Exteriores, la Comisión del Estrecho y la Corporación de Desarrollo Agrícola Corea-Argentina para deliberar sobre la utilización de la Finca San Javier y la Finca Yata Mauca. Este informe indica un cambio en la perspectiva del gobierno de Corea del Sur con respecto a la migración coreana a Argentina en comparación con enfoques anteriores. Concluyó que los factores que

contribuyeron a los fracasos agrícolas en América del Sur incluían una investigación y planificación previas inadecuadas, una deficiencia en las habilidades agrícolas profesionales entre los migrantes, la disposición psicológica de los migrantes, la falta de gestión posterior a la migración, la ausencia de una política migratoria a largo plazo con una visión clara y los desafíos educativos que enfrentan los hijos de los migrantes. El informe afirmaba que lograr el éxito requeriría la participación de personas que posean un fuerte compromiso con los asentamientos y habilidades agrícolas profesionales, complementadas con un cierto grado de apoyo y gestión gubernamentales. A diferencia de programas anteriores de migración orientados a la familia, esta iniciativa hizo hincapié en la migración de personas solteras (Ministry of Foreign Affairs, 1985). Durante este período, la migración pasó de ser simplemente "enviar excedentes de población" a "enviar mano de obra", sirviendo como estrategia para la recuperación de recursos y capital.

Además, el gobierno de Corea del Sur facilitó la migración a Argentina de empresas que pretendían establecer instalaciones de producción y procesamiento enfocadas en industrias secundarias, junto con personal seleccionado por estas empresas. A diferencia de la migración rural, que a menudo se ve obstaculizada por períodos prolongados de recuperación del capital, la migración corporativa impulsada por la tecnología se percibió como un medio más conveniente de asentamiento local y una fuente de mayores ingresos en divisas. Las iniciativas de migración empresarial promovidas por el gobierno antes de 1985 abarcaron una variedad de sectores, incluida la fabricación de prendas de vestir, el procesamiento de alimentos, el ensamblaje de bicicletas y otros. Estas iniciativas fueron encabezadas principalmente por pequeñas y medianas empresas coreanas, y los trabajadores por cuenta propia también participaron en el proceso de migración. Estas personas presentaron planes de negocios al Ministerio de Relaciones Exteriores para su aprobación. Las empresas que buscaban migrar anticipaban recibir apoyo gubernamental basándose en los precedentes establecidos por la migración agrícola en los años 1960 y 1970; sin embargo, el gobierno funcionó principalmente como revisor y aprobador de estos planes.

Los trabajadores de las instalaciones de producción industrial poseen un atributo único que los diferencia de otras categorías de migrantes: son "individuales". Aunque comparten similitudes con la migración pesquera en el sentido de que su empleo se basa en acuerdos contractuales con empresas u organizaciones, la migración pesquera involucra predominantemente a empresas medianas, mientras que los trabajadores en instalaciones de producción industrial son empleados

principalmente por empresas de nueva creación. Un número significativo de estos trabajadores emigró a Argentina y se decepcionó cuando sus aspiraciones empresariales no se hicieron realidad. El gobierno de Corea del Sur reconoció estos desafíos y participó en discusiones; sin embargo, a diferencia de la migración agrícola, no asumió responsabilidad ni otorgó ayuda en este contexto.

El 30 de abril de 1985 se firmó el "Acta de Procedimiento para el Ingreso de Inmigrantes Coreanos a la Argentina", seguida, el 26 de junio, de la promulgación de la "Resolución de la Dirección Nacional de Migraciones 2.340/85" por parte del gobierno argentino, que marcó el inicio oficial de la migración individual desde Corea. Si bien durante la década de 1970 se había producido una recepción de individuos basada en vínculos familiares, el Reglamento 2340/85 amplió el alcance de la migración para incluir a familiares, residentes permanentes con suficientes medios económicos, trabajadores calificados, artistas, atletas, figuras religiosas e individuos con capital de inversión. Un aspecto significativo de esta regulación fue la ausencia de diferenciación entre solicitantes europeos y latinoamericanos en el proceso de aprobación. En 1986, un total de 1.159 hogares recibieron aprobación migratoria. Surgieron varias empresas de migración, incluida la Corporación de Desarrollo de Ultramar, la Corporación de Migración Bumheung, la Corporación de Migración Sudamericana, la corporación de Migración Samsung y agentes privados. Las modificaciones en la política migratoria aumentaron significativamente el tamaño de la comunidad coreana, ya que las familias que habían inmigrado previamente alentaron a otras a seguir su ejemplo. Así, los inmigrantes que poseían un cierto nivel de recursos económicos y técnicos comenzaron a llegar en cantidades sustanciales.

Las estadísticas del Ministerio de Relaciones Exteriores indican un aumento dramático en el número de personas que llegaron a Argentina, pasando de 70 en 1983 a 754 en 1984, y llegando a 1.953 en 1985. Datos de la Agencia Nacional de Migraciones revelan que el número de residentes permanentes a los que se les concedió el estatus entre 1970 y 1977 fue de 2.800, que posteriormente disminuyó a 1.400 entre 1978 y 1983, antes de aumentar a 11.000 entre 1984 y 1989.

Esta cifra representa exclusivamente a quienes inmigraron directamente desde Corea. Al considerar a los coreanos que emigraron de países vecinos como Paraguay, el tamaño estimado de la comunidad coreana en Argentina alcanzó aproximadamente 27.000 en 1989 (Mera, 1998, p. 43). Yoon (2015, p. 38) postula que la migración coreana durante las dos décadas posteriores a la migración por contrato inicial –1965– fue impulsada principalmente por factores económicos. Sin embargo, en los treinta años siguientes, la migración coreana se

caracterizó cada vez más como una búsqueda de oportunidades de inversión y opciones de estilo de vida, más que como una respuesta a las dificultades económicas. El gobierno de Corea del Sur dejó de intervenir en la emigración de coreanos a Argentina, pero continuó manteniendo relaciones a nivel político con la comunidad coreana en Argentina. Aunque esta relación no se reconoce abiertamente, existe una expectativa implícita de que estos inmigrantes puedan, en última instancia, contribuir a los intereses económicos, sociales y diplomáticos de Corea del Sur.

EL GOBIERNO DE COREA DEL SUR Y LOS COREANOS EN ARGENTINA

Aunque la migración coreana a Argentina fue orquestada y respaldada por el gobierno, su participación ha permanecido en gran medida oculta. Esta investigación utiliza fuentes primarias de los Archivos Nacionales de Corea para dilucidar el papel del gobierno en la planificación y facilitación de los inmigrantes coreanos a Argentina. La participación del gobierno fluctuó a lo largo de diferentes períodos de tiempo. Durante la década de 1960, el gobierno de Corea del Sur se propuso abordar el desempleo y la pobreza facilitando la emigración del excedente de población. La iniciativa migratoria a Argentina, que fue concebida principalmente por el sector privado, fue acogida y ejecutada bajo la premisa de "enviar gente para el desarrollo nacional". En este contexto, la migración coreana a Argentina presentó al gobierno una oportunidad de cumplir su objetivo de aliviar las presiones demográficas a través de la migración al exterior. En ese momento, el gobierno estaba bajo una presión considerable para ampliar la gama de destinos migratorios. En consecuencia, las agencias gubernamentales priorizaron el volumen de migrantes y la diversificación de los lugares de migración sobre las condiciones y entornos que afectarían a los migrantes.

Los documentos gubernamentales de la década de 1960 indican un sólido compromiso gubernamental para ampliar los destinos migratorios. El Ministerio de Relaciones Exteriores y la Embajada de Corea en Argentina, que desempeñaron un papel fundamental en el proceso migratorio, evaluaron la justificación de la migración a Argentina: el potencial para la sostenibilidad del programa migratorio y la mejora de los destinos migratorios, junto con las relaciones diplomáticas entre Argentina y Corea, y los desafíos relacionados con la futura ejecución de las políticas migratorias. Además, en el contexto de una demanda social de mayores oportunidades migratorias y un mayor número de migrantes, el gobierno coreano probablemente experimentó un sentido de obligación. Al final, la iniciativa de migración se llevó a cabo sin tener en cuenta suficientemente las condiciones locales.

Documentos de las décadas de 1970 y 1980 indican que la sociedad coreana participó en una migración dirigida por el Estado principalmente por objetivos económicos. Este enfoque persistió durante la promulgación de legislación relacionada con la migración y la implementación de políticas migratorias después de la Guerra de Corea, aunque con algunas variaciones. A diferencia de los años 1960, que enfatizaron sobre la "escala de la emigración", el enfoque durante los años 1970 y 1980 se desplazó hacia la adquisición de recursos y divisas. Además, evolucionaron los mecanismos para promover la migración.

Mientras que el Ministerio de Relaciones Exteriores había asumido previamente la responsabilidad exclusiva en los años 1960, una serie de agencias gubernamentales y empresas privadas se convirtieron en participantes clave en la ejecución del proyecto. Este cambio facilitó las negociaciones y la diplomacia, así como una mayor atención a la información y los datos locales. En consecuencia, la historia de la migración al extranjero y los esfuerzos diplomáticos se expandió y los intercambios económicos del sector privado comenzaron a ejercer influencia. Los actores involucrados en la migración, según lo documentado por los registros gubernamentales, entablaron negociaciones con autoridades locales, hospedaron a funcionarios del gobierno argentino en Corea y recopilaron información pertinente no solo de Argentina sino también de Japón y otras naciones. Aunque la migración siguió siendo una iniciativa liderada por el gobierno, destinada a la actividad económica durante este período, se hizo evidente que era esencial una comprensión matizada de las condiciones locales y una participación activa en negociaciones y relaciones diplomáticas con las autoridades locales. En la década de 1980, la migración de poblaciones excedentes pasó de ser una estrategia para aliviar el desempleo y la pobreza a un mecanismo para mejorar las relaciones internacionales.

Si bien el gobierno de Corea del Sur percibió la migración a Argentina como una estrategia para la adquisición de recursos, no logró resultados que se alinearan con sus objetivos. Esto lo ilustran varias iniciativas, como la granja Yata Mauka, donde las actividades agrícolas resultaron inviables; la región de Corrientes, que presentaba un clima inadecuado para la apicultura; y la finca Isca Yaku, que enfrentó escasez de tierra y desafíos para establecer redes de distribución. Estos proyectos se ejecutaron sin una consideración exhaustiva de las condiciones locales.

El programa de migración pesquera, iniciado tras la visita del Ministro argentino de Asuntos Marinos a Corea del Sur en 1977, experimentó un retraso de ocho años en su implementación debido a cambios en las empresas responsables del programa, conflictos entre

los gobiernos –central y locales– de Argentina y limitaciones impuestas por los sistemas receptivos.

No obstante, las actividades agrícolas persistieron en regiones como Santa Fe, San Javier y Lamarque. El grupo de migración pesquera emprendió varias iniciativas durante el período de ocho años, incluida la reubicación del sitio de migración, la construcción de escuelas primarias y el desarrollo de infraestructura y sistemas, mientras continuaba promoviendo los intercambios pesqueros entre Argentina y Corea. También aportaron nuevos elementos culturales a la Argentina. En 1980, Park Won-seok, que había trabajado anteriormente para una empresa pesquera española, cultivó con éxito ostras utilizando semillas dejadas por la empresa después del fracaso de su proyecto de acuicultura, introduciéndolas así en Argentina. Además, Kim Hansik, que emigró en 1977, colaboró con su cuñado Chae Jong-tae, que operaba una granja en la provincia de Río Negro, para importar árboles jóvenes de Corea y cultivar con éxito manzanas Fuji. Además, los carritos de mano de estilo coreano traídos por los inmigrantes contratados inicialmente fueron recibidos positivamente por los residentes locales, lo que resultó en la adopción generalizada de los mismos –caracterizados por un único manillar–, dentro de la sociedad argentina (Asociación Coreana en Argentina, 2016, pp. 409–414).

Los resultados tangibles de la política migratoria del gobierno coreano hacia Argentina durante las décadas de 1960 y 1980 pueden no ser inmediatamente discernibles; sin embargo, la planificación y ejecución de este programa migratorio significó la evolución del gobierno coreano. En particular, esta política sentó las bases para la comunidad coreana contemporánea en Argentina e ilustró la influencia recíproca entre Argentina y Corea a través del intercambio de migrantes.

CONCLUSIONES

Este estudio tuvo como objetivo analizar el papel del gobierno coreano en la facilitación de la migración coreana a Argentina, centrándose en los aspectos procesales más que en evaluar el éxito o el fracaso de la política, utilizando documentos generados por agencias gubernamentales. Actualmente, el gobierno coreano no participa en la migración de sus ciudadanos al extranjero; más bien, se concentra en la gestión de los inmigrantes que ingresan a Corea. Sin embargo, sigue atento a las necesidades de los coreanos en el extranjero y se esfuerza por integrarlos como ciudadanos coreanos. En 1999 se promulgó la Ley sobre la entrada y la condición jurídica de los coreanos en el extranjero, seguida de revisiones de la Ley de elecciones de funcionarios públicos y de la Ley del referéndum nacional en 2009, que permitieron a los coreanos en el extranjero participar en los procesos electorales.

En 2023, el Ministerio de Relaciones Exteriores estableció la Agencia para Coreanos en el Extranjero, lo que refleja los esfuerzos continuos del gobierno para conectarse con la diáspora y restaurar su sentido de pertenencia. Si bien, Corea del Sur ya no facilita la emigración de coreanos, alienta a aquellos que residen en el extranjero a regresar como ciudadanos, aunque la cuestión de su reconocimiento como tales sigue siendo una cuestión distinta.

El grupo de inmigrantes agrícolas de Argentina partió de Corea, que se encontraba en dificultades económicas, con aspiraciones de lograr éxito en la agricultura en un nuevo entorno. Sin embargo, debido a la falta de información precisa sobre las condiciones locales, estos encontraron importantes desafíos para establecerse. Incapaces de dedicarse a la actividad rural de manera eficaz, emigraron a los centros urbanos en busca de oportunidades alternativas. Es crucial reconocer que la trayectoria que siguieron después de abandonar la agricultura finalmente sentó las bases de la comunidad coreana actual. Además, la manera en que estos migrantes se esforzaron por cumplir los roles que se les asignaron es de considerable importancia, enfatizando que no se trató únicamente de una experiencia migratoria individual. Si bien este estudio ha tenido como objetivo descubrir la historia oscurecida a través de registros gubernamentales y evocar las experiencias encapsuladas en ellos, no ha logrado capturar los recuerdos de los creadores de los registros ni de los sujetos de estas experiencias. Esta brecha se abordará en futuras investigaciones.

BIBLIOGRAFÍA

Choi, M. (2022). Understanding emigration policy after liberation through fishery migration. *Journal of Humanity Therapy, 75*, 229–250. (en coreano)

Kim, Y. (1968). People who emigrated: The reality of emigration in South America. *The Generation, (60)*.

Korean Association in Argentina. (2016). 50 years of Korean migration to Argentina. Korean Association in Argentina. (en coreano

Lee, K. (1992). *25 years of Korean migration to Argentina*. Sunyoungsa. (en coreano)

Mera, C. (1998). *La inmigración coreana en Buenos Aires: Multiculturalismo en el espacio urbano*. Eudeba.

Park, H. (2013). Nobody remembers the losers: The story of Korean agricultural emigration to South America (Doctoral dissertation). The Australian National University.

Song, J. (2023). A study on Korean fishery migration in Argentina: Focusing on governmental documents. *Journal of Koreanology, 84*, 171–200. (en coreano)

Song, J. (2019). A study on the Korean migration to Argentina in 1965: Focused on the Ministry of Foreign Affairs' documents. *Journal of Koreanology, 72*, 3–39. (en coreano)

Yoon, W. K. (2015). *Global pulls on the Korean communities in Sao Paulo and Buenos Aires* [Atracciones globales sobre las comunidades coreanas en Sao Paulo y Buenos Aires]. Lexington Books.

DOCUMENTOS GUBERNAMENTALES DE COREA DEL SUR

National Assembly. (1952, 3 de septiembre). *Acta de la 24ª sesión plenaria de la 13ª Asamblea Nacional de la 2ª Asamblea Nacional*. [Documento gubernamental de Corea del Sur].

National Assembly. (1960, 12 de septiembre). *Acta de la 16ª reunión de la Asamblea Nacional*. [Documento gubernamental de Corea del Sur].

National Assembly. (1977, 6 de octubre). *Acta de la 98ª reunión de la Asamblea Nacional nº 9*. [Documento gubernamental de Corea del Sur].

Ministry of Foreign Affairs. (1964, 8 de julio). *Información sobre tierras otorgadas a 20 hogares de Corea del Sur* [Migración Agrícola Argentina, 1964–1968 (CA0137069)].

Ministry of Foreign Affairs. (1984, 20 de junio). *Acciones tomadas en respuesta a sugerencias de granjas dirigidas por gobiernos sudamericanos* [Emigración a Argentina, 1984 (DA1439964)].

Ministry of Foreign Affairs. (1985, 11 de junio). *Compra de cosechadoras para la Granja San Javier, etc*. [Emigración a Argentina, 1985 (DA1441291)].

Ministry of Foreign Affairs. (1985, agosto). *Materiales de la reunión con el embajador argentino en Corea del Sur* [Emigración a Argentina, 1985 (DA1441291)].

Ministry of Foreign Affairs. (1985, septiembre). *Materiales de la reunión con el embajador argentino en Corea del Sur* [Emigración a Argentina, 1985 (DA1441291)].

Embassy of the Republic of Korea in Argentina. (1965, 5 de noviembre). *Emigración a Argentina* [Migración Agrícola Argentina, 1964–1968 (CA0137069)].

Embassy of the Republic of Korea in Argentina. (1965, 26 de noviembre). *Informe sobre la emigración* [Migración Agrícola Argentina, 1964–1968 (CA0137069)].

Embassy of the Republic of Korea in Argentina. (1965, 10 de diciembre). *Informe sobre un viaje de trabajo a un asentamiento de migrantes en Argentina* [Migración Agrícola Argentina, 1964–1968 (CA0137069)].

Embassy of the Republic of Korea in Argentina. (1970, 10 de septiembre). *Emigración a Argentina* [Migración Agrícola Argentina, 1970–1976 (CA0137167)].

Embassy of the Republic of Korea in Argentina. (1971, 19 de febrero). *Notificación del contenido de la reunión con el viceembajador de Argentina en Corea del Sur (relaciones migratorias)* [Migración Agrícola Argentina, 1970–1976 (CA0137167)].

Embassy of the Republic of Korea in Argentina. (1973, 24 de abril). *Solicitud de cooperación para el intercambio de documentos migratorios* [Migración Agrícola Argentina, 1970–1976 (CA0137167)].

Embassy of the Republic of Korea in Argentina. (1973, 21 de septiembre). *Permiso de migración hacia Argentina* [Migración Agrícola Argentina, 1970–1976 (CA0137167)].

Embassy of the Republic of Korea in Argentina. (1977). *Revisión de asuntos relacionados con la visita del Ministro de Asuntos Marítimos de Argentina a Corea del Sur* [Migración Pesquera hacia Argentina, 1977–1978 (CA013714)].

Embassy of the Republic of Korea in Argentina. (1978, 17 de octubre). *Sobre la migración de agricultores y pescadores y la migración de mineros* [Migración Agrícola a Isca Yacu, 1977–1979 (DA0746633)].

Embassy of the Republic of Korea in Argentina. (1985, 22 de julio). *Emigración a Argentina* [Emigración a Argentina, 1985 (DA1441291)].

Ministry of Health and Welfare. (1978, 10 de octubre). *Investigación sobre la migración de mineros hacia Argentina* [Migración Agrícola a Isca Yacu, 1977–1979 (DA0746633)].

PERIÓDICOS COREANOS

The Kyunghyang Shinmun. (1959, 24 de enero; 1968, 7 de mayo; 1975, 8 de abril).

Maeil Business Newspaper. (1967, 4 de marzo; 1972, 11 de julio; 1974, 26 de enero).

Carolina Mera

LA EXPERIENCIA COREANA EN BUENOS AIRES: SESENTA AÑOS DE MIGRACIÓN, INTEGRACIÓN Y TERRITORIALIDAD

INTRODUCCIÓN

La comunidad coreana cumple 60 años de presencia oficial en Argentina. El presente artículo se propone hacer un análisis sobre el derrotero de esas seis décadas, dando cuenta de las principales variables que explican la relación en el territorio de la Ciudad de Buenos Aires, los procesos identitarios y el vínculo con Corea.

La reflexión es producto de una exhaustiva investigación iniciada en 1991 y desarrollada a lo largo de varias décadas, que aborda diversos aspectos de la migración coreana en Argentina. Desde una perspectiva interdisciplinaria, y mediante diferentes enfoques cualitativos –principalmente a través de entrevistas en profundidad realizadas tanto en Buenos Aires como en Seúl–, junto con trabajo de campo en ambos países y una amplia revisión bibliográfica, indagué en las múltiples dimensiones de esta migración.

En estas páginas pongo en diálogo ciertas variables que hoy en día adquieren significación y que refieren a las familias, a los procesos de integración, a la inserción económica y laboral, al diálogo intercultural, a las problemáticas de la identidad y a la experiencia del espacio y de la territorialidad. Se pone énfasis en dar cuenta de las experiencias generacionales y de las características de las diferentes etapas de llegada al país, así como también, de las diferentes posiciones de interculturalidad.

El artículo inicia con la exposición de algunos conceptos teóricos fundamentales. Continúa con una periodización diacrónica que da cuenta de estas seis décadas de presencia oficial de coreanos en Argentina. Se elabora una tipología que divide este período en tres bloques temporales, de 20 años cada uno, y caracterizados por distintos procesos seleccionados para la comparación, relacionados con la instalación, la institucionalización, la diversificación local, los vínculos con Corea, las relaciones entre ambos países, y el universo de representaciones involucrado. El primer bloque abarca de 1965 a 1985; el segundo, de 1985 a 2005; y el tercero, de 2005 a 2025. Continúa con reflexiones sobre los 60 años de instalación, desde la perspectiva de un movimiento diaspórico, enfocando en algunos aspectos de la inserción social, de la actividad económica, educación y sociabilidad, del barrio, de los discursos y adhesiones identitarias, de las imágenes, representaciones y sociabilidad, y de las experiencias de vida en Corea. Para terminar con algunas reflexiones finales.

CONCEPTOS TEÓRICOS

A lo largo de estos años, recurrí a conceptos fundamentales para comprender el fenómeno migratorio y sus transformaciones, que siguen teniendo gran actualidad. En primer lugar, la noción de identidad resultó clave, pues puso en sintonía las trayectorias personales y colectivas. Esto permitió superar el debate tradicional sobre integración o asimilación, tan vigente aún en la década de 1990, para dar cuenta del conjunto de prácticas significativas en las que se inscriben los migrantes. Así, abordé los diferentes sentidos de pertenencia dentro de un grupo social, tales como tradiciones compartidas, definiciones de realidad, identidades colectivas, conflictos y tensiones intergeneracionales, consumos culturales, adhesiones políticas o religiosas, lengua, alimentación, entre otros aspectos (Mera, 2000, 2010).

Por su parte, a 60 años del inicio de la migración coreana en Argentina, los conceptos de grupo étnico e identidad continúan siendo de gran relevancia. El primero se refiere a la concentración urbana y económica, así como a la continuidad y preservación de rasgos culturales coreanos, desde los cuales se establecen las relaciones de sociabilidad y los intercambios en el nuevo entorno. Además, esta noción permite comprender la organización colectiva que implica la identificación del individuo con el grupo, en relación con la mirada del "otro" (Bhabha, 1998). En cuanto al concepto de identidad, y tal como hemos sostenido en trabajos previos, la filiación identitaria del grupo no surge únicamente de su origen étnico o nacional, sino del compartir prácticas y valores dentro de una misma dinámica de producción de significados en un sistema particular de reproducción social (Mera,

1998, 2008; Arfuch, 2002). La "identidad cultural" se entiende como una construcción histórica y narrativa que, en el caso de comunidades migrantes, responde a una reconstrucción contextual y situada, basada en elementos tanto imaginarios como reales que cumplen una finalidad estratégica: articular el pasado para configurar una estrategia presente. De este modo, el devenir de las identidades está estrechamente vinculado a la continuidad de la memoria, que almacena conocimientos acumulados y experiencias de etapas anteriores, actuando como una fuerza activa en el presente y futuro.

En el caso de la comunidad coreana en Argentina, estos procesos se articulan, en primer lugar, a partir de las referencias a Corea que construyen las asociaciones, las iglesias y las familias, contribuyendo a la creación de un sentido de pertenencia. Posteriormente, la acción del Estado coreano interviene mediante diversas políticas dirigidas a sus residentes en el exterior. Finalmente, adquiere relevancia la difusión global de la cultura coreana, expresada en fenómenos como la ola coreana (*Hallyu*), que, junto con el cine y otras manifestaciones culturales, amplía y refuerza las conexiones simbólicas y culturales de la comunidad (Bialogorski, 2015; Mera, 2017).

El concepto de territorio, que reúne las nociones de espacio de vida, de espacio social y de espacio vivido (Arfuch, 2005; Massey, 2005; Mera, 2011), permite indagar cómo estos procesos se materializan y simbolizan. El territorio está conformado por símbolos que contribuyen a fundar y a reafirmar los sentimientos de pertenencia en el orden de la materialidad concreta del terreno (Sassen, 1999; Tarrius, 2000). Las decisiones migratorias, suponen una ruptura parcial o total con respecto a ese sentido de pertenencia inmediato, introduce sentimientos de desarraigo, pero al mismo tiempo genera nuevas negociaciones y relaciones según las dinámicas de la transformación social. En un primer momento, el barrio étnico funcionó como un espacio de resguardo y protección orientado a la conservación de pautas culturales. Con el paso del tiempo y la consolidación de la comunidad coreana en el país, este espacio se transforma en una plataforma desde la cual se negocian identidades y representaciones. En este proceso, el sentido de identidad se afirma y habilita nuevas formas de negociación. Las identidades reconfiguradas en nuevos territorios permiten dar cuenta del conjunto de prácticas significantes de los migrantes. Así, desde nuestra perspectiva, la noción de territorio (material y simbólico) se articula con la de grupo étnico e identidad en una relación triádica que tensiona la construcción discursiva sobre la propia comunidad.

En las sociedades contemporáneas las culturas se configuran como pluralidades de mundos simbólicos interrelacionados, signadas por la selección e interpretación del pasado, en diálogo constante

con el presente. Esta complejidad explica la multiplicidad de lecturas históricas vigentes, pero, fundamentalmente, permite comprender el encuentro con las tendencias actuales, como los productos culturales de la ola coreana, y la producción de nuevos trazos identitarios, en función de pertenencias generacionales, de clase social o de género.

Finalmente, la relación con Corea, en tanto elemento material y simbólico en el juego de representaciones es un tema fundamental para dar cuenta de los tres momentos que vamos a proponer en el presente artículo.

ESQUEMATIZACIÓN DIACRÓNICA

A sesenta años de la presencia coreana en Argentina, elaboro una tipología que divide este período en tres bloques temporales, de 20 años cada uno. Como sea anunció en la introducción, el primer bloque abarca de 1965 a 1985; el segundo, de 1985 a 2005; y el tercero, de 2005 a 2025. Para el trabajo de los mismos seleccioné distintas variables: 1) la instalación; 2) la institucionalización de la comunidad; 3) las actividades económicas; 4) los vínculos con Corea y las relaciones entre ambos países; y 5) el devenir de las identidades y el universo de representaciones.

1) PRIMER MOMENTO, 1965-1985

Período delimitado por la llegada oficial del primer contingente de personas provenientes de Corea, y la firma del Acuerdo de 1984 (Lee, 1990; Lee, 2000).

En octubre de 1965 llega desde Pusan el Boissevain, primer barco de inmigrantes coreanos cuyo destino final era Argentina. Fueron recibidos por el Embajador de la República de Corea del Sur, el Cónsul, algunos de los refugiados llegados entre 1956 y 1957[1], y re-emigrantes llegados por tierra desde Paraguay y Bolivia entre 1962 y 1965. A partir de entonces llegaron al país los primeros contingentes de colonos que se asentarán en Campo Lamarque, (Choel-Choel, Provincia de Rio Negro, Argentina) con el objetivo de dedicarse a la agricultura, la apicultura y los frutales. En diciembre de 1965, llega el segundo Barco, el Ruys, con familias compuestas de hasta tres ge-

1 Los primeros coreanos que llegaron al cono Sur lo hicieron en 1956 y 1957, eran soldados norcoreanos prisioneros de la Guerra de las Dos Coreas. Las fuerzas aliadas daban a los contingentes de soldados que habían quedado en manos de las tropas de la ONU la opción de volver a sus países de origen o emigrar hacia algún país neutral. Los que optaron por irse de Corea debieron esperar dos años en un campo de la ONU en India hasta que obtuvieron permisos para ir a otro país. Entre estos grupos hubo 57 coreanos que eligieron como destino Argentina y Brasil (Lee, 1990; Mera, 1998).

neraciones, incluyendo una abuela de 80 años, padres e hijos. El grupo del Ruys, liderado por el Sr. Park Min-Hong, venía a establecerse en las hectáreas de tierra que habían sido adquiridas por la Corporación Coreana de Desarrollo de Ultramar (KODCO) para asentar las colonias agrícolas (Martin Saravia, 1988). Sin embargo, al enterarse de las condiciones de infraestructura deficitarias de Campo Lamarque decidieron quedarse en Capital Se establecieron en la Villa de Retiro que auguraba mejor futuro que los relatos que llegaban desde el sur. El bajo costo de la vida en la villa fomentó la expansión de los nuevos migrantes hacia otras villas y barrios precarios, como General Villegas, Pte. Mitre y Ciudadela. No necesitaban garantías, ni depósitos, ni documentación. Allí pudieron desenvolverse informalmente y fue ahí donde recibieron los primeros trabajos textiles que les dieron los comerciantes judíos del barrio de Once (Mera, 1998, 2012; Bialogorski, 2005).

Según los datos de Lee Kyo Bom, a fines de 1965 había 30 familias en Capital y sus alrededores, y se dedicaban a comercios como verdulerías, almacenes, quioscos o casa de zapatos (Lee, 1990).

En 1966 se funda, en el centro de la ciudad, la iglesia Unión Coreana en Argentina, primera iglesia evangélica coreana del país. Ese mismo año, el Sr. Kim Kwan Ok crea la Asociación de Coreanos en Argentina. En 1967 se abre el primer taller textil de propietarios coreanos en *Baek-ku*. En 1969 se funda la Iglesia Chae-Il.

Entre 1970 y 1978, llegaron unas 500 familias para establecerse en las tierras de KODCO en Luján, Provincia de Buenos Aires. Allí se instalará una granja para la cría de gallinas y cerdos y cultivo de legumbres. En 1977, KOCDO establece al noroeste de la Provincia de Santiago del Estero, la Colonia Campo Isca Yacu, donde se establecerán otras 16 familias (Martin Saravia, R., 1988).

En 1978 llegan nuevas familias que se dirigen al interior del país. Algunas se establecieron en una chacra en Ushuaia. Otro grupo se encaminará hacia Santiago del Estero, Llamatuca, con el fin de establecer un campo agrícola.

En 1981 llega al país el último grupo de colonos. 25 familias que se instalarán en la Provincia de Santa Fe, en Campo San Javier. Las más de 3.000 hectáreas fueron adquiridas por el Ministerio de Salud y Asuntos Sociales de Corea para establecer una colonia agrícola. Contaba con una planta lavadora de arroz y algunas hectáreas que se destinaban a la ganadería (Martin Saravia, R., 1988). Esta Colonia sufrirá la misma suerte que las anteriores. Por motivos de carencia de la infraestructura básica (salud y educación) y bajo rendimiento económico se trasladaron a las ciudades más cercanas de las provincias y más tarde a Capital

Según el estudio de Lee Kyo Bom, entre 1975 y 1977 se contabilizaban 280 familias en *Baek-Ku*; 180 familias en Ciudadela; 80 familias en Villegas; entre 20 y 30 familias en Barrio Mitre; y 10 en Barrio Derqui. Entre Lugano y Lanús había otras 100 familias, y en otras villas había desparramadas unas 50 familias más. En los barrios medios más céntricos se contaron aproximadamente 100 (Lee, 1990). La comunidad coreana estimaba unas 4.000 personas. Sin embargo, durante la década de 1970 muchos re-emigraron. Según el mismo Lee Kyo Bom (1990), entre 1968 y 1978, un 20% de la población coreana que había llegado al país, se traslada nuevamente hacia otro país, en general Estados Unidos y Canadá.

En esta década crecen los barrios de Villegas y de Ciudadela a causa del desplazamiento de la población instalada en ciertas villas que estaban siendo erradicadas por las políticas del gobierno militar. Villegas recibió a los coreanos establecidos en el barrio de Soldati. En 1974, Ciudadela, también recibe población de la villa de Retiro que estaba siendo erradicada. Además, la preferencia de Ciudadela estaba dada por su cercanía a *Baek-ku*.

En cuanto a las zonas residenciales, hay un desplazamiento hacia barrios más céntricos como Boedo, Caballito y San Cristóbal.

Constatamos un crecimiento sorprendente de las instituciones religiosas. En 1970 se crea la Iglesia Católica Coreana de Argentina, con el Padre Ham Yong Sang, quien desde entonces dará las misas en coreano. En 1972 se crea la Iglesia evangélica Chung-An, y en 1973 la Iglesia Sin-Sung.

En 1973 se abren los primeros comercios de ropa de propietarios coreanos en el Barrio de Once, y Ciudadela se convierte en zona de talleres textiles donde empiezan a realizarse las prendas.

En 1976 se pone en circulación el primer semanario en coreano: *Kiopo TongShin*, de 76 páginas, en blanco y negro. Incluía noticias e información sobre Corea y Argentina. En 1977 el Gobierno de la República de Corea, a través de la Embajada, autoriza la creación de una escuela coreana. Las clases empezarán a dictarse en una Iglesia evangélica de Ciudadela. En 1982 se abre el primer negocio de indumentaria en la Avenida Avellaneda del barrio de Flores.

Según Lee Kyo Bom (1990), en 1983, había en nuestro país unas 5.000 personas coreanas. Y sin duda algunos barrios de la ciudad ya comenzaban a concentrar a toda la población y articular un entramado social de gran intensidad.

2) SEGUNDO MOMENTO, 1985-2005

Delimitado por quienes llegan a partir del acuerdo de 1984 y los años inmediatos a la crisis del 2001 en Argentina.

En abril de 1985 se firma el Acta de Procedimiento para el ingreso de inmigrantes coreanos a la Argentina. El acuerdo establecía que el lugar de asentamiento sería cualquier parte del territorio Nacional con excepción de la Capital Federal y el Gran Buenos Aires; y que debían hacer un depósito bancario de 30.000 dólares en el Banco de la Nación Argentina en Nueva York, para comprobar la solvencia económica del grupo familiar. El monto, que permanecía en un plazo fijo, era devuelto a los 60 días en Buenos Aires.

Entre los años 1985 y 1989 se otorgaron más de 11.000 permisos a grupos familiares. Si bien no todos hicieron uso de esa opción (Martin Saravia, 1988), las instituciones comunitarias estimaron que en 1989 ya residirían en el país, unas 30.000 personas.

Quienes llegaron a partir de 1985 disponían de capital de inversión y se establecieron en el barrio de Once, y en Flores. Muy pocos en ciudades del interior del país. Aumenta el número de iglesias y asociaciones. Se constata un gran crecimiento económico en el área textil: fábricas, talleres, comercios al por mayor y menor. En 1984 se crea la Asociación de Comerciantes Coreanos.

En este período proliferan las asociaciones de diferente índole como la de mujeres, la de jóvenes egresados en Universidades del país, se crea el Centro Médico Coreano (MIK). En 1986 se compra el terreno para edificar la Escuela Coreano-Argentina (ICA), y ese mismo año se crea el primer templo budista. En 1988 se abre el primer diario en coreano, *HanKook*, con información sobre Corea y Argentina, y una tirada de 2.000 ejemplares diarios. Ese mismo año se crea la Asociación de Profesionales Universitarios Coreanos (APUC).

Como podemos observar a partir de mediados de 1980, la comunidad experimenta un crecimiento cuantitativo y cualitativo, que tendrá su primer revés con la crisis económica de 1988/89. Muchos negocios quebraron, y muchas familias re-emigraron. Esto se superó unos años más tarde con la llegada de nuevos migrantes coreanos en calidad de inversores.

En la década de 1990, la colectividad coreana no experimentó un crecimiento cuantitativo significativo dado que la llegada de nuevos migrantes fue mínima. Sin embargo, los pocos migrantes que ingresaron contribuyeron con reagrupamientos familiares y la estructura comunitaria se afianzó resultando en un crecimiento de orden cualitativo. En 1992 se creó la Asociación de Empresarios Coreanos en la Argentina (ACEA). En 1994 se crea la Asociación de Escritores Coreanos en Argentina. En contacto con el grupo de escritores se vincula Centro de investigación sobre la Cultura Coreana en Argentina (CICCA), grupo de ancianos que representa la palabra autorizada de la comunidad.

En 1996 se creó la Asociación de Estudiantes Universitarios Coreanos en Argentina (AUCA), con redes en los países vecinos. Ese mismo año se registra la Escuela de Educación Primaria Coreana en el Ministerio de Educación de la República de Corea. Este dato nos habla de la importancia que empieza a tener para el gobierno coreano la pequeña comunidad de Argentina. Desde entonces, la Embajada de Corea en Argentina, tiene un agregado de educación. En 1998 se inscribe en el Ministerio de Educación de Argentina al Instituto Coreano Argentino (ICA) como escuela bilingüe.

Se consolidan las relaciones entre asociaciones de residentes coreanos de Paraguay, Argentina, Brasil y de otros países (Lee, 1990). Visitas de presidentes de las asociaciones, partidos de futbol, y el Encuentro HANA[2]. También las iglesias tienen un rol internacional desde el momento en que funcionaron como impulsoras de las cadenas migratorias. Podemos mencionar asimismo asociaciones de artistas y profesionales, con contactos con otros colegas en otras ciudades del mundo (Mera, 2010).

El barrio de *Baek-ku* concentró la mayor parte de todas las actividades sociales de la comunidad. Alcanzó su apogeo a fines de los años 90 y esto se vio reflejado en su florecimiento. Para entonces se estimaban unos 45.000 residentes coreanos viviendo en el país.

Sin embargo, con la llegada del milenio, el crecimiento institucional experimentó un fuerte estancamiento. Disminuyó la llegada de personas provenientes de Corea y aumentó la emigración hacia otros países, en general hacia los Estados Unidos de América, Canadá y México. Este fenómeno se explica por causas internas como la agudización de la recesión económica que perjudicó especialmente a las clases medias y a los pequeños comerciantes[3]; y causas externas como la

2 En América Latina, desde finales de la década de 1990, se llevó a cabo el Encuentro HANA, que reunió a estudiantes universitarios de Brasil, Argentina, Chile y Paraguay con el objetivo de conocerse e intercambiar experiencias sobre las realidades de sus respectivas comunidades. El encuentro se realizó en cuatro ocasiones, cada dos años, alternando la sede entre los distintos países. Su organización se volvió más compleja debido a las crisis económicas recurrentes que afectan a la región, hasta que dejaron de organizarse.

3 Centrándonos en la situación de Argentina, la economía comenzó a transitar una etapa recesiva hacia el tercer trimestre de 1998, acumulando al tercer trimestre de 2001 una caída del Producto Interno Bruto (PIB) *per cápita* del 16%, una reducción importante de la inversión total (cercana al 33%), un crecimiento sostenido de la desocupación que se estabilizó en valores superiores al 15% y una caída del consumo interno del orden del 10%. En este contexto se agudizaron los problemas en el mercado laboral –que ya habían caracterizado a la primera parte de los noventa–, excluyendo total o parcialmente del mismo a más de 4.5 millones de personas; lo cual, a su vez, derivó en la reducción de las remuneraciones reales, el incremento de

tendencia de los ciudadanos de Corea de migrar hacia otros destinos como China y Asia en general. La situación se volvió muy difícil para las familias de comerciantes y para los jóvenes que veían cada vez más difícil su inserción en el mercado laboral (Mera, 2005).

En este segundo momento adquieren relevancia los barrios de Once y Flores/Parque Chacabuco.

En Once se concentró gran parte de la actividad comercial textil de ventas al por mayor y menor y algunos restaurantes de estilo comedor de acceso para coreanos. Fueron los comerciantes de la comunidad judía quienes ofrecieron las primeras actividades y trabajos en la rama textil a los migrantes, posibilitando así la entrada de esta comunidad en el sistema económico del barrio y de la ciudad. Empezaron a verse los dueños coreanos en las cajas registradoras, y en la atención al público empleados no coreanos. Con el apogeo de la comunidad en la década del '90, se creó una Asociación Coreana de Comerciantes de Once que cumplió un rol importante poniendo a disposición de los comerciantes las leyes laborales y del comercio, y difundiendo las normas de convivencia urbana.

A mediados de la década del '90, debido a la crisis económica que empieza a golpear a los pequeños comerciantes, muchos negocios de propietarios coreanos de Once cierran, y otros se desplazan hacia la Avenida Avellaneda, que comienza a tener mayor relevancia para la comunidad.

En ese período fue consolidándose el Bajo Flores-Parque Chacabuco, conocido como el barrio coreano o *Baek-ku*[4]. La Avenida Carabobo, desde avenida Eva Perón hasta Castañares, sus calles y anchas veredas fueron testigo del auge de esta comunidad en Buenos Aires (1989-1995), y del escenario de una vida social activa e importante. En general, allí se instalaron las residencias. Durante ese período, en el barrio *Baek-ku* se concentraron los comercios y servicios de la comunidad como panaderías, video-clubes con los títulos en coreano, salones de belleza, peluquerías, dentistas, garajes, talleres mecánicos, supermercados, casas de arroz, restaurantes, pescaderías, agencias inmobiliarias, casas de computación, de regalos, el Golf Shop, la Confederación Argentina de Tae Kwon Do, estudios contables, farmacias, compañías de remises, agencia de viaje y turismo, etc. Todos comer-

---

la desigualdad de la distribución de los ingresos y el crecimiento de la pobreza, que para mayo del 2002 había alcanzado a más de 20 millones de personas (aumentando más de un tercio desde octubre de 2001) de las cuales 9.5 millones eran indigentes.

4 El nombre del barrio es anecdótico pues los coreanos que primero residían en las villas de Retiro debían utilizar la línea de colectivo 109 para llegar a la zona de Ciudadela y Bajo Flores donde comenzaron a relocalizar sus talleres y sus residencias.

cios y servicios para la comunidad coreana[5]; de hecho, los menús, carteles de publicidad y precios estaban en coreano[6] (Mera, 1998, 2005). No había por entonces ninguna pretensión de dar a conocer ni compartir su cultura, ni sus servicios[7]. En la mayoría de los casos, los vendedores no hablaban español, los productos, como pescado seco, algas de mar, nabos gigantes y otras verduras aún no conocidas en Argentina, no eran accesibles al cliente local, que por el tipo de embalaje resulta casi imposible identificar el contenido (Mera, 1998). No había carteles, menús ni traducciones al español.

La década del 90 también reflejó un crecimiento sorprendente en el sistema educativo. Dieron cuenta de esto la sorprendente presencia de estudiantes coreanos en los mejores colegios y universidades de Buenos Aires, así como también en la diversidad de graduados y profesionales de origen coreano en diferentes ámbitos públicos y privados.

El impacto de la crisis del 2001, golpeó a la comunidad, y muchos negocios de servicios y asociaciones se desplazaron hacia la zona comercial de la Avenida Avellaneda. Sin embargo, dado que las principales iglesias, la escuela (ICA) y otros servicios persisten en *Baek-ku*, el barrio mantuvo, su funcionalidad.

3) TERCER MOMENTO 2005-2025

Período delimitado por la estabilidad post crisis 2001 hasta la actualidad. En el año 1999, con la recesión económica la comunidad coreana se redujo drásticamente. Aquel año se estimaba 31.000 residentes coreanos en Argentina. Pero en sólo dos años se redujo a 25.000, y en el 2003 llegaría a 15.000 personas. A partir del 2005, cuando la situación económica social y política del país se estabilizó, vuelven muchas familias y el número alcanza las 20.000 personas. La mayor parte de la población en desplazamiento se dirigió hacia otros países de América Latina como México, Guatemala y Brasil. Una minoría de jóvenes profesionales se instalará en los Estados Unidos, España o Corea.

5 El tipo de cambio 1 a 1 mantenido durante la década de 1990 facilitó la importación de productos de Corea.

6 En los primeros tiempos, la concentración de comercios con señalética en coreano provocó descontento entre la población del barrio que manifestó su disconformidad.

7 Hasta aproximadamente el año 1995 la mayoría de los carteles estaban escritos en coreano, pero por reclamos de los vecinos esta situación se ha modificado hacia una convivencia de ambas lenguas.

La reemigración afectó la organización y la vida del barrio; al mismo tiempo se dio un afianzamiento de redes y del intercambio con Corea.

Por su parte, la presencia cada vez mayor de Corea a través del cine, la música y otras manifestaciones culturales, comenzaron a cambiar la imagen y representación del país, abriendo una nueva etapa para los migrantes y sus descendientes. Se observaron cambios en la presencia de coreanos en diferentes ámbitos de la Ciudad como en el Festival Internacional de Cine Independiente, BAFICI, se ven locutoras en medios como radios y televisión, los actores coreanos se ven más frecuentemente, se abren algunos restaurantes en el centro de la ciudad, hay mayor presencia de stands coreanos en las ferias de la Ciudad, etc. En una primera etapa, este aumento de presencias y visibilidades, encontraba justificaban en las tendencias culturales y de consumo típicas de la globalización (Sassen, 1999; Bauman,1999). Más tarde, esa tendencia al encuentro intercultural del mundo global, se potenció con el movimiento conocido como *Hallyu* coreano, produciendo una interesante dinámica de visibilización de las presencias migrantes, junto a las prácticas de consumo de una ciudad global.

Se consolida la Av. Avellaneda como *hub* comercial, y surgen nuevos circuitos gastronómicos como los ubicados en el Pasaje Ruperto Godoy, en Palermo, en Boedo y en Retiro/Recoleta. Este último es interesante porque, en un radio de 200 metros, une al Centro Cultural Coreano de Buenos Aires (dependiente del Gobierno de Corea del Sur), y varios emprendimientos como restaurantes, cafés y supermercados. Todos diseñados con estéticas referenciadas en las tendencias de Corea contemporánea, lo cual empieza a atraer mayor público no coreano.

La Avenida Avellaneda, por su parte, nutrida de los comerciantes provenientes de Once, y desde el 2001 de aquellos que se desplazaron desde *Baek-ku*, fortaleció no sólo la función comercial, sino también la gastronómica y otros servicios vinculados a las actividades cotidianas y asociativas. Este desplazamiento también fue seguido por algunos jóvenes comerciantes y profesionales quienes desplazaron sus comercios, estudios y consultorios hacia la zona en auge. Las residencias se afincaron en barrios cercanos como Caballito, Almagro y Floresta.

Como podemos observar, el Bajo Flores fue perdiendo centralidad y la Avenida Avellaneda ganando cada vez más importancia, para convertirse en el nuevo centro de referencia comunitaria. Los precios de los locales subieron esplendorosamente, se construyeron nuevas formas de comercio como galerías, con vidrieras más cuidadas y diseños más sofisticados y construcciones en propiedad horizontal, diferente.

Baek-ku sigue concentrando la vida asociativa, y las Iglesias. Sin embargo, el deterioro del espacio urbano, los temas de inseguridad, y el aumento de la pobreza en barrios aledaños, hace que pierda vida y movimiento. Entre otras consecuencias, el barrio se limita a actividades comerciales durante el día y restringe las actividades vespertinas y nocturnas.

Este proceso se da en un mundo caracterizado por la transnacionalización de las vidas de las personas y de los consumos a causa de las nuevas tecnologías de la comunicación y el transporte, dispositivos que modificaron los procesos productivos, educativos, culturales, recreativos y sociales en general. Las movilidades humanas se vieron interpeladas por el acceso a otros idiomas, el incremento del turismo y nuevos consumos, el conocimiento de otras formas de vida, las nuevas sociabilidades promovidas por la *web*, la creciente internacionalización de los mercados laborales, entre otros. Aparecen estilos de vida diferenciados, donde los consumos asociados a nuevas tendencias globales adquieren más valor. Y en ese contexto, también lo coreano. Además, la pandemia y la preeminencia de las redes, llevó a mayor vinculación con coreanos de otros países, y un mayor protagonismo de los jóvenes de la segunda generación de nacidos en Argentina, más conocedores de las técnicas y redes, esto generó mayor visibilidad y presencia en la Ciudad.

Así, en los años posteriores a la pandemia de COVID-19, las plataformas digitales y el auge de la ola coreana (*Hallyu*) contribuyeron a la expansión de los restaurantes coreanos más allá de las concentraciones tradicionales de *Baek-ku* y de la Avenida Avellaneda. El fenómeno *Hallyu* promovió el *k-pop*, los *k-dramas*, el cine coreano, la *k-beauty* y el *k-food*, que hizo conocidos platos como el *kimchi*, el *bibimbap*, el *bulgogi* y el *teokbokki*. El *k-pop*, en particular, introdujo a los jóvenes argentinos en la cultura coreana. Ya, en 2011 se creó un sitio *web* oficial, Kpop-Argentina, para difundir el *Hallyu* y «unir fuerzas para acercarnos a nuestros artistas favoritos». Aparecieron los fans del *k-pop* en los espacios de encuentro intercultural como Ferias y días de Corea, pero también en teatros, salas de concierto, en las redes y medios. Se abre así, una nueva etapa en la relación entre migrantes coreanos y su descendencia y el resto de la población.

BREVES TRAZOS DE 60 AÑOS DE INSTALACIÓN

La comunidad se articuló, desde el inicio, en redes sociales globales, incluyendo familias o sistemas de migración en cadena, flujos económicos, movimientos políticos y procesos culturales dinámicos. Se caracterizó por movimientos de circulaciones múltiples con destinos que pusieron de relevancia el vínculo con Corea y con otras comunidades coreanas en la región latinoamericana, USA y Canadá. También la referencia a la lengua, la comida, cierta narrativa histórica, y una

fuerte organización institucional fue fundamental para estos 60 años (Mera, 1998, 2010).

Las generaciones de adultos y ancianos aprendieron a manejar el español básico para comunicarse ya que siguieron hablando en coreano en las iglesias, en las asociaciones y espacios comunitarios, porque como dice un viejo dicho: "Koreans often say: if three Chinese get together, they will open a restaurant, if three Japanese, they will establish a company. If three Koreans, they will start a church" [Los coreanos suelen decir: si tres chinos se juntan, abrirán un restaurante; si son tres japoneses, fundarán una empresa; pero si son tres coreanos, fundarán una iglesia]. Por su parte, entre los jóvenes ya socializados en el sistema educativo local, se consolidaron perfiles bilingües y biculturales (Mera, Palacios de Cosiansi y González, 2005).

Respecto a la actividad económica, durante estas seis décadas se concentraron mayoritariamente en la actividad textil, en la pequeña y mediana industria, y en el comercio mayorista y minorista. Además, los jóvenes, especialmente los universitarios y artistas, comenzaron a diversificar algunas disciplinas y actividades (Mera, 1998, 2012).

El mundo de las representaciones se fue manteniendo y transformando, especialmente a partir del vínculo con Corea. Durante el primer período, la comunidad coreana en Argentina prácticamente no mantuvo lazos con el gobierno de Corea ni con la Embajada, salvo con el Consulado para trámites administrativos y legales. Muchas familias no regresaron a la península durante ese período, lo que dio lugar a una construcción simbólica muy particular, una narrativa transmitida a los niños y jóvenes a través de las redes familiares e institucionales de la comunidad. Más adelante, los siguientes dos períodos (1985-2005 y 2005-2025), la mayor presencia de Corea mediante agencias específicas, la mejora de la imagen del país y el deterioro de Argentina generaron nuevos tipos de representaciones. Finalmente, las políticas del gobierno de Corea y la ola coreana introdujeron nuevos aspectos que transformarían radicalmente estas relaciones.

A fin de analizar los sesenta años de presencia coreana en la Argentina, se abordarán los tres períodos, teniendo en cuenta fundamentalmente: 1) la instalación; 2) la institucionalización de la comunidad; 3) las actividades económicas y educativas; 4) las representaciones y adhesiones identitarias; 5) la sociabilidad y el devenir de las identidades; y 6) los vínculos con Corea y las relaciones bilaterales entre ambos países.

1) INSTALACIÓN. EL BARRIO. LA CIUDAD

La Ciudad de Buenos Aires (constituyó un escenario privilegiado de los vaivenes experimentados por los residentes coreanos en la Argentina.

Los barrios fueron el resultado de un prolongado proceso de instalación: atravesaron momentos de esplendor y también etapas de fuerte decadencia. Sin embargo, en los tres períodos analizados, estos espacios urbanos articularon las redes de sociabilidad comunitaria (Mera, 2008).

En los inicios, los barrios funcionaron como lugares de resguardo, contención e intercambio de información; posteriormente, se transformaron en ámbitos donde se afianzó la identidad colectiva frente a una sociedad atravesada por discursos negativos y actitudes discriminatorias. El barrio resultó central en la construcción identitaria, en tanto espacio de la vida social y plataforma desde la cual se establecieron vínculos con otros actores sociales. Fue construido y vivido como propio: un ámbito de pertenencia –de seguridad, de presencias y de signos emotivos– desde el cual los migrantes se constituyeron en actores políticos con capacidad de disputar derechos y representaciones sociales (Sassone y Mera, 2007).

Estas funciones fueron asumidas, en un primer momento, por *Baek-ku*, y posteriormente por *Baek-ku* y Avellaneda. En las últimas décadas, en diálogo con la revalorización de la cultura coreana a través del *Hallyu*, se observan nuevas iniciativas tanto en *Baek-ku* como en Avellaneda. Se trata de propuestas culturales que buscan trascender el diálogo intracomunitario y captar interlocutores no coreanos. Estas iniciativas incorporan nuevas líneas estéticas: murales en las paredes del barrio, renovadas propuestas visuales en los comercios, uso del español en cartelería y menús, y una mayor disposición a la apertura y a nuevas formas de recepción.

Este proceso se vio acompañado por intervenciones urbanas, como los murales en los paredones de *Baek-ku* y del Pasaje Ruperto Godoy, la parquización del boulevard Carabobo y la mejora de la iluminación urbana. Asimismo, adquirió relevancia la apertura de restaurantes que integran la experiencia migratoria, como *Una Canción Coreana* y *Mr. Ho*, así como las nuevas propuestas gastronómicas asociadas al *Hallyu* en distintas áreas de la ciudad.

2) INSTITUCIONALIZACIÓN DE LA COMUNIDAD

Durante el primer período, junto a la Asociación Coreana en Argentina y a las iglesias, predominaban asociaciones organizadas a partir de atributos identitarios vinculados a Corea, como el origen provincial o la universidad o escuela de graduación. En el segundo y tercer período, en cambio, adquirieron mayor relevancia aquellas instituciones relacionadas con la vida en la Argentina y con nuevas formas de vinculación con Corea.

En estas décadas surgieron instituciones como la Asociación de Profesionales Universitarios Coreanos (APUC), la Asociación de Uni-

versitarios Coreanos en Argentina (AUCA), Medicina Integral Coreana (MIK), el Instituto Coreano Argentino (ICA), el Centro de Información de la Cultura Coreana en Argentina, así como asociaciones de escritores y de pintores. Asimismo, crecieron espacios que permitieron el desarrollo de una intensa vida asociativa, tales como restaurantes, bares y canto-bares; iglesias (católica, cristianas y templo budista); medios de comunicación (semanarios, diarios y programas de radio); y asociaciones culturales como el Club de Calígrafos, el Grupo de Estudio de la Cultura de los Inmigrantes Coreanos y el Grupo de Bellas Artes

En las primeras décadas, la inserción en las distintas esferas de la vida social se produjo mediante un proceso de integración exitosa en el ámbito económico y educativo. La relativa independencia económica y la autonomía cultural respecto de la sociedad receptora permitieron mantener numerosos valores de la sociedad de origen. Esta situación fue modificándose con el tiempo. En el segundo período se consolidó la estructura y organización social de la comunidad, pero también se evidenció un mayor aislamiento respecto de la sociedad local. En el tercer período parece observarse una síntesis entre la experiencia acumulada en la Argentina y las nuevas formas de presencia de Corea a nivel global.

Si en las primeras décadas la aceptación de las formas de transmisión de la cultura de origen promovidas por las élites comunitarias marcaba el grado de pertenencia al grupo, en el segundo período se produjo un proceso de negociación. Los jóvenes reclamaron una mayor permeabilidad frente a "lo argentino", poniendo en juego experiencias vinculadas a la diferencia física y a la discriminación. En el tercer período, la transformación de la imagen de Corea favoreció una rearticulación intergeneracional, en torno al consumo y la adopción de valores y atributos modernos asociados a la Corea global.

3) ACTIVIDADES ECONÓMICAS Y EDUCATIVAS

Desde el inicio, la actividad económica se concentró mayoritariamente en el sector textil, en la pequeña y mediana industria, y en el comercio mayorista y minorista (Mera, 1998, 2012).

Una parte significativa de los primeros migrantes poseía títulos universitarios. No obstante, las dificultades lingüísticas y la imposibilidad de revalidar dichos títulos limitaron el ejercicio profesional, lo que los condujo al trabajo manual y comercial. En el segundo período se consolidó el rubro textil como principal fuente de ingresos familiares, al tiempo que aumentó el número de graduados universitarios, algunos de los cuales comenzaron a desempeñarse como profesionales al servicio de la propia comunidad, y en menor medida, en otros ámbitos.

Muchos jóvenes con formación universitaria reemigraron hacia otros países, mientras que la mayoría de quienes permanecieron en la Argentina continuaron vinculados al comercio y los negocios, debido a su mayor rentabilidad en comparación con el ejercicio de profesiones liberales independientes. Por su parte, los jóvenes nacidos después de 2001 muestran un menor interés por los estudios universitarios, que ya no funcionan como un indicador central de prestigio social. En este contexto, los padres ejercen menor presión para la continuidad educativa y, en los casos en que lo hacen, suelen enviar a sus hijos a estudiar a Corea o a los Estados Unidos

Podemos afirmar que, sobre todo, el tercer período se caracteriza, así, por una marcada heterogeneidad en las situaciones laborales y en los niveles de ingresos dentro de la comunidad. Mientras algunos grupos acceden a recursos que les permiten abrir negocios para sus hijos en otros países como México, o financiar estudios en el exterior, como en Estados Unidos y Canadá, otros se encuentran en posiciones más precarias y vulnerables

4) REPRESENTACIONES Y ADHESIONES IDENTITARIAS

Los discursos dominantes, transmitidos principalmente a través de las familias y las iglesias, promovieron en distintos momentos narrativas hegemónicas que orientaron las conductas y expectativas de los miembros de la comunidad, tales como la tendencia a la reemigración, la centralidad de los estudios, la continuidad del negocio familiar o el tipo de vínculos con personas externas a la comunidad (Mera, 2000).

En el primer período, el discurso hegemónico incentivó tanto la relación con la sociedad argentina como la formación universitaria. Los matrimonios mixtos entre jóvenes de la generación 1.5[8] fueron numerosos, al igual que la finalización de estudios universitarios y el ejercicio profesional, dando lugar a los primeros graduados coreanos con iniciativas relevantes para la comunidad.

Entre 1985 y 2005, los mandatos vinculados a la pertenencia étnica se tornaron más endogámicos. Se establecieron pautas más estrictas respecto de los matrimonios, el uso de la lengua coreana y otras prácticas familiares y sociales. Padres e iglesias transmitieron

8 Especialistas de la Migración coreana han definido la generación 1.5 como aquellas personas biculturales y bilingües que emigraron de Corea durante los años de vida formativos. Como sostiene Mary Yu Danico en su estudio sobre Hawai: "Demográficamente la noción de generación 1.5 es imposible, una persona nacida en Corea es técnicamente primera generación y una nacida en Estados Unidos es considerada segunda generación. Sin embargo, el término generación 1.5 es significativo cuando es usado en referencia a ciertas características socioculturales y experiencias de los inmigrantes pre-adultos" (Yu Danico, 2004, 1).

mensajes orientados a la continuidad de la memoria colectiva, que influyeron en la posición subjetiva de los jóvenes. Tal como muestran los resultados de la encuesta realizada en HANA 2000[9], estos compartían mayoritariamente las opiniones de los adultos, privilegiando el matrimonio endogámico por afinidad cultural, compatibilidad de costumbres y respeto a la tradición y a la voluntad parental. Entre los jóvenes se volvió primera preferencia la de casarse con personas la comunidad.

En las últimas dos décadas se observa un proceso de renegociación de los discursos y representaciones sobre el ser coreano. Si bien persisten mandatos endogámicos, estos requieren menor insistencia, dado el acercamiento espontáneo de los jóvenes a Corea y la valoración positiva de su imagen en la sociedad argentina. Al mismo tiempo, se debilitó el mandato del estudio universitario y del ejercicio profesional, lo que amplió la legitimidad de trayectorias vinculadas al comercio y a nuevos emprendimientos, especialmente en el ámbito gastronómico asociado al *Hallyu*.

En síntesis, mientras que en los inicios predominó una identidad idealizada de Corea, basada en valores tradicionales y en la centralidad de la educación, el segundo período reforzó la endogamia y la preservación de la "coreaneidad", en tensión con la experiencia bicultural juvenil. En el segundo momento, 1985-2005, los mandatos se van orientando más hacia la endogamia y mantener la "coreaneidad", y esto entra en tensión con la experiencia bicultural de los jóvenes, entre el mantener los valores tradicionales/ conservadores –que actúan como cohesionadores del núcleo de sociabilidad para los adultos y ancianos– y las innovaciones producto de la socialización en ambas culturas. En el tercer período (2005-2025), el mandato "coreanizador" se flexibiliza, en gran medida debido a las políticas culturales de Corea y a la expansión del *Hallyu*, que permiten encuentros intergeneracionales e interculturales, no exentos de contradicciones (Mera, 2023; Guerra, 2023). Las nuevas generaciones de jóvenes se encuentran en las propuestas globalizadoras que llegan desde Corea a través del *Hallyu* y las políticas de gobierno, y allí ocurren también muchos encuentros, con población no coreana, pero también con los adultos y ancianos de la comunidad.

9 Gustavino, Mera y Piovani (2000). Encuesta realizada en el Encuentro HANA 2000, a estudiantes universitarios de Argentina, Paraguay y Brasil Se trata de jóvenes que tienen un mayor compromiso étnico dado que un 92% de ellos concurría a iglesias coreanas.

5) SOCIABILIDAD Y EL DEVENIR DE LAS IDENTIDADES

Los jóvenes de las generaciones 1.5 y segunda crecen en una doble condición cultural. En el ámbito familiar y comunitario incorporan valores transmitidos por los adultos, mientras que en el sistema educativo y en los espacios cotidianos internalizan aquellos propios de la sociedad receptora. Durante los dos primeros períodos, esta doble integración se desarrolló en un contexto de diálogo conflictivo con sectores de la sociedad argentina (Mera, 2004) [10].

El ser portadores de la doble condición cultural los puso en una situación de tensión permanente entre ambas culturas e identidades. Los escolarizados en el primer y el segundo momento –que nunca visitaron Corea–, describían ciertas vivencias problemáticas a partir de la obligación de estudiar en la escuela coreana los sábados, la obligación de ir a la iglesia coreana, o la obligación de hablar coreano en la casa o frente a los padres y adultos. Incluso algunos adolescentes de aquellos años llegaban a decir ¿"por qué tenemos que aprender nosotros coreano en lugar de ellos español si estamos en Argentina?", y en general había actitudes más rebeldes de las que percibimos en la actualidad (Mera, 1998).

En el tercer período, la imagen de Corea como país desarrollado, sumada a la expansión del *Hallyu*, produjo un cambio significativo en la relación entre residentes coreanos y población local. Se revalorizaron la alimentación, la lengua, la cultura y el estilo de vida coreanos. Actualmente conviven dos representaciones: una más institucionalizada y formal, propia de los adultos y ancianos, y otra asociada a lo dinámico y culturalmente atractivo de la ola coreana, vinculada a los jóvenes.

En este contexto, la transmisión de la identidad étnica ya no requiere mecanismos coercitivos. Aquellas pautas culturales que anteriormente se asociaban a experiencias de discriminación y desvalorización son hoy resignificadas positivamente, dando lugar a nuevas formas de diálogo intercultural (Cohen y Mera, 2002; Mera, 2004).

10 A los coreanos se le adjudicaban atributos negativos (basados en imágenes negativas sobre estereotipos de explotadores, aprovechadores, invasores, etc.) (Mera, 2004; Sassone y Mera 2007). La historia ideológica de nuestro país explica la supremacía de la cultura europea por sobre las restantes. Así, en nuestro país sobrevive un sentimiento etnocéntrico que considera todo lo proveniente de Europa positivamente. En cambio, lo local, lo latinoamericano, es estereotipado negativamente y desacreditado. En la población local hay una visión jerarquizada de lo blanco y europeo, asociado a valores culturales estéticos, espirituales y morales positivos.

6) VÍNCULOS CON COREA Y LAS RELACIONES ENTRE AMBOS PAÍSES

La relación con Corea condicionó de manera significativa los distintos períodos analizados. En el primer momento predominó un vínculo idealizado e imaginario, en el que la Corea natal era evocada simbólicamente por los adultos, en convivencia con la valoración positiva de la Argentina. La escasa interacción empírica evitó tensiones entre ambos imaginarios. Esta situación se modificó con la migración derivada del acuerdo de 1984.

En el segundo período, el vínculo se complejiza: se intensifican los viajes entre Argentina y Corea, surgen los denominados "coreanitos" y se profundizan los procesos de negociación identitaria, en un contexto marcado por discursos discriminatorios en los medios hegemónicos argentinos (Mera, 2004, 2008). Los viajes a Seúl, ya sea para estudiar el idioma o visitar familiares, se convirtieron también en una búsqueda de aquella identidad idealizada, siguiendo la idea de que ya no serían diferentes.

No obstante, al llegar a Corea, muchos jóvenes experimentaron una nueva forma de alteridad. Si bien la diferencia física se diluía, la lengua y los códigos culturales emergían como obstáculos centrales. Lejos de "perderse en la multitud", se sentían nuevamente distintos, esta vez en la tierra de sus ancestros, lo que generó profundas frustraciones. Hay diferentes figuras, pero en la mayoría de los casos podemos observar que la sensación sigue siendo, al igual que en Argentina, la de ser distintos.

En el tercer período, la relación con Corea adquiere un carácter distinto. El país adopta políticas de mayor apertura cultural y revalorización de la diversidad, mientras que los jóvenes en Buenos Aires logran integrar de manera más armónica ambos modelos culturales. La valorización positiva del *Hallyu* contribuye a un orgullo identitario que permite vivir la coreaneidad y la argentinidad con menor conflicto, como parte de una pertenencia múltiple y transnacional. Sin duda tanto en Argentina como en Corea viven con menos exigencia, menos conflictos, y mayor posibilidad de encuentro de las dos culturas. Ahora son parte de un actor global, se saben de acá y de allá, pertenecientes a los dos lugares, lo cual les permite vivir de forma diferente su coreaneidad y argentinidad (Mera, 2017, 2023).

CONCLUSIÓN

El análisis de sesenta años de presencia coreana en la Argentina, estructurado en torno a seis ejes centrales, revela un proceso de transformación profunda y dinámica. Los residentes coreanos han conformado históricamente un colectivo heterogéneo, simbólicamente

reunido por una comunidad que les brindó un sentido de pertenencia, cumpliendo funciones distintas en cada uno de los tres períodos claves. Esta evolución está profundamente marcada por los distintos momentos migratorios: los pioneros (1965-1984), portadores de los valores conservadores de la Corea tradicional pero admiradores de la Argentina; los que llegaron entre 1985 y 2005, imbuidos de modelos modernos y urbanos que contrastaron con una Argentina en crisis cíclicas que iba perdiendo calidad de vida, brillo cultural y educativo; y los actuales (2005-2025), de perfil decididamente bicultural e integrados en la red global del prestigio coreano. Es un juego complejo entre las trayectorias en Argentina, la representación sobre Corea y su gente, y las propuestas políticas y culturales que llegan desde la península.

Desde la instalación inicial en los barrios de Buenos Aires –espacios fundacionales de resguardo, identidad y sociabilidad– hasta la compleja institucionalización de la comunidad, se observa una trayectoria de adaptación y negociación. Los barrios, primero como refugio y luego como plataforma de proyección cultural, han evolucionado hacia una apertura que dialoga con la sociedad argentina a través de expresiones como el *Hallyu* y renovadas intervenciones urbanas. La vida institucional y económica refleja un tránsito desde estructuras centradas en el origen hacia formas de organización vinculadas a la inserción local y a nuevas relaciones con Corea, mostrando hoy una gran heterogeneidad socioeconómica.

Las representaciones identitarias han transitado desde un idealismo tradicional y un mandato educativo fuerte, pasando por una fase de endogamia y preservación cultural en respuesta a la discriminación, hasta llegar a una etapa actual de flexibilización. Este cambio es particularmente visible en el devenir de las identidades juveniles: de una doble condición cultural vivida con tensión, se ha pasado a una resignificación positiva de la herencia coreana, facilitada por el *Hallyu*. Los jóvenes biculturales, principalmente de la generación 1.5 y segunda, se perciben como un producto singular de vivir entre dos mundos, forjando una nueva comunidad étnica, distinta tanto para coreanos como para no coreanos.

Este complejo juego entre las trayectorias en Argentina, las representaciones sobre Corea y las políticas culturales de la península, subraya que la verdadera riqueza de esta presencia migratoria no radica sólo en la diversidad de consumos culturales que aporta, sino, de manera más profunda, en cómo enriquece las concepciones sociales sobre la diversidad. Esta contribución es fundamental para fomentar posiciones ideológicas que puedan cimentar sociedades más democráticas, plurales y libres. En conjunto, la comunidad coreano-argen-

tina se erige como un actor bicultural y puente entre ambas naciones, cuya historia de seis décadas es un testimonio de resiliencia, adaptación y construcción de un espacio propio en la trama social argentina.

BIBLIOGRAFÍA

Arfuch, L. (2002). *El espacio de lo biográfico. Dilemas de la subjetividad contemporánea*. Fondo de Cultura Económica.

Arfuch, L. (2005). *Pensar este tiempo. Espacios, afectos, pertenencias*. Paidós.

Bauman, Z. (1999). *La globalización. Consecuencias humanas*. Fondo de Cultura Económica.

Bhabha, H. K. (1998). Culture's in between. En D. Bennet (Ed.), *Multicultural states: Rethinking difference and identity* (pp. 29-36). Routledge.

Bialogorski, M. (2005). La experiencia coreana en Argentina: ¿Hacia una construcción de la integración? *II Encuentro Latinoamericano de Estudios Coreanos*. http://ceaa.colmex.mx/estudioscoreanos/images/mera.pdf

Bialogorski, M. (2015). La ola coreana (*Hallyu*) en la arena argentina: vínculos e identidades en transformación. En I. Iadevito & L. Lanare (Comps.), *Estudios coreanos en el escenario Sur-Sur*. Imago Mundi.

Bruneau, M. (2004). *Diaspora et espaces transnationaux*. Anthropos.

Choi, K. J. (1991). *Além do arco-íris: A imigração coreana no Brasil* [Tesis de maestría]. Universidad de São Paulo.

Cohen, N., & Mera, C. (Comps.). (2005). *Relaciones interculturales: Experiencias y representación social de los migrantes*. Antropofagia.

Guerra, M. del V. (2023). K-popers argentinos. Un vínculo que hace bien. En J. Naessens & M. Younes (Comps.), *Corea y Argentina frente a los nuevos desafíos en el contexto global post pandemia: XIII Congreso Nacional de Estudios Coreanos*. Facultad de Filosofía y Letras, UNT. https://drive.google.com/file/d/1kVF7S-wUeXcffPCt3taV11riWnyEtB1j/view

Gustavino, H., Mera, C., & Piovani, J. I. (2000). Integración e identidad: Un estudio comparativo de la segunda generación de inmigrantes coreanos en los países del Mercosur. *Encuesta realizada en HANA*, 21–23 de julio, Sierra de la Ventana.

Hidalgo, C., & Tamagno, L. (1992). *Etnicidad e identidad*. CEAL.

Kim, K. C., Hurh, W. M., & Kim, S. (1993). Generation differences in Korean immigrants' life conditions in the United States. *Sociological Perspectives, 36*(3), 289–306.

Lee, K. B. (1990). *La historia de la migración coreana en Argentina*. Sonyoungsa.

Lee, K.-k. (2000). *Overseas Koreans*. Jimoondang Publishing Company.

Martin Saravia, R. (1988) *La emigración coreana en la Argentina*. En García Daris, (comp.) Corea, antigüedad y actualidad. Buenos Aires: EUDEBA.

Massey, D. (2005). La filosofía y la política de la especialidad: Algunas consideraciones. En L. Arfuch (Comp.), *Pensar este tiempo. Espacios, afectos, pertenencias*. Paidós.

Mera, C. (1998). *La inmigración coreana en Buenos Aires. Multiculturalismo en el espacio urbano*. EUDEBA.

Mera, C. (2000). Políticas de identidad. Lo mismo y lo otro. *Boletín de la Biblioteca*.

Mera, C. (2004). La comunidad coreana en Argentina. Diversidad cultural: Entre diálogos y conflictos. *ÍNDICE. Revista de Ciencias Sociales, 22*.

Mera, C. (2005). Diáspora coreana en América Latina. *II Encuentro Latinoamericano de Estudios Coreanos*. Colegio de México – Korea Foundation. http://ceaa.colmex.mx/estudioscoreanos/images/mera.pdf

Mera, C. (2008). La comunidad coreana en Buenos Aires: Una experiencia de convivencia intercultural. *Sociedad, 27*.

Mera, C. (2010). El concepto de diáspora en los estudios migratorios: Reflexiones sobre el caso de las comunidades y movilidades coreanas en el mundo actual. *Revista de Historia, 12*, 1–18. https://revele.uncoma.edu.ar/index.php/historia/article/view/80

Mera, C. (2011). Movilidad territorial en la Ciudad de Buenos Aires: Sobre los patrones residenciales de las migraciones chinas y coreanas. En A. Guiance (Comp.), *Movilidad y migraciones* (pp. 201–212). CONICET-IMHICIHU.

Mera, C. (2012). Los migrantes coreanos en la industria textil de la Ciudad de Buenos Aires: Inserción económica e identidades en el

espacio urbano. *Revue Européenne des Migrations Internationales, 28*(2), 67-27.

Mera, C. (2017). Políticas culturales y desarrollo transnacional en Corea del Sur: Implicancias internas y externas. En J. L. León (Coord.), *Corea, ayer y hoy. Aportaciones latinoamericanas*. Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco.

Mera, C. (2023). Corea y coreanos/as en Buenos Aires 2023: Nuevas presencias y diálogos culturales. En J. Naessens & M. Younes (Comps.), *Corea y Argentina frente a los nuevos desafíos en el contexto global post pandemia: XIII Congreso Nacional de Estudios Coreanos*. Facultad de Filosofía y Letras, UNT. https://drive.google.com/file/d/1kVF7S-wUeXcffPCt3taV11riWnyEtB1j/view

Mera, C., Palacios de Cosiansi, L., & González, C. (2005). Modalidad de instalación de la comunidad coreana en la Ciudad de Buenos Aires. En C. Mera, L. Palacios de Cosiansi & C. González (Comps.), *Coreanos en Argentina: 40 años de historia* (pp. 59–84). Al Margen.

Park, K. Y. (1999). I am floating in the air: Creation of a Korean transnational space among Korean-Latino American remigrants. *Identities, 6*(3), 303–331. Duke University Press.

Sassen, S. (1999). *La ciudad global: Nueva York, Londres, Tokio*. EUDEBA.

Sassone, S. M., & Mera, C. (2007). Barrios de migrantes en Buenos Aires: Identidad, cultura y cohesión socioterritorial. En *Las relaciones triangulares entre Europa y las Américas en el siglo XXI: Expectativas y desafíos*. Ponencia presentada en el V Congreso Europeo CEISAL de Latinoamericanistas, Bruselas, 11–14 de abril.

Tarrius, A. (2000). Leer, describir, interpretar. Las circulaciones migratorias: Conveniencia de la noción de "territorio circulatorio". *Relaciones. Estudios de Historia y Sociedad, 21*(83), 37–66.

Yu Danico, M. (2004). *The 1.5 generation: Becoming Korean American in Hawai'i*. University of Hawai'i Press.

Hye Hyun Son

LA DIÁSPORA COREANA EN ARGENTINA COMO ACTOR EN LA DIPLOMACIA PÚBLICA: ENFOCADO EN LAS ACTIVIDADES SOLIDARIAS CONTRA EL COVID-19[1]

INTRODUCCIÓN

El propósito de este trabajo es enfatizar la importancia y utilidad de la diáspora coreana como actor diplomático a través de las actividades solidarias de los coreanos en Argentina durante la pandemia de COVID-19.

Hasta hace pocos años, el sujeto de la diplomacia era el gobierno, y las actividades diplomáticas se entendían como el dominio exclusivo de los diplomáticos de carrera. Sin embargo, a medida que la globalización se intensifica, se activan los intercambios entre los pueblos y se expande la conectividad con el desarrollo de la tecnología de la información y las comunicaciones; en consecuencia, el papel y la participación de los actores no estatales y los ciudadanos en la diplomacia se vuelve cada vez más importante. En particular, el uso creciente de las redes sociales permite que fotos y mensajes tomados por individuos se difundan instantáneamente por todo el mundo, y las acciones solidarias globales que trascienden los intereses y las fronteras naciona-

1 Este estudio es un complemento a la investigación de políticas 2020-27 "Diplomacia nacional de la diáspora centroamericana y sudamericana: enfoque en la diáspora coreana en las actividades solidarias de cuarentena por COVID-19 en Argentina", publicada por el Instituto de Asuntos Exteriores y Seguridad en la Academia Diplomática Nacional de Corea.

les impactan significativamente en las relaciones internacionales. Por ello, los gobiernos de todo el mundo buscan diversas formas de cooperación con las personas que ejercen funciones de diplomacia pública.

Joseph Nye (2004) define el poder blando como la capacidad de hacer que otros países deseen los resultados que se buscan sin recurrir a amenazas o recompensas en la política internacional, enfatizando la importancia de la atracción, es decir, el poder de conquistar aliados en las relaciones internacionales. Hoy en día, con la rápida revolución de la información y la globalización económica, la importancia relativa del *soft power* es cada vez mayor. Como resultado, muchos países desarrollan estrategias de diplomacia pública para implementar y fortalecer su uso. Una de estas estrategias es la diplomacia de la diáspora, que utiliza a los ciudadanos emigrados al extranjero como recursos para la diplomacia pública.

No obstante, la diplomacia pública de Corea carece de una estrategia específica sobre cómo utilizar la diáspora como sujeto de la diplomacia. El país tiene comunidades coreanas en en 180 países, pero a pesar de los cambios en el entorno diplomático, los coreanos en el extranjero continúan siendo considerados objetos de protección y apoyo más que actores de la diplomacia.

Durante la pandemia de COVID-19, el exitoso caso de prevención en Corea recibió gran atención internacional. Se evaluó que el excelente sistema de atención médica, la conciencia cívica madura, el desarrollo tecnológico avanzado, los esfuerzos gubernamentales democráticos y eficientes, y la cooperación entre el gobierno y la sociedad civil contribuyeron a mejorar la imagen de Corea. Como resultado, la cooperación en materia de salud se convirtió en un área clave de la diplomacia coreana. En particular, los países latinoamericanos, los más afectados por la pandemia, solicitaron llamadas telefónicas con los líderes coreanos, charlas de alto nivel, seminarios *web* y videoconferencias entre funcionarios. Esta situación ofreció una oportunidad para que el gobierno de Corea promoviera la cooperación antiepidémica en varias dimensiones, incluida la ayuda humanitaria y la exportación de *kits* de diagnóstico e insumos médicos a América Latina.

Durante este período, las relaciones entre Corea y América Latina fueron dinámicas no solo a nivel gubernamental sino también en el sector privado. Varias empresas coreanas instaladas en Latinoamérica donaron suministros de salud e higiene y recursos económicos, mientras que las comunidades de la diáspora coreana ofrecieron voluntariamente barbijos, batas y artículos de primera necesidad a hospitales locales, oficinas gubernamentales y familias de bajos ingresos. La cooperación entre el gobierno y los sectores privados generó un efecto sinérgico en la diplomacia de la cuarentena.

La pandemia de COVID-19 constituyó un punto de inflexión en la cooperación entre Corea y América Latina. Si el gobierno coreano utiliza activamente las capacidades de la diáspora coreana en el extranjero como recurso para la diplomacia pública, se podría innovar la diplomacia. Asimismo, la participación activa de los coreanos en el extranjero como actores diplomáticos fortalecería significativamente el *soft power* de Corea.

CAMBIOS EN EL ENTORNO DIPLOMÁTICO

LA CRECIENTE NECESIDAD DE UNA DIPLOMACIA PÚBLICA PARTICIPATIVA CIUDADANA

La diplomacia se refiere a la comunicación y negociación oficial entre gobiernos que influye en las decisiones de gobiernos extranjeros mediante métodos no violentos, como el diálogo o la negociación, con el fin de promover los intereses nacionales. Por esta razón, la diplomacia se reconoce como un campo especializado que requiere un alto grado de profesionalismo y confidencialidad, siendo el Estado el único sujeto, y los diplomáticos los responsables exclusivos de sus actividades.

Sin embargo, el mundo actual se vuelve más interdependiente e interconectado debido a la globalización, la digitalización y la democratización. Los intercambios y contactos entre los pueblos de distintos países son cada vez más frecuentes, y la influencia de las relaciones internacionales en la vida cotidiana de los ciudadanos aumenta. En particular, el desarrollo y la difusión de internet y los medios de comunicación incrementan el interés público y la participación en la toma de decisiones en política exterior. Con estos cambios en el entorno diplomático, existe una creciente demanda de incluir a la ciudadanía como actor de la diplomacia.

En este contexto, la diplomacia ha evolucionado desde la forma tradicional, centrada en la comunicación entre gobiernos, hacia la diplomacia pública y, más recientemente, hacia la diplomacia ciudadana. La diplomacia pública consiste en actividades diplomáticas que emplean diversos mecanismos, como la cultura, el arte, la ayuda, el conocimiento, el idioma, los medios de comunicación y las relaciones públicas, con el fin de ganarse la confianza de públicos extranjeros y elevar la imagen positiva del país (*nation branding*), promoviendo relaciones diplomáticas y aumentando la influencia en la comunidad internacional. Además, a medida que la comprensión y el apoyo de los ciudadanos hacia la política exterior se vuelve más relevante, se tiende a incluir a la ciudadanía como parte de la diplomacia pública. Para que estas actividades sean eficaces, es necesaria la participación

voluntaria de individuos, empresas, gobiernos locales y comunidades coreanas en el extranjero, quienes forman y mantienen redes con actores del otro país, fomentan el entendimiento mutuo y fortalecen el intercambio y la cooperación (Ministry of Foreign Affairs Republic of Korea, s.f. a).

La diplomacia ciudadana constituye un medio para alcanzar una diplomacia democrática centrada en el pueblo y busca ampliar la soberanía ciudadana mediante la participación en la formulación, decisión y ejecución de la política exterior (J. H. Kim, 2018). Se trata de una diplomacia participativa en la que los ciudadanos se convierten en actores activos del proceso de política exterior. A diferencia de la diplomacia pública, la diplomacia ciudadana enfatiza el rol de la ciudadanía como sujeto de la diplomacia y como recurso de poder blando humano, configurando una diplomacia colaborativa con el gobierno. De este modo, la diplomacia ciudadana eleva a la ciudadanía, que antes era receptora pasiva de la política exterior, a la categoría de socios cooperativos activos del gobierno (S. H. Kim, 2018, p. 10; T. H. Kim, 2017, p. 6).

Durante el gobierno del Partido Democrático de Moon Jae-in, la diplomacia ciudadana se impulsó, priorizando la soberanía nacional, aunque perdió fuerza durante el gobierno del Partido Conservador de Yoon Suk-yeol. Con la elección del presidente Lee Jae-myung en junio de 2025, quien enfatiza la soberanía popular, se espera que la diplomacia ciudadana recupere su vitalidad.

DIPLOMACIA PÚBLICA DE LA DIÁSPORA

El término diáspora proviene del griego y significa dispersar. Originalmente se refería a los judíos dispersos fuera de Palestina o Israel, pero actualmente se amplía para abarcar no solo las experiencias judías, sino también la migración internacional, el exilio, los refugiados, los trabajadores migrantes, las comunidades étnicas, las diferencias culturales y las identidades de otros grupos étnicos. Por lo tanto, la diáspora se refiere no solo al proceso de dispersión de los miembros de un grupo étnico a diversas partes del mundo, sino también a los compatriotas dispersos y a las comunidades donde residen (Yoon, 2003, p. 102).

La diáspora adquiere relevancia como un medio útil para conectar lo nacional con lo internacional en una era que demanda redes transnacionales. En otras palabras, la percepción de los inmigrantes ha evolucionado, pasando de ser simplemente la población en el extranjero a constituir activos de una red global. Aunque geográficamente fuera del país, la diáspora puede ejercer una presencia similar a la de los ciudadanos nacionales mediante vínculos de amistad, eco-

nómicos, psicológicos y culturales, y por ello se considera un actor importante en la diplomacia pública (Shin, 2019; Seo, 2008).

Anteriormente, la diáspora se entendía como una entidad ajena al control del país de origen y bajo la influencia de un gobierno extranjero, interesando principalmente en construir redes comerciales. Sin embargo, recientemente, con el avance de la interconexión y la creación de redes internacionales, su valor en la política exterior recibe creciente atención (Shin, 2019, pp. 371-372). La diáspora presenta una dualidad: actúa simultáneamente como actor extranjero y actor nacional. Esta dualidad le permite servir como enlace local para movilizar apoyo interno y, al mismo tiempo, difundir el conocimiento y la cultura del país de origen. Aunque las diásporas se integran en la cultura y sociedad del país de residencia, su conexión con el país de origen las convierte en un recurso útil para fomentar relaciones bilaterales mutuamente beneficiosas. Las diásporas pueden influir en las políticas del país de residencia hacia su país de origen o en las políticas del país de origen hacia el país de residencia (Shin, 2019, p. 376). Por esta razón, cada vez más países reconocen la relevancia diplomática y la influencia de la diáspora.

Ho y McConnell sostienen que la diplomacia de la diáspora contribuye a expandir el concepto de diplomacia, distinguiendo entre "diplomacia a través de la diáspora" y "diplomacia por diáspora". La primera consiste en un acto diplomático en el que un Estado utiliza a la diáspora para alcanzar objetivos de política exterior, mientras que la segunda implica que las diásporas actúan de forma independiente para lograr sus propias agendas (Ho y McConnell, 2017, p. 15).

Corea cuenta con una diáspora de aproximadamente 8 millones de personas en 193 países (Ministry of Foreign Affairs Republic of Korea, s.f. b). Los principales objetivos de la política hacia la población en el extranjero son fortalecer la identidad étnica y la solidaridad, activar la red global, apoyar a las personas marginadas, proteger a los ciudadanos en el extranjero e innovar en los servicios consulares. A medida que los coreanos en el extranjero obtuvieron el derecho al voto y aumentaron sus intercambios con el país de origen, surgieron como miembros relevantes de la sociedad nacional. Sin embargo, la política actual sobre la diáspora continúa reconociendo a los coreanos en el extranjero como actores pasivos.

Con la reorganización de la diáspora coreana en torno a la próxima generación, que ya se ha integrado en la sociedad del país de residencia, y su creciente influencia en la política interna, la economía, la sociedad y la cultura, resulta necesario reconocerla como un actor diplomático con dualidad y abordarla como un recurso estratégico para la diplomacia nacional.

LA DIÁSPORA COREANA EN ARGENTINA Y EL IMPACTO DEL COVID-19

DIÁSPORA COREANA EN ARGENTINA

Argentina es geográficamente el país más alejado de Corea; sin embargo, en 2019 residían en su territorio aproximadamente 23.000 coreanos. La historia de la diáspora coreana en Argentina se remonta a 1962, año en que se establecieron relaciones diplomáticas entre ambos países, y a 1965, cuando un grupo de 78 personas pertenecientes a 13 familias inició su emigración hacia este país.

Inicialmente, la inmigración agrícola era minoritaria; sin embargo, durante la década de 1970 se consolidó la inmigración familiar y en la década de 1980 se desarrolló la inmigración por inversión, lo que permitió la llegada de un número considerable de inmigrantes coreanos. Durante el auge económico de la década de 1990, la población coreana en Argentina superó los 30.000 residentes. La mayoría se asentó en la Ciudad de Buenos Aires, formando una comunidad organizada a gran escala. Aproximadamente el 90% de la población coreana en Argentina se dedica a la industria indumentaria-textil y se concentra en tres zonas: Flores (también conocida como Villa 109 o Bekgu), Avellaneda y Once.

Bekgu representa un asentamiento inicial, fundado por la primera generación de inmigrantes, centrado en el tejido y la costura, y continúa funcionando como centro educativo y religioso, con escuelas, iglesias y catedrales coreanas agrupadas, donde reside una importante proporción de inmigrantes mayores de la primera generación. Once se consolidó a finales de la década de 1980, cuando los primeros inmigrantes exitosos en talleres de costura, junto con nuevos inmigrantes con capital y habilidades técnicas, ingresaron al negocio mayorista de ropa, convirtiéndose en el centro de la economía coreana; actualmente solo permanecen alrededor de 400 tiendas. Por su parte, Avellaneda se ha convertido en la zona mayorista de ropa más grande de Argentina y constituye el núcleo de la economía coreana, con aproximadamente 1.250 tiendas. A medida que la industria de la indumentaria coreana –que incluye telas, costura y venta mayorista y minorista de ropa– se ha integrado vertical y horizontalmente, asociaciones, iglesias, restaurantes, hospitales, farmacias y diversos grupos sociales se han trasladado a Avellaneda, consolidándola como el centro de la diáspora coreana en Argentina.

Debido a las barreras lingüísticas, la discriminación, la preservación de la cultura y el idioma tradicionales, y la tendencia al autoempleo en el mismo sector, los coreanos formaron una sociedad autónoma y cerrada, asentándose mediante la ayuda mutua. Dado que la ma-

yoría trabajaba en la industria indumentaria-textil, se estableció un sistema de producción y venta y se consolidó un modelo cooperativo. En este contexto, la sociedad coreana se desarrolló como una comunidad de destino común, integrando todas las redes de subsistencia y la vida cotidiana (Han, 2016, p. 23). La diáspora coreana en Argentina se caracterizaba por su aislamiento tanto del país de residencia como del país de origen.

Esta tendencia aislacionista se vio reforzada por la percepción de Argentina como un país de tránsito para la remigración hacia entornos considerados más favorables, en lugar de un asentamiento definitivo. Los coreanos percibían Argentina como un punto de paso hacia Estados Unidos y Canadá, y migraron o regresaron repetidamente a países vecinos según la situación económica, sin arraigarse plenamente en su país de residencia. La sociedad y los medios de comunicación locales criticaron esta actitud, afirmando que "los coreanos son oportunistas y solo les importa el dinero", y adoptaron una postura excluyente, cuestionando su condición de miembros de la sociedad argentina; de hecho, los coreanos ocuparon el primer lugar en una encuesta sobre extranjeros que los residentes no deseaban como vecinos (Han, 2016, p. 21; Seo, 2005, p. 178).

Esta percepción se relaciona con el rápido crecimiento económico y la vida comunitaria cerrada de los coreanos. Mientras que la población argentina se empobrecía progresivamente debido a las crisis económicas, la situación económica de los coreanos mejoró notablemente en poco tiempo, generando una sensación de privación relativa entre los vecinos. Asimismo, el estilo de vida cerrado de los coreanos, quienes concentraban zonas residenciales y comerciales en áreas específicas, conservaban sus tradiciones culturales y lingüísticas, y se comunicaban en su idioma, era percibido como un rechazo a integrarse en la sociedad local. En este contexto, la explotación de inmigrantes ilegales mediante bajos salarios, la evasión fiscal, el empleo ilegal y los incidentes relacionados con la carne de perro, reportados por los medios locales deterioraron la imagen de los coreanos en Corea y los convirtieron en objeto de rechazo. Como resultado, los coreanos en Argentina mantuvieron frecuentes conflictos con la población local y fueron finalmente marginados.

No obstante, en los últimos años, los esfuerzos de los coreanos por integrarse en la sociedad argentina han aumentado, mejorando el conocimiento sobre ellos y elevando su estatus en la comunidad. El evento Día Coreano, incluido en el programa Buenos Aires Celebra, un festival multicultural organizado por el gobierno de la Ciudad de Buenos Aires desde 2004, se ha consolidado como un evento cultural popular entre los residentes, hasta el punto de que el Congreso Nacio-

nal y el gobierno de la ciudad lo declararon evento de interés, brindando apoyo en medios de comunicación y seguridad.

Inicialmente, el evento estaba destinado exclusivamente a la comunidad coreana, pero en los últimos años, con la participación activa de fans locales del *k-pop*, se ha transformado en un espacio de intercambio cultural. Así, el Día Coreano se ha convertido en un festival cultural popular para los residentes locales, con el respaldo del gobierno de la ciudad de Buenos Aires, empresas coreanas locales, empresas de origen coreano operando en Argentina y la Embajada de Corea.

Durante la pandemia de COVID-19, el evento se realizó en línea a través del canal de YouTube, y el video sobre comida coreana alcanzó 7.000 visualizaciones. Con la transición al formato virtual, los coreanos de segunda generación se convirtieron en el pilar del evento, demostrando su integración exitosa en diversos ámbitos de la sociedad. Este cambio representó un aterrizaje generacional gradual en la diáspora coreana en Argentina y evidenció el surgimiento de una red transnacional con identidad étnica coreana y cívica argentina.

El enfoque del evento en los coreanos de segunda generación nacidos en Argentina reflejó un cambio generacional en la diáspora y una mayor integración social, mostrando el surgimiento de una red transnacional con identidad dual: étnica coreana y cívica argentina.

Por su parte, la primera generación de coreanos ha alcanzado el éxito económico, pero no se ha integrado completamente en la sociedad argentina. Han formado enclaves basados en redes étnicas propias, preservando tradiciones lingüísticas, culturales, valores y estilos de vida de Corea. En consecuencia, han debido resolver sus problemas de manera autónoma. La diáspora coreana en Argentina mantiene una identidad étnica clara, pero su sentido de pertenencia a la sociedad argentina es bajo, y sus contactos con la comunidad local son limitados (Seo, 2005, p. 170-172). Debido a la inestabilidad económica crónica de Argentina, el deterioro de la seguridad pública, los servicios médicos deficientes y la insatisfacción con la educación, muchos inmigrantes de primera generación consideran regresar a Corea y enviar a sus hijos a estudiar en el extranjero, mostrando un alto interés en la política interna y los problemas sociales coreanos.

Los inmigrantes de segunda generación, en cambio, presentan una identidad nacional más débil que la primera generación y se perciben como miembros de la sociedad argentina. Dominar el idioma y la cultura locales les permite interactuar activamente con la población argentina. Aunque mantienen influencias de la cultura coreana transmitida por sus padres y familiares, su exposición a la cultura argentina es mayor. Este cambio generacional y la participación de la nueva generación en ámbitos como política, cultura, artes, radiodifusión, derecho y medi-

cina representan una oportunidad para superar la insularidad histórica de la comunidad coreana en Argentina y facilitar su integración en la sociedad dominante.

La integración de los coreanos en Argentina también repercute en la posición de Corea en el país. Tras medio siglo de inmigración, la diáspora coreana se considera un grupo inmigrante exitoso. Actualmente, la comunidad coreana se enfoca en integrar a la próxima generación en la sociedad dominante y en ampliar su influencia política y social para proteger sus intereses y fortalecer su voz. Es importante que la sociedad argentina reconozca que los coreanos no son solo individuos que buscan ganancias económicas, sino miembros activos que contribuyen al desarrollo del país y participan solidariamente. En este sentido, recientemente se han promovido actividades solidarias como brindar comidas y servicios de baño gratuitos a personas en situación de vulnerabilidad, proyectos de cooperación para sectores desfavorecidos, eventos de apoyo a jóvenes, conciertos y exposiciones de arte benéficos, servicios médicos, patrocinio de centros de bienestar, instalación de cámaras de seguridad en zonas de riesgo y apoyo a comisarías.Final del formulario

EL IMPACTO DEL COVID-19 EN LA DIÁSPORA COREANA

Argentina implementó medidas de Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio (ASPO)[2], muy estrictas y rigurosas, desde el inicio del brote. Entre el 22 de marzo y hasta el 30 de agosto del 2020, la cuarentena obligatoria se extendió en diez ocasiones. Todas las actividades, excepto la compra de alimentos, medicamentos y productos de higiene, requerían permiso del gobierno para salir. El transporte público solo estaba permitido con un permiso especial otorgado a los trabajadores esenciales reconocidos como exentos. Conducir sin el permiso correspondiente implicaba la cancelación de la licencia de conducir. Asimismo, se prohibieron las reuniones familiares y con amigos, y las actividades deportivas se suspendieron por completo.

Sin embargo, a medida que se prolongó la cuarentena, la población comenzó a mostrar cansancio y un número creciente de personas dejó de cumplir con las medidas gubernamentales, lo que contribuyó a la rápida propagación del virus en Argentina. El sector mayorista de ropa, en el que trabaja la mayoría de los coreanos en el país, no fue considerado esencial, por lo que el impacto económico fue significativo. En un contexto en el que las actividades comerciales estuvieron suspendidas

2 Posteriormente, se implementó una etapa más flexible denominada Distanciamiento Social, Preventivo y Obligatorio (DISPO).

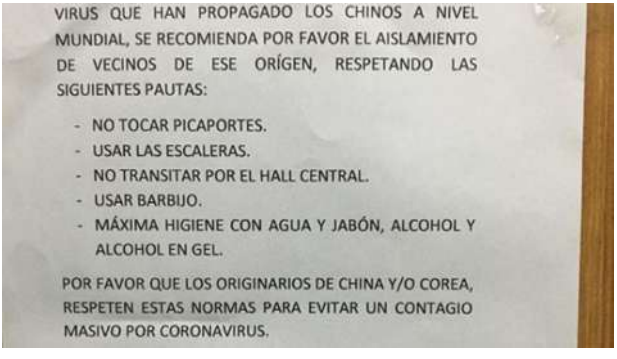
debido a las restricciones a la movilidad y la actividad, era imposible reducir el empleo debido a la prohibición gubernamental de despidos y, además, los trabajadores no pudieron acceder a ayudas sociales. Las dificultades de los coreanos más vulnerables se vieron agravadas por la prolongada suspensión de la actividad económica. En particular, se encontraban en una posición delicada frente al gobierno local y al gobierno del país de origen, enfrentando la incertidumbre sobre cómo ganarse la vida sin recibir asistencia social.

Otro problema que afectó a los coreanos en Argentina, además del daño económico, fue el aumento de las críticas y el odio hacia los inmigrantes asiáticos, impulsado por la percepción de que el virus de la COVID-19 se originó en China. A medida que el término "virus chino" se propagó en redes sociales, los coreanos también se vieron perjudicados. El Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo (INADI) de Argentina advirtió que los comentarios xenófobos y racistas aumentaron en artículos periodísticos y redes sociales desde el inicio de la pandemia (INADI, 2020). Además, informó que más de la mitad (53,5%) de las denuncias relacionadas con actos racistas presentadas desde el 20 de marzo estuvieron vinculadas a la situación sanitaria (Piscetta, 2020).

La siguiente nota anónima fue publicada en el ascensor de un edificio donde reside una familia coreana en la zona de Flores, Buenos Aires (Figura 1). El coreano que informó a los medios indicó que tres familias coreanas viven en el mismo edificio y que él ha residido allí durante 15 años. Desde el brote de COVID-19, ha sufrido discriminación racial evidente por su condición de asiático.

Figura 1

Reglamento de cuarentena para residentes asiáticos publicadas en el ascensor de un departamento



Fuente: Leclercq (2020)

Incluso después de la flexibilización de las restricciones de movimiento, la discriminación en la vida cotidiana aumentó, como ser criticados como "portadores de coronavirus" en las calles, recibir advertencias de "quedarse en casa y no salir", ser observados como "personas peligrosas" mientras esperaban en la aduana del aeropuerto y ser rechazados para viajes en taxi. En la crisis causada por la COVID-19, la Asociación Coreana en Argentina respondió apoyando a coreanos y locales vulnerables y proporcionando suministros para la cuarentena a la comunidad local. Al generar oportunidades para contribuir a la comunidad local, se aprovechó para mejorar la imagen negativa de la diáspora coreana como explotadores, oportunistas, competidores e invasores. Su objetivo era inculcar el conocimiento de que la diáspora coreana no es un grupo de inmigrantes egoístas que solo persigue sus propios intereses, sino un miembro de la sociedad argentina que se solidariza con las dificultades de la comunidad local y el desarrollo universal.

ACTIVIDADES SOLIDARIAS DE LA DIÁSPORA COREANA PARA COMBATIR EL COVID-19

ACTIVIDADES DE RECAUDACIÓN DE FONDOS Y DONACIÓN DE SUMINISTROS DE CUARENTENA

Tras la primera muerte el 7 de marzo de 2020 en Argentina, la Asociación Coreana (AC), la Conferencia de Unificación por la Paz Democrática (CUPD) y la Cámara de Comercio se reunieron con la Embajada de Corea en Argentina (ECA) para debatir medidas conjuntas. Cuando se implementó la cuarentena obligatoria para todos los ciudadanos el 20 de marzo y se paralizaron las actividades económicas, tanto la comunidad local como la comunidad coreana sufrieron enormemente, especialmente las clases vulnerables y de bajos ingresos. En esta difícil situación, una carnicería coreana anónima donó 200 kg de carne a la AC para su uso en beneficio de los ancianos vulnerables de la comunidad. La AC entregó la donación al comedor social Cáritas, al comedor social ACOMC y al Cuerpo de Bomberos de Flores en nombre de la comunidad coreana.

Figura 2

Noticias sobre la donación de mascarillas a la comunidad coreana en el sitio web del Ministerio de Seguridad Pública del Gobierno de Argentina.

Fuente: Argentina.gob.ar (2020)

Figura 3

Presentación de las actividades de donación de mascarillas de la comunidad coreana en un diario argentino

Fuente: Perfil (2020)

Posteriormente, la AC realizó una campaña de recaudación de fondos llamada Fondos de Prevención para Superar la COVID-19, con el fin de apoyar a grupos vulnerables y donar mascarillas a comunidades locales. Gracias a donaciones individuales, al apoyo de diversas organizaciones coreanas (religiosas, deportivas y grupos sociales) y a la ECA, se recaudaron 74.550 dólares y 676.823 pesos, sumando un total aproximado de 100.000 dólares. Con los fondos recaudados, 300 hogares coreanos vulnerables recibieron mascarillas y cajas de alimentos básicos desde abril hasta agosto. Además, se donaron mascarillas a los principales departamentos gubernamentales (Ministerio de Salud, Oficina de Inmigraciones, Ministerio de Seguridad Pública, etc.) y a gobiernos municipales (Ministerio de Salud, Departamento de Gestión de Espacios Públicos), así como a hospitales, comisarías y municipalidades con alta población coreana. Los principales diarios locales informaron sobre estas buenas acciones y elogiaron las actividades solidarias de los coreanos en tiempos de crisis. Mediante estos eventos, lograron fortalecer los vínculos con ministros, viceministros y directores del gobierno central y municipal, asegurando que se hicieran efectivos los derechos de los coreanos en Argentina.

Los fondos recaudados se destinaron a apoyar a coreanos vulnerables y a personas mayores de 65 años con dificultades económicas, así como a proporcionar suministros de cuarentena a organismos gubernamentales e instituciones médicas argentinas. Se distribuyeron 12.000 mascarillas, 20 por persona, a coreanos mayores de 65 años, y se entregaron cajas de alimentos básicos a 210 familias en situación difícil. La AC donó mascarillas al Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y al Hospital de Enfermedades Infecciosas Francisco Javier Muñiz (Uspallata 2272), junto con la ECA, y también proporcionó respiradores y termómetros infrarrojos al gobierno federal. Asimismo, se entregaron mascarillas al Hospital General de Agudos Dr. Teodoro Álvarez, al Hospital General de Agudos Parmenio T. Piñero, a las Comisarías 7 (A, B, C), 10 y 3, y al Departamento Federal de Seguridad Pública (DFSP), todas ubicadas en zonas con alta población coreana.

Además de la AC, diversas organizaciones de la comunidad coreana participaron activamente en estas iniciativas. El Consejo Sudamericano Occidental del Consejo Asesor de Unificación Democrática (CSO-CUD), la Red Mundial de Mujeres Coreanas (KOWIN) y la Asociación de Mujeres Coreanas (AMC) donaron mascarillas y películas de repuesto a hospitales de cuidados intensivos donde trabajan médicos coreanos, fortaleciendo su presencia y aumentando la moral del personal. La AMC también distribuyó suministros de socorro, incluyendo harina, aceite de cocina, azúcar, jabón, toallitas sanitarias, refrigerios, botiquines de primeros auxilios y pañales para adultos

mayores que viven solos, a cuatro comedores gratuitos en el barrio marginal de Bajo Flores (Villa 1-11-14), cerca de Bekgu, así como a coreanos vulnerables. Los suministros se entregaron al Comedor Heidi, al Comedor Social Bajo Flores, al Comedor Rivadavia y al Comedor Luisa.

El CSO-CUD, por su parte, entregó alimentos, papel higiénico y mascarillas a 150 hogares con dificultades económicas y a grupos vulnerables de la comunidad coreana debido a la prolongada pandemia. También donaron mascarillas y películas de repuesto a hospitales de cuidados intensivos, reforzando la presencia y la moral de los médicos coreanos durante la atención a pacientes con COVID-19.

CAMPAÑA #COREASEUNE

Al comenzar la pandemia, Argentina se enfrentó al desafío de la escasez de barbijos. Debido a la falta de suministros y al aumento de precios provocado por la mayor demanda, incluso el personal médico de los hospitales carecía de barbijos. Ante esta situación crítica, un grupo de jóvenes coreanos de segunda generación en Argentina inició una campaña solidaria con la comunidad local, denominada Covid-19 Corea está Unida (#CoreaSeUne), centrada en las redes sociales. Su objetivo era producir barbijos y batas médicas para combatir el coronavirus, entregarlas a hospitales locales y compartir el método de producción con la población a través de YouTube. La campaña tuvo una duración de tres meses, con la meta de donar 70.000 mascarillas y 15.000 gorros médicos.

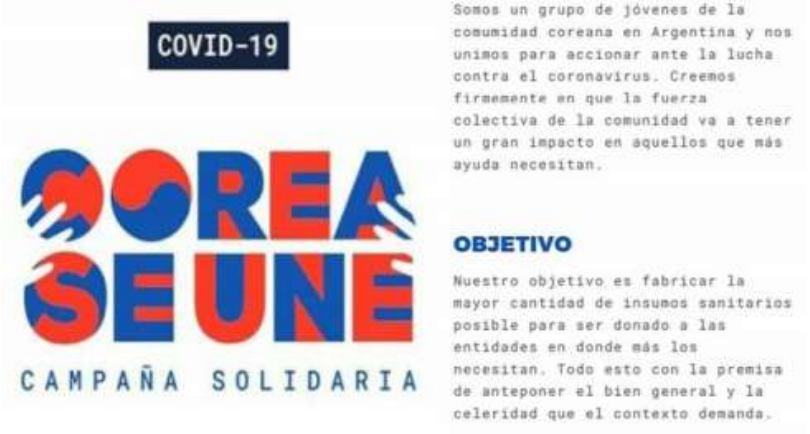
La iniciativa fue liderada por Leo Yu y Natalia Kim. Leo y sus amigos coreanos notaron la escasez de suministros médicos en los centros de salud locales, hasta el punto de que los especialistas no podían recibir más de dos barbijos al día. Por ello, lanzaron la campaña #CoreaSeUne para producir urgentemente suministros médicos y donarlos a instituciones necesitadas, solicitando apoyo financiero y la colaboración de los coreanos que pudieran ayudar en la producción. Para organizar la campaña, abrieron un perfil de Instagram (@coreaseune) y presentaron sus actividades a la comunidad coreana, solicitando ayuda. Además, para garantizar la transparencia financiera, publicaron todas sus actividades y gastos en redes sociales.

El sistema de salud argentino, aunque uno de los mejores de Latinoamérica, se encontraba vulnerable debido a una recesión económica prolongada y la falta de inversión en salud pública, lo que podría haberlo desbordado ante la propagación de la COVID-19. Esta campaña surgió del sentimiento de solidaridad de jóvenes que querían contribuir a superar la crisis que enfrentaba la comunidad. Recibió una

gran respuesta de la comunidad coreana, que donó barbijos y gorros médicos a más de 10 hospitales[3].

Figura 4

Campaña de solidaridad en redes sociales #CoreaSeUne



Fuente: Facebook (s. f.)

La campaña #CoreaSeUne de jóvenes coreanos de segunda generación contribuyó a romper los prejuicios de que comunidad coreana es cerrada y se convirtió en un evento simbólico que mostraba la creciente integración de la comunidad coreana en la sociedad argentina (Benítez, 2021).

CONCLUSIÓN

Corea y Latinoamérica se encuentran geográficamente distantes, y los intercambios políticos, económicos y culturales son limitados. Además, el tamaño de la diáspora coreana en la región es pequeño, por lo que ha recibido poca atención académica. En consecuencia, la investigación sobre la diáspora coreana en América Latina ha sido escasa, centrándose principalmente en la historia de la inmigración, el asentamiento y la identidad nacional. Sin embargo, a medida que aumenta la importancia del poder blando en la política mundial y se enfatiza

3 De la idea a la acción: Corea se une. Ver: OKTA Argentina. (01 de mayo de 2020). *E2: "De la idea a la accion: Corea se une" con Leo Yoo*. [Archivo de Vídeo]. https://www.youtube.com/watch?v=fWzEotFNwRI&t=607s

la diplomacia pública en la política exterior, la investigación sobre la diáspora coreana debe expandirse al ámbito diplomático. Dado que la comunicación se vuelve cada vez más relevante en las relaciones internacionales, y que el poder y el dinero por sí solos ya no son suficientes para convertir a otros países en aliados, la diáspora coreana –que puede conectar el país de origen con el país de residencia– puede desempeñar un papel diplomático importante en el cambiante entorno internacional.

No obstante, la política de Corea hacia la diáspora se ha centrado en fortalecer los lazos con el país de origen mediante el establecimiento de la identidad del pueblo coreano, el fomento de talentos que puedan contribuir a mejorar las relaciones entre la madre patria y el país de residencia, y la activación de la red transnacional de la diáspora para el desarrollo del país. En consecuencia, si bien se ha reconocido la importancia del papel de la diáspora coreana en el desarrollo nacional, no se ha institucionalizado un mecanismo que permita su participación en la política exterior como actor diplomático.

La solidaridad demostrada por diversas comunidades coreanas y jóvenes coreanos en la lucha contra la pandemia junto con la comunidad local constituye un ejemplo claro del potencial de la diáspora como entidad diplomática. La crisis de la COVID-19 no solo expuso a los coreanos en Argentina a dificultades económicas, sino también a discriminación racial y xenofobia. Al mismo tiempo, las exitosas políticas de cuarentena del gobierno coreano se difundieron entre la comunidad local a través de los medios y las redes sociales, fomentando el orgullo nacional de los coreanos en Argentina. En esta situación de crisis, los coreanos en Argentina desarrollaron e implementaron medidas de respuesta inmediata para apoyar a las víctimas de la pandemia dentro de su comunidad y para solidarizarse con la población local afectada.

Según *Infobae*, el principal medio de comunicación argentino, Argentina recibió apoyo financiero, suministros para la cuarentena, y asistencia educativa y científica de más de una docena de países durante la pandemia, entre ellos Estados Unidos, Alemania, Israel, Corea del Sur, Japón, China, la Unión Europea, Italia, el Reino Unido, Rusia y Taiwán. La mayor parte de la ayuda extranjera provino de gobiernos o empresas privadas con sede en Argentina, y Corea del Sur fue el único caso en el que la comunidad inmigrante participó activamente (Dinatale, 2020).

Al cumplirse 60 años de historia migratoria en Argentina, la comunidad coreana reconoce su rol como miembro respetado de la sociedad, promoviendo la incorporación de la nueva generación a la sociedad local y contribuyendo al desarrollo de la misma. Esta partici-

pación sirve como trampolín para que la próxima generación de coreanos avance en política, sociedad y cultura. Recientemente, el número de jóvenes coreanos que trabajan en diversos ámbitos profesionales en Argentina ha aumentado gradualmente, lo que ha incrementado la apertura y visibilidad de la comunidad. El estatus socioeconómico, el comportamiento y la imagen de los coreanos están directamente vinculados a la percepción y estatus nacional de Corea.

Por lo tanto, la diáspora coreana puede considerarse ahora un actor activo que participa en la diplomacia para alcanzar los objetivos nacionales de Corea, más allá de ser un simple recurso diplomático.

BIBLIOGRAFÍA

Benítez, M. (2021). Experiencias de solidaridad y reafirmación asociativa migrante en pandemia: El caso de "Corea se Une". *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, 134*. https://doi.org/10.18682/cdc.vi134.5012

Chung, S. H. (2008). *Korean diaspora: From community to network*. *Hangukin Guhak, 31*(3).

Han, E. H. (2016). *Buenos Aires Hanin Catholic ui sinang gwa sosok ui jeongchi: Sinang silcheon eul tonghan diaspora gyeonggye ui saengsan gwa jaeguseong* [La fe y la política de afiliación de los coreanos católicos en Buenos Aires: Producción y reconstrucción de fronteras de la diáspora a través de la práctica de la fe] (Tesis de maestría). Seoul National University, Corea del Sur.

Ho, E. L., & McConnell, F. (2017). Conceptualizing 'diaspora diplomacy': Territory and populations betwixt the domestic and foreign. *Progress in Human Geography, 43*(2), 145–167. https://doi.org/10.1177/0309132515605696

Kim, J. H. (2018). *Gukmin oegyo ui chulbalgwa gayahal gil* [El inicio y el rumbo de la diplomacia ciudadana]. *JPI Jeongchaek Forum, 220*, 3–6. http://jpi.or.kr/wp-content/uploads/2020/07/pn201848.pdf

Kim, S. H. (2018). *Waegyo gwajeongeseoui gukminchamyeobangan yeongu* [Estudio sobre la participación ciudadana en el proceso diplomático]. Ministry of Foreign Affairs, Corea del Sur.

Kim, T. H. (2017). *Gukmin oegyo – gonggong oegyo ui guknaejeok giban* [Diplomacia ciudadana – base nacional de la diplomacia pública]. *Juyo Gukje Munje Bunseok, 2017-49*.

Ministry of Foreign Affairs Republic of Korea. (s.f. a). *Public diplomacy*. https://www.mofa.go.kr/www/wpge/m_22709/contents.do

Ministry of Foreign Affairs Republic of Korea. (s.f. b). *Jaero dongpo jeongui mit hyeonhwang* [Definición y situación de los coreanos en el exterior]. https://www.mofa.go.kr/www/wpge/m_21507/contents

Nye, J. S. (2004). *Soft power* [S. H. Hong, trad.]. Ingan Sarang.

Seo, S. C. (2005). *Latin America wa Hangugin imin: Argentina Hanin Sahoe wa Hyeonji Jeokgeup* [Inmigración coreana en Latinoamérica: Comunidad coreana en Argentina y adaptación local]. *Latin America Research, 18*(3).

Shin, B. S. (2019). *Diaspora wa gonggong oegyo* [Diáspora y diplomacia pública]. En *Jiguwa sidae ui gonggong oegyo*. Sahoe Pyeongron Academy.

Yoon, I. J. (2003). *Korean diaspora: Jaero-hanin ui iju, jeokjeung, jeongche-seong* [Migración, adaptación e identidad de coreanos en el exterior]. *Hanguk Sahoehak, 37*(4).

ARTÍCULOS PERIODÍSTICOS

Dinatale, M. (27 de junio de 2020). De barbijos a fondos para la investigación científica: La ayuda que la Argentina recibió del exterior para la lucha contra el COVID-19. *Infobae*. https://www.infobae.com/politica/2020/06/27/de-barbijos-a-fondos-para-la-investigacion-cientifica-la-ayuda-que-la-argentinarecibio-del-exterior-para-la-lucha-contra-el-covid-19/

Leclercq, G. (18 de marzo de 2020). Coronavirus: Ignorancia y discriminación en un edificio de Flores. *Noticias*. https://noticias.perfil.com/noticias/informacion-general/coronavirus-ignorancia-y-discriminacion-en-un-edificio-de-flores.phtml

Perfil. (20 de mayo de 2020). Coronavirus: La comunidad coreana donó 70 mil barbijos a la Ciudad. *Perfil*. https://www.perfil.com/noticias/coronavirus/coronavirus-comunidad-coreana-dono-70-mil-barbijos-a-ciudad-buenos-aires.phtml

Piscetta, J. (2 de abril de 2020). Crecen los casos de discriminación y xenofobia durante la cuarentena obligatoria. *Infobae*. https://www.infobae.com/coronavirus/2020/04/02/crecen-los-casos-de-discriminacion-y-xenofobia-durante-la-cuarentena-obligatoria/

Argentina.gob.ar. (18 de junio de 2020). La comunidad coreana dona 60.000 barbijos al Ministerio de Seguridad de la Nación. https://www.argentina.gob.ar/noticias/la-comunidad-coreana-dona-60000-barbijos-al-ministerio-de-seguridad-de-la-nacion

INADI. (2020). La discriminación en tiempos de coronavirus. https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/la_discriminacion_en_tiempos_de_coronavirus.pdf

VIDEOS Y REDES SOCIALES

BA Celebra. (2020). *BA Celebra Corea 2020* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/channel/UC3TQ07ZgS4qfRflfJJh_pMA

Facebook. (s.f.). *#CoreaSeUne*. https://www.facebook.com/hashtag/coreaseune?source=feed_text&epa=HASHTAG

Ji Hye Son

INTEGRACIÓN SOCIAL DE LA NUEVA GENERACIÓN DE COREANOS EN BUENOS AIRES, ARGENTINA

INTRODUCCIÓN

La migración surcoreana a la Argentina se remonta a mediados del siglo XX y, desde entonces, ha dado lugar a un contingente significativo compuesto por miembros de la llamada generación 1.5 –personas nacidas en Corea del Sur que migraron durante su infancia o adolescencia– y por la segunda generación. La incorporación cotidiana de estos grupos se desarrolla en un entorno político-económico volátil y en el marco de densos corredores comerciales coétnicos en Buenos Aires, como los de Avellaneda y Flores. La disertación comparada que sustenta este libro incorporó el caso argentino mediante un extenso trabajo de campo realizado en dichas áreas, involucrando comercios, asociaciones y escuelas, con el fin de reclutar participantes y observar interacciones cotidianas. La campaña de campo en Argentina se desarrolló entre el 13 de diciembre de 2021 y el 11 de febrero de 2022, generando 239 respuestas a la encuesta y 31 entrevistas semiestructuradas administradas en coreano y español, todas bajo la aprobación del IRB KUIRB-2022-0066-01. Durante todo el proceso se aplicaron protocolos de anonimización y lineamientos para la atención de experiencias traumáticas tanto en las entrevistas como en su transcripción.

Una de las motivaciones centrales para centrar el análisis en Argentina es que este contexto combina un asentamiento coreano de

larga data con condiciones estructurales adversas –inestabilidad monetaria, alta informalidad laboral y rutinas administrativas monolingües– que probablemente configuran trayectorias de incorporación diferentes a las observadas en América del Norte o Europa Occidental. Las historias de vida recopiladas durante el trabajo de campo ilustran esta dinámica de manera particularmente clara. Los relatos describen experiencias de crecer como "argentinos con rostros coreanos", desenvolverse en hogares bilingües y percibir la distancia entre el ascenso económico de Corea desde la década de 1980 y las recurrentes crisis de Argentina. Estas narrativas sitúan el trabajo identitario en la intersección entre divergencias macroeconómicas y fricciones institucionales locales. En conjunto, estas características convierten a Argentina en un caso especialmente revelador para estudiar la incorporación de una nueva generación: mientras pueden existir anclajes materiales estables, como vivienda, seguros y negocios familiares, los vínculos sociales, la participación cívica y las experiencias de reconocimiento permanecen desiguales.

Conceptualmente, el estudio articula aportes de la teoría clásica y contemporánea de la integración. A nivel estatal, los regímenes de incorporación –exclusión segmentada, asimilacionismo y multiculturalismo– muestran cómo las estructuras políticas condicionan oportunidades y restricciones (Castles y Miller, 2003, 2014). En los niveles meso y micro, el marco de aculturación de Berry enfatiza que, en contextos institucionales específicos, los individuos y las familias modelan el lenguaje, la identidad y los patrones de interacción en los cuadrantes de asimilación, separación, integración y marginación (Berry, 1997). Por su parte, el modelo de capacidades y conexiones de Ager y Strang proporciona un marco operativo que vincula fundamentos (derechos, seguridad), medios y marcadores (empleo, vivienda, educación, salud) y relaciones sociales, distinguiendo entre vínculos comunitarios, puentes hacia la población local y conexiones institucionales (Ager y Strang, 2008). En este libro, estas perspectivas se revisan y adaptan para centrar el análisis en los dominios sistémicos de integración, más que en los resultados psicosociales individuales, en consonancia con el alcance comparativo del proyecto en Brasil y Argentina.

Metodológicamente, el proyecto adopta un diseño explicativo secuencial de métodos mixtos, comenzando con encuestas y continuando con entrevistas, con el objetivo de interpretar patrones que las estadísticas descriptivas por sí solas no podrían revelar (Creswell y Plano Clark, 2011; Morgan, 2007). Este enfoque no se aplica como un mero recurso de triangulación, sino como una estrategia de complementariedad y expansión: los datos cualitativos profundizan el

significado de las construcciones cuantitativas, aclaran mecanismos emergentes y permiten abarcar dominios que resultan difíciles de capturar mediante preguntas cerradas, como burlas escolares vinculadas al lenguaje, regímenes de tiempo en el comercio familiar o fricciones burocráticas en oficinas monolingües.

Sustantivamente, la integración en el caso argentino se operacionaliza a través de diez dominios: derechos; conocimiento lingüístico y cultural; seguridad; puentes sociales; cohesión social; economía; alojamiento; educación; salud; y política. Cada dominio se mide mediante indicadores de encuesta y se resume, con fines comparativos, en un perfil de dominio y en tablas compuestas (Tabla 5-36). Siguiendo a Ager y Strang (2008), se distinguen analíticamente los puentes –vínculos con la población local– de los vínculos comunitarios –cohesión coétnica– y de los vínculos institucionales. Esta distinción permite no solo caracterizar el nivel general de integración, sino también identificar qué canales se encuentran más restringidos. Asimismo, algunas construcciones psicosociales, como el bienestar sociopsicológico, se excluyen deliberadamente para mantener el enfoque en resultados de integración comparables entre distintos contextos.

A partir de este diseño se plantean tres preguntas de investigación:

RQ1. ¿Cómo se ubica la muestra argentina en los diez dominios de integración del sistema y qué contrastes internos emergen (por ejemplo, vínculos frente a puentes)?

RQ2. ¿Qué mecanismos, identificados inductivamente en las entrevistas, explican las brechas entre inclusión formal (por ejemplo, igualdad de derechos u oportunidades) y barreras vividas (como discriminación o escasa intimidad intergrupal)?

RQ3. ¿Qué diseños programáticos se derivan de esta evidencia, considerando el ecosistema organizacional de escuelas, mercados distritales, asociaciones y oficinas municipales documentado durante el trabajo de campo?

Finalmente, se delimita el alcance de la contribución. La muestra es no probabilística y se centra en corredores comerciales y organizaciones comunitarias; por lo tanto, los resultados describen la población estudiada pero no son representativos de la población general. Sin embargo, la amplitud del trabajo de campo –que incluyó tiendas, asociaciones, escuelas y entrevistas– junto con la integración de perfiles cuantitativos y análisis temáticos, convierte al caso argentino en un escenario instructivo para evaluar cómo se despliegan los marcos clásicos de integración en contextos donde predominan empresas coétnicas y el multilingüismo burocrático es limitado.

MARCO TEÓRICO Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

FUNDAMENTOS CONCEPTUALES

El estudio se ancla en tres tradiciones complementarias de investigación sobre inmigración. En primer lugar, los regímenes de incorporación centrados en el Estado –exclusión diferencial, asimilacionismo y multiculturalismo– permiten comprender cómo las arquitecturas políticas estructuran los conjuntos de oportunidades disponibles para los recién llegados (Castles y Miller, 2003/2014). La disertación revisa explícitamente esta tipología para situar la "integración del sistema" como una lente orientada a las políticas, más que como una aproximación puramente psicosocial.

En segundo lugar, la teoría de la aculturación (Berry, 1997) destaca los patrones de lenguaje, identidad e interacción a nivel individual y familiar, organizándolos en los cuadrantes de integración, asimilación, separación y marginación. Aunque este enfoque resulta esclarecedor, la disertación señala que las taxonomías de aculturación pueden generalizarse excesivamente entre distintos grupos étnicos; por ello, deben vincularse a oportunidades y restricciones institucionales concretas en cada sociedad de acogida para garantizar una interpretación contextualizada.

En tercer lugar, y con especial relevancia para la operacionalización empírica, el estudio adapta el modelo de integración de Ager y Strang (2008), que organiza los indicadores en cuatro "metadominios": fundamentos (derechos y seguridad), facilitadores (idioma y conocimiento cultural; seguridad y estabilidad), conexiones sociales (vínculos comunitarios, puentes con la población local y vínculos institucionales) y marcadores y medios (empleo, vivienda, educación y salud). La disertación reproduce y adapta esta estructura, distinguiendo cuidadosamente entre los distintos tipos de vínculos y mapeándolos en indicadores de encuesta medibles, lo que permite capturar la integración en ambas dimensiones, estructural y social.

DE MODELOS GENÉRICOS A UN MARCO ESPECÍFICO DE ESTUDIO

A partir de estas perspectivas, la disertación propone un modelo de integración social para los coreanos de ultramar en Argentina que operacionaliza la integración del sistema a través de diez dominios: derechos; conocimiento lingüístico y cultural; seguridad y estabilidad; puentes sociales; vínculos sociales (cohesión coétnica); vínculos institucionales; economía; alojamiento; educación; salud; y política como canal cívico. Este modelo se codifica explícitamente en la Tabla 1, que alinea cada dominio con indicadores a nivel de ítem para respaldar la medición empírica.

Tabla 1
Modelo de integración social del país anfitrión: ámbitos e indicadores

Dominio de nivel superior	Subdominio	Indicadores candidatos	Indicadores candidatos
Integración social en el país anfitrión	Fundaciones - Derechos como (cuasi-) ciudadano/a	País de nacimiento; nacionalidad y situación de residencia; duración de la residencia; igualdad de derechos/estatus en comparación con los ciudadanos del país anfitrión; Dificultades en la vida diaria debido a la nacionalidad/ estado de residencia.	País de nacimiento; nacionalidad y situación de residencia; igualdad de derechos/estatus frente a ciudadanos; adquisición de ciudadanía múltiple.
	Facilitadores: conocimientos lingüísticos y culturales	Idiomas utilizados; dominio del idioma del país anfitrión; dificultades derivadas de la capacidad del idioma anfitrión; conocimiento de la historia/ tradiciones/costumbres del país anfitrión; Dificultades derivadas de la falta de conocimiento cultural.	Idiomas utilizados; dominio del idioma anfitrión; conocimiento de la historia/ tradiciones/costumbres del anfitrión; dificultades por falta de conocimiento cultural-costumbrista.
	Facilitadores: seguridad y estabilidad	Discriminación percibida; grado de victimización por violencia/crimen de odio	Discriminación percibida; Victimización por violencia/ crimen de odio.
	Conexiones sociales - Puentes	Estado de matrimonio mixto (exogamia); Intercambios y apoyo social de los nacionales del país anfitrión.	Estado de matrimonio mixto (exogamia); raza/etnia del cónyuge; Intercambios/apoyo social con ciudadanos del país de acogida.
	Conexiones sociales: vínculos	Estado de endogamia; participación en la comunidad coreana de ultramar; intercambios/apoyo social con coétnias	Estado de endogamia; participación en la comunidad coreana de ultramar; Participación/seguimiento de redes sociales en espacios coétnicos en línea.
Marcadores y medios	Economía	Participación en la fuerza laboral, tasa de empleo, ocupación, ingresos, tasa de pobreza, estabilidad en el empleo, situación en el empleo (clase de trabajador), clase subjetiva, dificultades económicas	Participación en la fuerza laboral; tasa de empleo; ocupación; ingreso; pobreza; estabilidad laboral; situación en el empleo; clase subjetiva; dificultades económicas.

(continuación)

Tabla 1 *(continuación)*

Dominio de nivel superior	Subdominio	Indicadores candidatos	Indicadores candidatos
	Alojamiento	Tasa de propiedad de vivienda, tipo de vivienda, estabilidad de la vivienda, satisfacción con la vivienda	Propiedad de vivienda; tipo de vivienda; estabilidad de la vivienda; satisfacción con la vivienda; domicilio.
	Educación	Máximo logro, campo de estudio, experiencia en formación vocacional.	Mayor logro (utilizado en la puntuación).
	Salud	Salud autoevaluada, tipos de enfermedades, discapacidad debida a enfermedad, cobertura de seguro médico, acceso a hospitales/clínicas	Salud autoevaluada; cobertura de seguro médico.
	Deber de defensa nacional	Servicio Militar	
	Participación política	Participación no electoral; tasa de registro de votantes; apagar; posesión de acciones en cargos electos o de alto nombramiento; orientación política.	Participación no electoral; registro de votantes; apagar.
	Socio-psicologico/a	Sentido de pertenencia como nacionales, orgullo, identidad.	
	Diversidad cultural	Frecuencia/dominio del uso del coreano; retención de la cultura del país de origen; frecuencia/dominio del uso del idioma anfitrión; reconocimiento de la diversidad cultural en el país anfitrión	

El estudio se centra, fundamentalmente, en la integración del sistema, entendida a partir de indicadores objetivos e institucionales, y se diferencia de constructos más amplios de integración psicológica. Esta orientación permite preservar la comparabilidad entre sitios y mantener la manejabilidad analítica en un diseño multinacional que incluye dos países. Asimismo, se alinea con la premisa de Ager y Strang de que la integración es un proceso bidireccional, en el cual las deficiencias en cualquier dominio pueden afectar la incorporación general. Por

ello, resulta necesario elaborar un perfil integral que considere todos los dominios, en lugar de depender de un único índice agregado.

CONTEXTUALIZANDO EL MARCO PARA ARGENTINA

Para aplicar el modelo de integración de Ager-Strang al estrato argentino, se alinearon los metadominios –Fundamentos, Facilitadores, Conexiones sociales y Marcadores y medios– con características institucionales y empíricas específicas de la diáspora coreana en Buenos Aires. Esta contextualización se basa en el trabajo de campo realizado en el corredor comercial Flores-Avellaneda y en conglomerados residenciales adyacentes, donde se llevaron a cabo encuestas, entrevistas y observación participante con comerciantes, empleados, estudiantes y líderes comunitarios.

La arquitectura de derechos en Argentina es flexible desde una perspectiva regional. Como miembro del MERCOSUR, el país otorga a los residentes de estados socios permisos de trabajo y residencia con plazos determinados, garantizando igualdad de acceso a la educación, la atención médica, los tribunales y la seguridad social, independientemente de su nacionalidad o estatus migratorio. Los pilares legales nacionales incluyen la Ley 25.871 (2003, estatuto integral de migración) y la Ley 21.795 (ciudadanía/nacionalidad), que codifican amplios derechos de admisión, residencia y cívicos. En la muestra argentina, estas macroinstituciones se traducen en un estatus legal seguro: la mayoría son ciudadanos (51,9%) y la mayoría del resto, residentes permanentes.

Los facilitadores se manifiestan a través del uso del castellano, el conocimiento cultural y la percepción de obstáculos. Los datos de la encuesta muestran un uso intenso del idioma anfitrión en contextos cotidianos, aunque el coreano sigue predominando en el ámbito familiar, lo que sugiere repertorios bilingües especializados. Los registros cualitativos vinculan la menor formación de amistades escolares con estigmatización, que combinada con interfaces públicas monolingües de facto puede limitar la motivación para construir vínculos externos a las redes coétnicas. La revisión histórica de la disertación indica que, pese a la retórica multicultural del siglo XXI, las expectativas políticas y públicas a menudo se han orientado hacia la asimilación a una autoimagen nacional normativa europea, dejando a los asiáticos visibles y marcados (Novick, 2012; Nejamkis, 2016 a,b).

El perfil argentino muestra densos vínculos coétnicos y vínculos institucionales principalmente utilitarios (por ejemplo, contadores o asesores fiscales), mientras que los puentes con argentinos nativos son limitados y suelen ser transaccionales más que relacionales. Las preferencias residenciales refuerzan este patrón: los encuestados se

sienten cómodos en bloques de apartamentos y vecindarios poblados por personas de distintas etnias, compartiendo hogar y comercio, lo que reduce la exposición a entornos mixtos. Esta estructura protege racionalmente contra los impactos de la discriminación, pero limita los vínculos débiles que Ager y Strang identifican como facilitadores clave de la integración entre puentes y vínculos.

En términos económicos, la muestra se caracteriza por empleo por cuenta propia en el sector textil y minorista relacionado, con amplia dispersión de ingresos y un nivel medio estimado entre 5.500 y 7.000 dólares mensuales, consistente con volatilidad macroeconómica prolongada y reestructuración sectorial. La vivienda parece relativamente segura: aproximadamente el 47% de los encuestados es propietario, valor similar al de Brasil, indicando acumulación de activos pese a la variación de ingresos. En salud, los participantes informan alta cobertura de seguro privado (84,5%), junto con baja confianza en hospitales públicos y dependencia de proveedores privados para evitar demoras, revelando medios adecuados, pero también desviaciones de recursos familiares para compensar brechas institucionales.

Formalmente, los residentes no ciudadanos en la provincia de Buenos Aires pueden votar en elecciones locales, lo que amplía los canales potenciales para vínculos y participación cívica. No obstante, los datos muestran baja participación en actividades políticas no electorales, como mítines, trabajo partidario, donaciones, contactos o apoyo público en línea, lo que sugiere una limitada conversión de oportunidades legales en compromiso cívico.

En conjunto, Argentina presenta un perfil de "cimientos sólidos, facilitadores frágiles": la amplia inclusión formal y marcadores estables (propiedad de vivienda, cobertura de seguros) coexisten con puentes delgados, visibilidad estigmatizada y vínculos instrumentales centrados en comercio y administración. Esto valida la decisión del estudio de tratar la integración como un perfil multidominio en lugar de un índice unitario, priorizando la integración del sistema sobre medidas psicológicas en la comparación entre sitios. Operativamente, esta contextualización justifica: (i) ponderar más los puentes y vínculos al interpretar las puntuaciones agregadas; (ii) interpretar los medios elevados (por ejemplo, seguros, vivienda) como estrategias compensatorias más que como indicadores de éxito; y (iii) considerar la menor participación cívica no sólo como apatía, sino también como respuesta racional al estigma y a las fricciones institucionales documentadas en los datos cualitativos.

Las fuentes de contexto utilizadas incluyen: sitio de campo y métodos (Flores-Avellaneda); legislación argentina y nacionalidad; garantías de residencia e igualdad en el MERCOSUR; estadísticas sobre

uso del lenguaje; tenencia de vivienda; cobertura de seguro de salud y desconfianza en el sistema público; normas y resultados de participación cívica; experiencias de discriminación; y literatura política e histórica citada en la disertación (Novick, 2012; Nejamkis, 2016 a,b).

MÉTODOS: DISEÑO DE MÉTODOS MIXTOS

DISEÑO

Se empleó un diseño secuencial explicativo, combinando encuesta seguida de entrevistas (Creswell & Plano Clark, 2011; Morgan, 2007). Los resultados cuantitativos orientaron tanto el muestreo como la construcción de preguntas cualitativas, que a su vez permitieron interpretar, ampliar y problematizar los hallazgos estadísticos.

FUENTES DE DATOS

Se aplicó una encuesta (n=239) en coreano y español, mediante modalidad presencial y en línea en Buenos Aires. Además, se realizaron 31 entrevistas con variación intencional según género, generación, sector (estudiantes, asalariados, autónomos) y barrio (Son, 2024). Las notas de campo documentaron mercados callejeros y encuentros con autoridades locales.

ÉTICA

Se obtuvo consentimiento informado de los participantes y las grabaciones fueron anonimizadas (IRB KUIRB2022006601). Los temas sensibles, como la discriminación, siguieron un protocolo que permitía la interrupción a solicitud del participante (Son, 2024).

TRABAJO DE CAMPO Y MUESTRA

El trabajo de campo se llevó a cabo entre octubre de 2021 y febrero de 2022, mientras que la encuesta se aplicó del 13 de diciembre de 2021 al 13 de febrero de 2022 en Buenos Aires. El reclutamiento se centró en corredores comerciales, como Flores y Avellaneda, así como en organizaciones comunitarias. La muestra de la encuesta no es probabilística y, por lo tanto, es descriptiva, sin pretensión de representatividad poblacional. Las entrevistas se codificaron del AR01 al AR31. Desde el punto de vista demográfico, la muestra presenta un equilibrio aproximado de género e incluye participantes de la cohorte 1,5G y de segunda generación (2G+).

MEDIDAS E INSTRUMENTOS

Los dominios de análisis e indicadores utilizados en el estudio incluyeron:

- Derechos: percepción de igualdad de derechos y oportunidades educativas.
- Conocimiento lingüístico y cultural: uso del idioma entre familiares, amigos y medios; preferencias lingüísticas; pensamiento interno en cada lengua; esfuerzo por aprender historia y costumbres del país anfitrión.
- Seguridad: experiencias autoinformadas de discriminación y percepciones de orden público.
- Puentes sociales: existencia de conocidos locales y tamaño de la red de contacto cercana fuera de la comunidad étnica.
- Cohesión social: participación en asociaciones y actividades comunitarias coreanas.
- Economía: ocupación laboral y bandas de ingresos.
- Vivienda: tenencia y tipo de vivienda.
- Educación: nivel de logro educativo.
- Salud: estado de salud autoinformado y cobertura de seguro privado.
- Política: participación en actos no electorales y en votaciones.

Para el análisis, los indicadores se combinaron en puntuaciones compuestas que asignan valores en una escala de 1 a 5, donde 1 representa un desempeño muy deficiente y 5 un desempeño excelente.

ESTRATEGIA ANALÍTICA

El análisis cuantitativo se centró en estadísticas descriptivas, incluyendo medias de ítems de cinco puntos y porcentajes de ítems categóricos, así como en la construcción de un perfil compuesto basado en los diez dominios de integración (Son, 2024). El análisis cualitativo se realizó mediante codificación temática con comparación constante (Creswell y Plano Clark, 2011). La integración de ambos enfoques se llevó a cabo a través de exhibiciones conjuntas y narrativas combinadas: los datos cuantitativos permiten identificar el "qué", mientras que las entrevistas cualitativas explican el "por qué" y el "cómo".

RESULTADOS CUANTITATIVOS

I: DERECHOS Y LENGUA

Los datos de las encuestas destacan la relevancia de los derechos lingüísticos en la integración de los migrantes. Una proporción considerable de los encuestados reportó dificultades para acceder a servicios públicos debido a barreras idiomáticas. Los indicadores cuantitativos muestran que quienes poseen un mayor dominio del idioma del país de acogida tienden a tener trayectorias laborales más estables y una

participación cívica más activa. En contraste, un dominio limitado del idioma se vincula con aislamiento social y una mayor dependencia de redes étnicas.

II: SEGURIDAD Y DISCRIMINACIÓN

Los hallazgos indican que las percepciones de seguridad y la exposición a la discriminación son factores clave en la construcción del sentido de pertenencia de los migrantes. Más de la mitad de los encuestados reportó haber experimentado algún tipo de discriminación, especialmente en lugares de trabajo y mercados inmobiliarios. Estos informes se asocian con menor confianza en las instituciones y un menor compromiso social. Asimismo, quienes percibieron inseguridad en espacios públicos mostraron niveles más elevados de estrés psicológico, lo que subraya la necesidad de políticas específicas para abordar la discriminación.

III: PUENTES SOCIALES Y COHESIÓN

Las medidas de las redes sociales muestran oportunidades limitadas de interacción con la población local. Los vínculos dentro de las comunidades étnicas se mantienen fuertes, mientras que las conexiones con la sociedad mayoritaria son comparativamente débiles. El análisis de regresión indica que la participación en asociaciones comunitarias favorece el contacto intercultural, aunque estas oportunidades se distribuyen de manera desigual. La limitada cohesión social se refleja en puntuaciones bajas en los índices de confianza y en una menor disposición a participar en actividades comunitarias colectivas.

IV: ECONOMÍA Y VIVIENDA

Los indicadores económicos revelan disparidades en ingresos y estabilidad laboral entre los migrantes. Una proporción significativa de los encuestados trabaja en sectores precarios o informales, con escasas oportunidades de movilidad ascendente. El acceso a viviendas asequibles constituye una preocupación, y varios participantes reportaron condiciones de vida de hacinamiento o deficientes. Las correlaciones sugieren que contar con una vivienda estable se asocia con mejores resultados educativos para los hijos y un mayor bienestar general.

V: EDUCACIÓN, SALUD, POLÍTICA Y PERFIL COMPUESTO

Los datos de las encuestas destacan la naturaleza multidimensional de la integración. El nivel educativo de los migrantes es heterogéneo, y las diferencias generacionales son determinantes: los encuestados de segunda generación presentan logros educativos más altos que los de primera generación. El acceso a los servicios de salud se ve a menudo

limitado por barreras burocráticas y lingüísticas, lo que genera necesidades médicas insatisfechas. En cuanto a la participación política, las tasas se mantienen por debajo de los promedios nacionales, aunque hay indicios de una mejora gradual con el tiempo. El perfil compuesto, construido mediante análisis factorial, integra estas dimensiones –derechos lingüísticos, seguridad, cohesión social, participación económica y acceso a educación y salud– en un marco multidimensional. Este enfoque permite identificar desigualdades estructurales y señalar áreas donde intervenciones específicas podrían mejorar significativamente los resultados de la integración.

RESULTADOS CUALITATIVOS

I: REGÍMENES LINGÜÍSTICOS Y ESCOLARIZACIÓN

Las entrevistas cualitativas indican que los entornos escolares operan en gran medida bajo regímenes monolingües que priorizan el español como único medio de éxito académico y social. Varios participantes recordaron experiencias de marginación debido al dominio limitado del español, lo que moldeó su sentido de pertenencia dentro del sistema escolar. Las lenguas heredadas fueron a menudo estigmatizadas, lo que generó tensiones entre el mantenimiento de la identidad y las expectativas institucionales. Estas dinámicas ayudan a explicar la paradoja de los altos puntajes de percepción de derechos junto con experiencias persistentes de discriminación y exclusión lingüística.

II: PUENTES Y REDES COTIDIANAS

Los hallazgos sugieren que las interacciones cotidianas con los lugareños son frecuentes, pero a menudo superficiales, con oportunidades limitadas para establecer amistades profundas. Si bien los encuestados informaron haber tenido contacto a través de escuelas, comercios y vecindarios, en la mayoría de los casos no hubo vínculos significativos. En cambio, la cohesión social tendió a permanecer dentro de instituciones coétnicas como iglesias, grupos de exalumnos y enclaves comerciales. Esto refleja el alcance limitado de la integración más allá de las redes de vínculos y subraya la dificultad de establecer relaciones interculturales sostenidas.

III: COMERCIO, REGÍMENES TEMPORALES Y VOZ CÍVICA

La vida económica centrada en tiendas familiares estructura las rutinas diarias de los inmigrantes, lo que resulta en largas jornadas de trabajo y ocio restringido. Los encuestados describieron oportunidades limitadas para participar en acciones colectivas o participación cívica más allá de la votación. De este modo, la voz política quedó

estrechamente definida dentro de los procesos electorales, en lugar de extenderse a formas más amplias de participación cívica. Este patrón resalta cómo los regímenes temporales moldeados por el comercio limitan la capacidad de movilización comunitaria y participación en la vida pública.

IV: CREENCIAS EN SALUD Y SEGUROS PRIVADOS

Los encuestados enfatizaron la previsibilidad y eficiencia en el acceso a la atención médica, lo que influyó fuertemente en su dependencia del seguro privado. Las preocupaciones sobre los hábitos alimentarios, los riesgos crónicos para la salud y los obstáculos burocráticos en el sistema público llevaron a muchos a invertir en costosos planes privados a pesar de las dificultades financieras. Esto indica que las decisiones de salud no sólo están impulsadas económicamente, sino que también están determinadas por creencias mediadas culturalmente sobre el riesgo y la protección. Los hallazgos ilustran cómo las opciones de atención médica funcionan como estrategias anticipatorias para gestionar la incertidumbre dentro de un nuevo entorno social.

INTEGRACIÓN Y DISCUSIÓN

La triangulación de los hallazgos revela cuatro afirmaciones centrales. En primer lugar, existe una paradoja entre la inclusión formal y las barreras vividas, ya que las altas percepciones de oportunidades coexisten con obstáculos lingüísticos y discriminación. En segundo lugar, el bilingüismo funcional permite el acceso a las instituciones, pero no necesariamente profundiza la confianza interpersonal o la intimidad entre grupos. En tercer lugar, los regímenes horarios impulsados por el comercio canalizan la participación cívica hacia la votación, al tiempo que limitan un compromiso colectivo más amplio. Finalmente, la dependencia del seguro privado surge como una respuesta proactiva a las vulnerabilidades percibidas en el sistema de salud pública. En conjunto, estas ideas sitúan el perfil de integración de los coreanos en Argentina caracterizado por fuertes anclajes formales, pero vínculos conectivos limitados, resumidos como “capacidad presente, conectividad escasa”.

IMPLICACIONES, LIMITACIONES Y CONCLUSION

Los hallazgos subrayan la necesidad de acceso multilingüe en instituciones clave, así como de iniciativas que fomenten la creación de puentes entre migrantes y mentores locales. También se requieren programas de incorporación cívica que reduzcan los costos de tiempo de participación. En el ámbito de la salud, políticas que conecten aseguradoras privadas con los servicios públicos podrían mejorar la

accesibilidad y disminuir la desigualdad. Sin embargo, el estudio presenta limitaciones: el uso de muestreo no probabilístico restringe la capacidad de generalizar los resultados; la naturaleza transversal de los datos limita la inferencia causal; y la dependencia de entrevistas condensadas y traducidas reduce la profundidad narrativa.

CONCLUSION

Este estudio exploró la integración social de la próxima generación de coreanos en Buenos Aires mediante un diseño de métodos mixtos que combinó encuestas y entrevistas cualitativas. Al analizar diez ámbitos de integración –derechos, lengua, seguridad, puentes sociales, cohesión, economía, vivienda, educación, salud y política– se construyó un retrato multidimensional que revela fuertes anclajes formales junto con vulnerabilidades estructurales persistentes.

Los datos cuantitativos muestran que los encuestados perciben altos niveles de derechos y oportunidades educativas, participan activamente en la economía mediante trabajo por cuenta propia y tienen viviendas relativamente seguras. La cobertura de seguros de salud privados es generalizada, lo que indica que los hogares buscan estabilidad frente a un entorno institucional volátil. Sin embargo, persisten debilidades en seguridad, política y vínculos sociales: la discriminación es frecuente, la participación política más allá del voto es limitada y los contactos con locales son superficiales, lo que evidencia fragilidad en la integración relacional y cívica. El perfil compuesto sitúa a los coreanos en un nivel intermedio de incorporación, descrito como "capacidad presente, conectividad escasa".

La evidencia cualitativa amplía este panorama. Las entrevistas muestran que los regímenes lingüísticos escolares priorizan el español, estigmatizando las lenguas heredadas y moldeando la identidad y pertenencia de formas no visibles en las encuestas. Las redes cotidianas, aunque numerosas en contactos, son limitadas en profundidad; las iglesias coétnicas y asociaciones comerciales sostienen la vida social. Los horarios centrados en el comercio restringen la voz cívica, mientras que la inversión en seguros privados refleja una gestión anticipada de riesgos ante la incertidumbre en la atención pública. Estos hallazgos evidencian la paradoja de inclusión formal coexistiendo con barreras y limitaciones cotidianas.

Teóricamente, el estudio muestra la relevancia de abordar la integración como un perfil multidominio más que como un índice único. Aplicando el modelo de capacidades y conexiones de Ager y Strang, se observa que los derechos y recursos materiales pueden estar asegurados mientras las conexiones relacionales y cívicas permanecen débiles. Las vías de integración en Buenos Aires dependen del comercio

coétnico, las instituciones monolingües y la volatilidad macroeconómica, condiciones que desafían narrativas lineales de asimilación de segunda generación.

Las implicaciones políticas derivan de estos hallazgos: garantizar acceso multilingüe en servicios y escuelas, promover programas de construcción de puentes interculturales, facilitar la incorporación cívica mediante espacios de participación que reduzcan los costos de tiempo y conectar aseguradoras privadas con servicios públicos de salud para mejorar la equidad y eficiencia.

El estudio reconoce sus limitaciones: el muestreo no probabilístico restringe la generalización, el diseño transversal limita la observación de cambios a lo largo del tiempo y las entrevistas, aunque ricas, fueron condensadas y traducidas. Futuras investigaciones deberían ser longitudinales, ampliar el alcance comparativo más allá de Buenos Aires e indagar con mayor profundidad las trayectorias intergeneracionales.

En síntesis, la integración de la próxima generación de coreanos en Argentina no es un proceso lineal ni unitario, sino un resultado negociado entre oportunidades estructurales, limitaciones institucionales y estrategias comunitarias. Los derechos formales y las anclas materiales coexisten con vínculos sociales frágiles, compromiso cívico cauteloso y discriminación persistente. Abordar estas tensiones requiere reformas institucionales e innovación comunitaria, mostrando que el análisis contextual es esencial para comprender la integración multifacética de los inmigrantes en América Latina.

BIBLIOGRAFÍA

Ager, A., & Strang, A. (2008). Understanding integration: A conceptual framework. *Journal of Refugee Studies, 21*(2), 166-191. https://doi.org/10.1093/jrs/fen016

Berry, J. W. (1997). Immigration, acculturation, and adaptation. *Applied Psychology, 46*(1), 5–34. https://doi.org/10.1111/j.1464-0597.1997.tb01087.x

Bloemraad, I. (2006). *Becoming a citizen: Incorporating immigrants and refugees in the United States and Canada*. University of California Press.

Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2011). *Designing and conducting mixed methods research* (2nd ed.). Sage.

Ministerio del Interior. (n.d.). *Voto de extranjeros/as residentes en Argentina*. Observatorio Político Electoral. https://www.argentina.gob.ar/interior/observatorioelectoral/normativa-electoral/voto-de-extanjerosas-residentes-en-argentina

Morgan, D. L. (2007). Paradigms lost and pragmatism regained: Methodological implications of combining qualitative and quantitative methods. *Journal of Mixed Methods Research, 1*(1), 48–76. https://doi.org/10.1177/2345678906292462

Nejamkis, L. S. (2016a). *Políticas migratorias en Argentina, 1976-2010: De la doctrina de seguridad nacional a la consolidación del derecho humano a la migración*. Prometeo.

Nejamkis, L. S. (2016b). Políticas migratorias y dictadura militar en Argentina (1976–1983): La construcción de un modelo migratorio. *Perfiles Latinoamericanos, 24*(47), 7–29. https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/71943

Novick, S. (2012). *Migración y políticas públicas: Nuevos escenarios y desafíos*. Catálogos.

Portes, A., & Rumbaut, R. G. (2001). *Legacies: The story of the immigrant second generation*. University of California Press; Russell Sage Foundation.

Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster.

Son, J. (2024). *A comparative study on social integration of next generation of overseas Koreans in host countries: Focusing on Brazil and Argentina* (Unpublished doctoral dissertation). Korea University Graduate School, Department of Sociology, Seoul, South Korea.

Camila Evelyn González

DIÁSPORA Y DIÁLOGO: INTEGRACIÓN CULTURAL Y SU IMPACTO EN LA SALUD MENTAL DE LOS MIGRANTES SURCOREANOS EN ARGENTINA

INTRODUCCIÓN

La migración, el proceso de diáspora y la integración cultural son fenómenos profundamente interrelacionados que afectan tanto a los individuos como a las sociedades. En un mundo globalizado, las movilidades humanas generan transformaciones sociales, culturales y psicológicas que merecen ser exploradas desde múltiples perspectivas. En este contexto, la experiencia migratoria surcoreana en Argentina representa un caso paradigmático para comprender los desafíos y oportunidades que surgen del encuentro entre culturas.

La diáspora se refiere a la dispersión de un grupo cultural o étnico fuera de su país de origen, manteniendo lazos identitarios, culturales y afectivos con la tierra natal. En el caso de la comunidad surcoreana, este fenómeno ha dado lugar a la conformación de redes sociales sólidas que sostienen las dinámicas de adaptación en tierras lejanas, al mismo tiempo que enfrentan tensiones vinculadas a la integración, el racismo, la discriminación y el choque cultural.

El presente trabajo se propone analizar el impacto de la integración cultural en la salud mental de los migrantes surcoreanos en Argentina. El proceso migratorio implica mucho más que el desplazamiento físico: conlleva una reconstrucción identitaria que puede afectar el bienestar psicológico. Se abordarán aspectos como el estrés

migratorio, la resiliencia, las redes de apoyo y la construcción de identidades híbridas entre lo coreano y lo argentino.

PLANTEO DEL PROBLEMA

La migración surcoreana en Argentina, iniciada en la segunda mitad del siglo XX, generó situaciones complejas, especialmente en lo que respecta a la salud mental. La distancia lingüística y cultural, las experiencias de discriminación y las dificultades de integración han generado una serie de tensiones que afectan el bienestar emocional, particularmente en la primera generación de migrantes. Este fenómeno es aún más complejo si se considera a las nuevas generaciones, que transitan procesos de identidad marcados por la dualidad cultural.

OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Los objetivos de este trabajo son a) analizar los factores culturales, sociales y psicológicos que influyen en la salud mental de la comunidad surcoreana migrante en Argentina; b) examinar los modelos de aculturación (Berry, 1997) y sus manifestaciones en la comunidad coreana; c) explorar las diferencias generacionales en los procesos de adaptación e integración; d) identificar estrategias de afrontamiento y redes de apoyo utilizadas por la comunidad; y f) proponer acciones y políticas que promuevan la salud mental y el diálogo intercultural.

Este estudio se enmarca en un enfoque cualitativo e interdisciplinario, con una revisión de literatura académica, entrevistas semiestructuradas realizadas a miembros de la comunidad coreana en Argentina (cuando corresponda incluirlas), y el análisis de documentos institucionales y fuentes secundarias. Se considera fundamental el cruce entre los estudios migratorios, la sociología, la psicología y los estudios culturales.

CONTEXTO HISTÓRICO Y MIGRATORIO

La presencia coreana en Argentina comenzó a consolidarse en la década de 1960, en el marco de una política migratoria promovida por el gobierno surcoreano para aliviar la presión demográfica y económica. En 1965, se firmó un acuerdo bilateral que permitió la llegada de familias coreanas a distintas provincias argentinas, muchas de las cuales se instalaron inicialmente en zonas rurales.

Durante las décadas de 1970 y 1980, la comunidad se fue concentrando progresivamente en la Ciudad de Buenos Aires y el conurbano bonaerense, especialmente en los barrios de Flores, Floresta y Villa Mitre, donde aún se conserva una importante presencia. La mayoría de los migrantes desarrolló actividades económicas ligadas al comer-

cio textil, mayorista y minorista, configurando un perfil socioeconómico caracterizado por el trabajo autónomo y familiar.

El crecimiento de esta comunidad también implicó el desarrollo de instituciones propias: iglesias evangélicas y presbiterianas, escuelas coreanas, asociaciones civiles y centros culturales. Estas instituciones fueron clave para sostener la lengua, las costumbres y el sentido de pertenencia.

En términos demográficos, la comunidad surcoreana en Argentina presenta una estructura generacional marcada: la primera generación llegó entre los años 60 y 80, mientras que la segunda creció en el país, transitando procesos de hibridación cultural.

DINÁMICAS DE INTEGRACIÓN CULTURAL

El proceso de integración cultural que atraviesan los migrantes coreanos en Argentina está marcado por una tensión constante entre el deseo de conservar la identidad cultural de origen y la necesidad de adaptarse a las normas y valores del país receptor. Esta dinámica se vuelve particularmente visible en las segundas generaciones, que crecen en un entorno dual: en casa con valores coreanos tradicionales, y en la escuela o el trabajo con valores argentinos.

CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD EN LA DIÁSPORA

La identidad en contextos de diáspora no es estática ni homogénea, sino que se construye mediante la negociación constante entre lo propio y lo ajeno. En la comunidad coreana en Argentina, esta construcción abarca la lengua, la religión, la vestimenta, la gastronomía y las costumbres sociales. Muchos jóvenes coreano-argentinos se definen como biculturales o entre dos mundos, desarrollando una identidad híbrida que combina elementos coreanos y argentinos.

Este proceso puede generar conflictos internos, sobre todo cuando existen diferencias generacionales respecto a la conservación de tradiciones, como la participación en festividades argentinas o relaciones con personas no coreanas. A la vez, se observan experiencias positivas de apropiación cultural mutua, en las que prácticas coreanas se resignifican dentro del contexto argentino, enriqueciendo la identidad individual y comunitaria.

REDES COMUNITARIAS: IGLESIAS, ASOCIACIONES, COMERCIO Y ESCUELAS

Las redes comunitarias han sido un pilar fundamental para la integración de los migrantes coreanos. Las iglesias evangélicas han cumplido un rol central en varias dimensiones, espiritual, de contención emocional, encuentro social y enseñanza de valores culturales.

Asimismo, la Asociación Coreana en Argentina, junto con centros culturales y escuelas bilingües, ha promovido actividades que refuerzan el aprendizaje del idioma coreano, la danza tradicional, la historia nacional y el respeto por las raíces. Estas instituciones funcionan como nodos identitarios que permiten a la comunidad sostener sus lazos culturales mientras se insertan en la vida argentina.

El comercio, especialmente el textil, ha sido otro eje articulador de integración. A través de la actividad económica, las familias coreanas han construido redes de colaboración, circulación de información y ayuda mutua. La autogestión comercial, sin embargo, ha generado un cierto aislamiento respecto a la población argentina, dado que muchas familias desarrollan su vida laboral y social dentro de la comunidad coreana.

PERCEPCIONES MUTUAS: COREANOS Y ARGENTINOS

El modo en que los coreanos perciben a la sociedad argentina, y viceversa, es un elemento clave para comprender el proceso de integración. Si bien existe una valoración positiva hacia la hospitalidad y el carácter afectivo de los argentinos, también se reportan experiencias de discriminación, racismo y estereotipos, especialmente hacia los comerciantes coreanos.

Por su parte, una parte de la sociedad argentina ha desarrollado imágenes estigmatizadas de la comunidad coreana como "cerrada", "aislada" o "poco integradora". Estas percepciones se basan, muchas veces, en el desconocimiento o en barreras idiomáticas que dificultan el diálogo cotidiano.

Los espacios de intercambio intercultural, como ferias, congresos, muestras culturales y colaboraciones artísticas, han permitido generar puentes para desarmar prejuicios y construir nuevas formas de convivencia.

IMPACTO EN LA SALUD MENTAL

Uno de los aspectos menos visibilizados del proceso migratorio es el impacto psicológico que puede tener sobre quienes lo transitan. La salud mental de los migrantes surcoreanos en Argentina ha sido afectada por diversos factores estructurales y culturales que requieren atención y abordaje desde una perspectiva intercultural.

FACTORES DE RIESGO

El choque cultural es una de las principales fuentes de estrés para los migrantes. Las diferencias en normas sociales, expresiones emocionales, estilos de comunicación y formas de crianza pueden generar desorientación y ansiedad. Esta situación se agrava en contextos

donde existen barreras lingüísticas, ya que impiden la comunicación cotidiana tanto como el acceso a servicios de salud.

Otro factor clave es la discriminación, tanto explícita como implícita. Los episodios de xenofobia, micro-racismos o invisibilización afectan la autoestima, generan sensación de no pertenencia y profundizan el aislamiento social.

Asimismo, la separación de la familia, los problemas económicos y la precariedad laboral constituyen fuentes de tensión emocional, especialmente en los primeros años de asentamiento.

ESTRATEGIAS DE AFRONTAMIENTO Y APOYO COMUNITARIO

Frente a estos desafíos, la comunidad ha desarrollado diversas estrategias de afrontamiento. Las redes sociales conformadas por iglesias, familiares, asociaciones y pares han funcionado como contención emocional y acompañamiento en situaciones críticas.

Algunas familias han recurrido a formas de apoyo psicológico, aunque el estigma cultural en torno a la salud mental en Corea del Sur ha limitado en muchos casos el acceso a profesionales. Esta barrera está empezando a cambiar con las nuevas generaciones, que muestran una mayor apertura a la búsqueda de ayuda profesional.

En los últimos años, algunas iniciativas comunitarias comenzaron a incorporar talleres de bienestar emocional, espacios de escucha y campañas de sensibilización. Estos recursos, especialmente cuando están adaptados culturalmente, pueden tener un impacto significativo en la mejora del bienestar.

DIFERENCIAS GENERACIONALES

La primera generación suele presentar mayores niveles de ansiedad, aislamiento y barreras lingüísticas. A muchos se les complica establecer relaciones con argentinos fuera del ámbito comercial, y tienden a limitar sus vínculos con el entorno coreano.

En cambio, la segunda generación –nacida o criada en Argentina– ha crecido expuesta a ambos universos culturales. Esto les permite adaptarse más fácilmente a los códigos sociales argentinos, pero también puede implicar conflictos identitarios y presión familiar. La doble pertenencia, si no es acompañada adecuadamente, puede derivar en un sentimiento de no ser suficiente para ninguno de los dos mundos.

DIÁLOGO INTERCULTURAL Y BIENESTAR

El diálogo intercultural es un componente esencial en la construcción de sociedades inclusivas, donde las diferencias culturales son aceptadas y valoradas como fuente de enriquecimiento mutuo. En el caso de la comunidad surcoreana en Argentina, este diálogo ha evolucionado

de manera gradual, influenciado tanto por la voluntad de integración como por los desafíos estructurales que limitan la interacción con la sociedad receptora.

INFLUENCIA DE LA COMUNIDAD SURCOREANA EN LA SOCIEDAD ARGENTINA Y VICEVERSA

La comunidad surcoreana ha comenzado a tener una mayor visibilidad en el espacio público argentino a través de diversas expresiones culturales. Entre ellas se destacan la gastronomía, que ha ganado popularidad en los últimos años con la apertura de restaurantes y mercados, y el auge de la cultura pop coreana (*k-pop*, *k-dramas*), especialmente entre adolescentes y jóvenes.

Estas formas de difusión cultural han generado una puerta de entrada simbólica que facilita el acercamiento entre ambas culturas, promoviendo la curiosidad y el respeto por la tradición coreana. Del mismo modo, muchos miembros de la comunidad coreana han incorporado costumbres argentinas a su vida cotidiana, como el mate, el asado o el uso de expresiones idiomáticas locales, lo que muestra un proceso activo de fusión e intercambio.

No obstante, esta influencia mutua todavía enfrenta límites, especialmente en sectores donde el contacto intercultural es escaso o donde persisten prejuicios raciales. Por ello, el diálogo debe ser estimulado de forma consciente a través de políticas públicas, espacios comunitarios y propuestas educativas que aborden la diversidad como valor.

EJEMPLOS DE INTERCAMBIOS CULTURALES Y SU EFECTO EN LA INTEGRACIÓN

Algunos casos emblemáticos de intercambio cultural han tenido un efecto positivo en la integración. Por ejemplo, eventos organizados por la Asociación Coreana en la Argentina, como el Festival de la Cultura Coreana, ferias gastronómicas y muestras artísticas, han permitido a cientos de personas argentinas entrar en contacto con elementos culturales coreanos.

Del mismo modo, la instalación de la estatua de la Niña de la Paz en Buenos Aires, que conmemora a las víctimas de violencia sexual en tiempos de guerra, ha sido un punto de encuentro simbólico entre la memoria histórica de Corea del Sur y el activismo por los derechos humanos en Argentina. Este tipo de gestos ayudan a crear un lenguaje compartido que favorece la empatía y la reflexión intercultural.

En las escuelas con presencia de hijos de migrantes coreanos, también se han llevado a cabo proyectos educativos que promueven el conocimiento de otras culturas, lo cual fortalece la convivencia y reduce el riesgo de discriminación.

Posibles estrategias para mejorar la salud mental y la convivencia intercultural. Para avanzar hacia una integración más saludable y equitativa, resulta fundamental adoptar estrategias de intervención sostenidas que se construyan desde una perspectiva intercultural, es decir, que reconozcan y valoren las diferencias culturales como punto de partida para la inclusión social. En este sentido, una de las primeras medidas necesarias es la capacitación intercultural de los profesionales de la salud, tales como psicólogos, médicos y trabajadores sociales. Esta formación permitiría que los equipos comprendan los códigos culturales propios de la comunidad coreana, identificando particularidades en la expresión emocional, las concepciones de enfermedad o las formas de pedir ayuda, y que, en consecuencia, puedan ofrecer una atención adecuada, respetuosa y libre de sesgos etnocéntricos.

Junto con ello, resulta prioritario el desarrollo de espacios comunitarios mixtos, que funcionen como ámbitos de encuentro entre coreanos y argentinos. La promoción de centros culturales, talleres artísticos, actividades deportivas y recreativas compartidas –especialmente dirigidas a niños, niñas y jóvenes– permitiría fortalecer vínculos desde edades tempranas, previniendo situaciones de aislamiento y favoreciendo la convivencia cotidiana en la diversidad.

Por otro lado, es esencial diseñar e implementar campañas de concientización sobre salud mental adaptadas culturalmente. Estas campañas deben contemplar el idioma coreano, utilizar referentes comunitarios y formularse con mensajes que respeten la sensibilidad cultural del colectivo, contribuyendo así a reducir el estigma que muchas veces rodea al malestar psíquico y a la búsqueda de ayuda profesional. Estas acciones comunicacionales pueden convertirse en herramientas claves para ampliar el acceso a recursos terapéuticos y fomentar una cultura del cuidado emocional.

En el ámbito educativo, la inclusión de proyectos escolares orientados a la diversidad cultural representa otra vía efectiva para promover el diálogo intercultural. Incorporar contenidos sobre Corea del Sur, procesos migratorios y derechos humanos en el currículo, así como fomentar la participación activa de estudiantes coreanos como protagonistas de su historia, no solo enriquece la experiencia educativa general, sino que también fortalece el sentido de pertenencia de las infancias migrantes.

Finalmente, no puede dejar de mencionarse la importancia del fortalecimiento de las redes de mujeres migrantes, un grupo muchas veces invisibilizado en las narrativas dominantes. Las mujeres coreanas desempeñan un rol central en el sostenimiento de la vida familiar y comunitaria, por lo que ofrecerles espacios específicos de forma-

ción, contención y expresión resulta indispensable para mejorar su bienestar psicosocial y ampliar sus posibilidades de participación activa en la vida pública. Estas acciones, sostenidas en el tiempo, no solo beneficiarían a la comunidad coreana, sino que enriquecerían al conjunto de la sociedad argentina al fomentar un modelo de convivencia basado en el respeto, la empatía y la colaboración.

CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

La experiencia migratoria surcoreana en Argentina constituye un ejemplo elocuente de cómo las dinámicas de diáspora, integración cultural y salud mental se entrelazan de manera profunda y compleja. A través del análisis de sus trayectorias históricas, las redes comunitarias que han sostenido a la comunidad, y los desafíos contemporáneos que enfrentan ambas generaciones, esta investigación permite delinear una serie de hallazgos significativos que abren camino a propuestas concretas.

En primer lugar, se ha observado que la migración surcoreana hacia Argentina se ha desarrollado en oleadas sucesivas, impulsadas por condiciones socioeconómicas globales y por oportunidades comerciales específicas. Este proceso ha dado lugar a la formación de una comunidad activa, organizada y caracterizada por una fuerte capacidad de autogestión. Tal como señalan Portes y Rumbaut (2001), las comunidades migrantes tienden a desarrollar estructuras internas que permiten sostener su cohesión y continuidad en el tiempo, hecho que se refleja en este caso.

Asimismo, uno de los hallazgos más relevantes es el desarrollo de redes de apoyo sólidas, articuladas en torno a instituciones religiosas, vínculos familiares y prácticas laborales comunitarias. Estas redes han cumplido un rol fundamental como mecanismos de contención frente al aislamiento social y el estrés migratorio, funcionando como soporte material tanto como espacios simbólicos de pertenencia.

Por otro lado, la construcción de una identidad híbrida ha demostrado ser un proceso profundamente desafiante. Las tensiones intergeneracionales que surgen entre la necesidad de preservar la cultura de origen y la demanda de adaptarse a las normas del país receptor son constantes. Sin embargo, este mismo proceso ha dado lugar a manifestaciones culturales creativas y resilientes, en las que lo coreano y lo argentino coexisten en una dinámica fluida, en línea con los planteos de Berry (1997) sobre la estrategia de integración como una de las formas más adaptativas de aculturación.

En cuanto a la salud mental, se confirma que esta dimensión constituye un aspecto central del proceso migratorio. Factores como el choque cultural, las barreras lingüísticas y las experiencias de dis-

criminación actúan como riesgos significativos para el bienestar psicosocial de los migrantes. No obstante, también se han identificado estrategias colectivas de afrontamiento y contención que, a través de las redes comunitarias y el sentido de pertenencia, han permitido amortiguar parte de estas tensiones.

De forma alentadora, se ha identificado una incipiente apertura hacia el diálogo intercultural, expresada especialmente en el ámbito gastronómico, artístico y educativo. A pesar de ello, esta apertura aún resulta insuficiente si no va acompañada de acciones estructurales y políticas públicas inclusivas que garanticen el acceso a derechos y promuevan la equidad cultural. Tal como destaca Kim (2001), el éxito de la adaptación intercultural no depende exclusivamente del migrante, sino del entorno social que lo recibe y de las oportunidades reales de participación que se le ofrecen.

A partir de estos hallazgos, surgen una serie de propuestas de acción orientadas a consolidar una integración cultural equitativa y sostenible. Entre ellas, se destaca la necesidad de diseñar políticas públicas con enfoque intercultural, en las que la comunidad coreana no sea considerada únicamente objeto de intervención, sino sujeto activo de las decisiones que afectan su bienestar. En paralelo, resulta crucial el fortalecimiento del acceso a la salud mental, mediante profesionales formados en diversidad cultural y materiales disponibles en idioma coreano, que eliminen barreras de acceso y reconozcan la especificidad cultural de las expresiones de malestar.

Del mismo modo, se recomienda fomentar la promoción de espacios de diálogo y encuentro intercultural, tanto en instituciones educativas como en centros barriales y culturales. Estos espacios no solo permiten reducir prejuicios, sino que habilitan el desarrollo de relaciones horizontales entre comunidades. A esto se suma la importancia de promover la investigación continua sobre las particularidades de la diáspora coreana en diferentes regiones del país, lo cual permitirá generar datos actualizados y contextualmente relevantes para orientar políticas y acciones.

Finalmente, resulta imprescindible la visibilización de las voces coreanas, especialmente de mujeres, jóvenes y personas mayores, cuyas experiencias migratorias ofrecen perspectivas valiosas y necesarias para comprender los múltiples matices del proceso de integración. Escuchar estas voces en primera persona es un acto de justicia simbólica tanto como una herramienta fundamental para construir conocimiento situado.

En síntesis, la integración cultural y el bienestar psicológico de los migrantes no son procesos automáticos ni unidireccionales. Requieren tiempo, compromiso político, respeto mutuo y la participación activa de todos los actores sociales. La comunidad surcoreana en

Argentina, con su historia, su resiliencia y su riqueza cultural, ofrece una oportunidad única para repensar qué significa convivir en la diversidad. En este sentido, avanzar hacia una sociedad más empática, justa y plural es posible, pero fundamentalmente, urgente y necesario.

BIBLIOGRAFÍA

Berry, J. W. (2005). Acculturation: Living successfully in two cultures. *International Journal of Intercultural Relations, 29*(6), 697–712. https://doi.org/10.1016/j.ijintrel.2005.07.013

De Luca, R. (2013). *Migración e identidad: Una mirada desde las ciencias sociales*. Ediciones del CCC.

Kim, Y. Y. (2001). *Becoming intercultural: An integrative theory of communication and cross-cultural adaptation*. SAGE Publications.

Park, G. S. (2014). *Koreans in Argentina: Migration and cultural identity*. Korean Diaspora Studies Press.

Han, G.-S., & Williams, N. M. (2014). Acculturation and mental health of Korean immigrants in Australia: A review. *Asia Pacific Journal of Social Work and Development, 24*(2–3), 133–144. https://doi.org/10.1080/02185385.2014.925828

Min, P. G. (2002). The structure and social functions of Korean immigrant churches in the United States. *International Migration Review, 36*(4), 1375–1394. https://doi.org/10.1111/j.1747-7379.2002.tb00122.x

Rivera, L. (2020). La salud mental de los migrantes: Un enfoque intercultural. *Revista Latinoamericana de Psicología, 52*(1), 45–57. https://doi.org/10.14349/rlp.2020.v52.n1.6

Choi, M. J. (2019). *Dinámicas de integración cultural de la comunidad coreana en Buenos Aires: Una perspectiva socioantropológica* [Tesis de licenciatura, Universidad de Buenos Aires].

FUENTES INSTITUCIONALES Y ORGANISMOS

International Organization for Migration (IOM). (2022). *World Migration Report 2022*. https://worldmigrationreport.iom.int

Organización Mundial de la Salud (OMS). (2021). *Salud mental y apoyo psicosocial en contextos migratorios*. https://www.who.int/es

Ministerio de Salud de la Nación Argentina. (2023). *Guía para la atención intercultural en salud mental*. https://www.argentina.gob.ar/salud/mental

FUENTES COMPLEMENTARIAS (CULTURA Y DIÁSPORA COREANA EN ARGENTINA)

Asociación Coreana en la Argentina. (2023). *Actividades y programas interculturales*. http://www.acaarg.org

Clarín. (2022, agosto 15). *La comunidad coreana en Buenos Aires: Entre el kimchi, el K-pop y el mate*. https://www.clarin.com/sociedad

Página/12. (2021, noviembre 27). *Una estatua por la paz y la memoria: Corea del Sur en Buenos Aires*. https://www.pagina12.com.ar

Nafkin Sofia Arregui Groenewold

LA INSERCIÓN ECONÓMICA DE LOS MIGRANTES COREANOS EN LA CIUDAD DE MAR DEL PLATA

INTRODUCCIÓN

La migración se define como un fenómeno dinámico y complejo que implica el desplazamiento de una población desde su lugar de origen para establecerse y crear lazos con la sociedad receptora (Sassone, 1994). Las migraciones representan un paradigma de las complejas disputas relacionadas con el control de la movilidad laboral. Entre los factores derivados de la dinámica social del proceso migratorio, Castles (2006) destaca el rol de las redes, que proveen la base para los procesos de adaptación y la formación de grupos sociales. Los migrantes crean sus propias estructuras socioeconómicas, como lugares de culto, asociaciones y comercios, donde la familia y los vínculos sociales son esenciales para la instalación y consolidación en el nuevo entorno. Investigaciones sobre migración en Asia muestran que las decisiones suelen tomarse a nivel familiar, más que individual, y que los lazos familiares proveen tanto capital financiero y cultural como conocimiento de oportunidades y medios de movilidad para garantizar una instalación segura (Sassone, 2021).

En este sentido, la población argentina creció históricamente a partir de distintas olas migratorias. La sociedad se nutre de los aportes culturales de los grupos que llegaron y se asentaron en el país. Sin embargo, Mera (1998) señala que la inmigración proveniente de la península coreana "presenta características diferentes a las de las

corrientes migratorias tradicionales, y trazos culturales distintos a los que conforman la fisonomía cultural de nuestro país" (p. 27), evidenciando una diversidad cultural única en Argentina. La experiencia de los coreanos se superpone al modelo de asimilación implementado por el Estado durante gran parte del siglo XX, que promovía la idea de un país con raíces étnicas y cultura homogénea. Por ello, los grupos migrantes excluidos del imaginario social (Mera, 2016) enfrentaron discriminación y racismo.

El presente trabajo[1] se propone analizar los modos de instalación de los migrantes coreanos en Mar del Plata. Para ello, se realizarán entrevistas de historia de vida a coreanos y descendientes residentes en la ciudad, además de observación participante en sus lugares de trabajo. La metodología de historia de vida permite no solo conocer la experiencia individual, sino también explorar problemáticas y temáticas de un sector específico de la sociedad a través de los relatos. La observación participante constituye un recurso ideal para generar descubrimientos y conectar distintas reflexividades (Guber, 2019).

Con base en los relatos y los datos de campo, se analizará la trayectoria de los inmigrantes coreanos en Mar del Plata, sus particularidades y continuidades en relación con otras colectividades coreanas en el país.

BREVE HISTORIA Y BALANCE DE LOS 60 AÑOS DE LA INMIGRACIÓN COREANA EN ARGENTINA

La historia de la inmigración coreana hacia Argentina comenzó oficialmente hace sesenta años. Empero, la llegada de los primeros coreanos a Argentina tuvo lugar entre 1956 y 1957, cuando doce militares norcoreanos, en calidad de prisioneros de guerra, recibieron la opción de emigrar y radicarse en el país[2] (Kim, 2012). A partir de 1962, ingresaron por tierra grupos aislados de coreanos provenientes de Bolivia, Paraguay y Chile.

1 Esta ponencia refleja los primeros resultados de mi investigación sobre el tema. La investigación preliminar comenzó en el marco del seminario optativo "De fronteras, migraciones y derechos: dislocaciones y subjetividad(es) en el escenario internacional contemporáneo", dictado por la Dra. Lila García en la Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional de Mar del Plata (UNMDP). Actualmente, la investigación se enmarca en el Proyecto de Investigación "Geopolítica de la Movilidad Humana: (F)actores en las políticas de clasificación del movimiento contemporáneo en y desde un Sur Global" en el Centro de Estudios Sociales y Políticos (CESP) de la misma facultad y financiado por la UNMDP.

2 Argentina y Brasil fueron los únicos países de la región en aceptar prisioneros de la Guerra de Corea (1950-1953).

En 1965, se produjo el primer contingente de inmigrantes coreanos al país, quienes arribaron del primer barco de migrantes coreanos cuyo destino final era Argentina (Mera, 2003). Esta primera migración estuvo marcada por el establecimiento de relaciones bilaterales entre la República de Corea y la República Argentina en 1962. Cabe destacar que a partir de la década del sesenta el gobierno surcoreano incentivó la emigración hacia Latinoamérica, mediante el otorgamiento de subsidios a quienes quisieran emigrar, adquisición de tierras y bienes para la inserción laboral de coreanos en exterior (Palacios de Consiansi, 2005). El gobierno argentino le concedió tierras a la Embajada surcoreana para que los migrantes pudieran establecerse en un proyecto de comunidad agrícola en la Patagonia. La embajada otorgó veinte hectáreas a cada familia en la localidad de Lamarque, Río Negro.

En agosto de 1965, trece familias coreanas, compuestas por casi setenta personas, zarparon del Puerto de Busan[3] y llegaron –en octubre del mismo año– al Puerto de Buenos Aires. En pocos días, se trasladaron a Lamarque, donde establecieron su primer asentamiento. Lamentablemente, el proyecto agrícola no tuvo el éxito esperado, ya que muchos provenían de la ciudad y eran comerciantes. Posteriormente, llegaron cinco familias más, sumando un total de dieciocho, pero en menos de un año la mayoría se mudó a la Ciudad de Buenos Aires (CABA). Poco antes de que se retirara la última familia –en 1966– llegó un segundo grupo de migrantes a Lamarque que logró prosperar como productores agrícolas[4] (Trincheri, 2007).

Entre 1966 y 1969 los inmigrantes coreanos se concentraron en asentamientos marginales en barrios de CABA y su periferia como Retiro, Villa Soldati, Villegas, Ciudadela y Bajo Flores (González, 2013, p. 39). Las villas fueron el primer espacio de inserción de los inmigrantes, donde fueron aprendiendo los principales códigos del idioma y desarrollando las primeras estrategias laborales a partir del trabajo de tejido y en el sector servicios, en rubros tales como almacenes, verdulerías o compostura de zapatos. Algo a tener en cuenta es que estos inmigrantes pertenecían a sectores medios, muchos de ellos eran profesionales y contaban con un capital cultural diferente al del entorno (Mera, 2005, p. 36).

Ya para la década del setenta, la migración coreana comenzó a presentar tendencias sostenidas, asentándose exclusivamente en el

3 Segunda ciudad de Corea del Sur, ubicada en el extremo sudeste de la península y es el puerto más importante del país.

4 En 2005 se inauguró el Museo de los Coreanos, en la localidad rionegrina de Lamarque, en conmemoración del 40° aniversario del primer asentamiento de coreanos en Argentina.

Bajo Flores (CABA). Entre 1970 y 1978 llegan al país casi tres mil migrantes. Algunos se instalaron en las provincias de Santiago del Estero y Santa Fe. Esta migración también respondió a las políticas de emigración en grupo de familias del gobierno surcoreano para establecerse en áreas rurales. Como mencionamos anteriormente, estos proyectos no progresaron debido a que la mayoría de los migrantes nunca practicaron actividades agrícolas y también se trataba de regiones carenciadas, con infraestructura precaria y pocos servicios educativos y sanitarios (Mera, 2003). Estos grupos terminaron movilizándose hacia las zonas urbanas y grandes ciudades para dedicarse a actividades comerciales, como San Miguel de Tucumán[5], Córdoba Capital o CABA.

El momento de mayor flujo de la migración coreana en Argentina, conocido como la "época de oro" se registró entre 1985 y 1988 (Bialogorski, 2009), lapso en que la presencia coreana comenzó a hacerse fuertemente visible en la capital argentina. En el año 1985 se firmó el Acta de Procedimiento para el ingreso de inmigrantes coreanos a la Argentina, por la que se otorgaron más de once mil permisos de ingresos familiares e ingresaron más de veinte mil coreanos (Mera, 1998). Este nuevo flujo migratorio trajo capital para invertir y provenían de una Corea del Sur moderna e industrializada. A partir de ese momento, Mera (2012) señala la consolidación de la comunidad coreana en Buenos Aires. Esta oleada estuvo caracterizada por una visión comercial, inserción laboral en la industria textil, y por una reducción en el impacto de asimilación gracias a las distintas asociaciones e iglesias de la colectividad coreana en el Barrio Coreano o *Baek-Ku*[6] del Bajo Flores. En 1966 se fundó la Iglesia Unión Coreana en Argentina, la primera Iglesia evangélica coreana en el país, y la Asociación Civil de Coreanos en Argentina. En 1969 abrió sus puertas la Iglesia Presbiteriana Che-Il, una de las más grandes (Mera, 2003). En este sentido, el barrio del Bajo Flores es central en la vida cotidiana de la colectividad coreana en la Ciudad de Buenos Aires.

El barrio de *Baek-Ku* fue producto del largo proceso de instalación de la comunidad, es un barrio de y para los coreanos, allí se en-

5 La colectividad coreana inició su proceso migratorio a Tucumán en 1980, como producto del fracaso del proyecto agrícola, en la localidad de Isca Yacu, en la provincia de Santiago del Estero. En un principio fueron solo dos familias las arribadas. A lo largo de las décadas de 1980 y de 1990 más coreanos ingresaron a la provincia a través de las cadenas migratorias, hasta sumar en el presente dieciocho familias (Palacios de Cosiansi, Calvo y Naessens, 2017).

6 La población migrante coreana le llama *Baek-Ku* (109) al Barrio Coreano, ya que era la línea de colectivo que conectaba al barrio con Retiro (Mera, 2011).

cuentran las iglesias, la escuela, los restaurantes, almacenes y todo tipo de comercios (Mera, 2024b). *Baek-Ku* es un espacio urbano apropiado y construido desde la práctica cotidiana a partir de la trayectoria de la comunidad en el país; es un barrio donde se concentra la función residencial y la actividad comercial étnica, es decir, la de la actividad textil y la de servicios de consumo y profesionales de coreanos para coreanos. El Barrio Coreano no es únicamente el lugar físico donde se establecieron los migrantes, sino aquel espacio social donde el agrupamiento de migrantes cumple funciones de contención afectiva y protección en un entorno diferente, a partir de la conservación de costumbres, transmisión de la lengua y tradiciones (Mera, 2011).

La singular forma de sociabilidad que adoptó la comunidad coreana desde sus inicios le permitió no solo establecer su propia territorialidad, sino también preservar sus tradiciones culturales a través de una sólida organización familiar, empresarial y recreativa (Mera, 2008). La estructura comunitaria de la diáspora coreana en Argentina, simbolizada en el Barrio Coreano de Flores, proporciona diversos escenarios que fomentan una vida asociativa activa, facilitando la continuidad de ciertas prácticas cotidianas. Estos espacios comunitarios son el núcleo del fenómeno migratorio y constituyen la base de la conciencia identitaria (Mera, 2011).

El número más alto registrado de coreanos en la Argentina fue de cuarenta y cinco mil en 1990. La mitad de esta población llegó entre los años 1984 y 1989, instalándose principalmente en CABA y en otras ciudades del país como Córdoba, Mar del Plata, Rosario y Puerto Madryn (Trincheri, 2012). A causa de las crisis políticas y económicas en Argentina, muchos remigraron o regresaron a Corea. Para 2001 el número descendió a veinticinco mil y en 2003 a quince mil. En 2007 ascendió a más de veinte mil personas (Mera, 2008). Finalmente, entre 2010 y 2020 se observa el afianzamiento y estabilidad en el número de coreanos.

Acercándonos a la actualidad, gracias al auge de la ola coreana o *Hallyu* aparecieron nuevas iniciativas gastronómicas y culturales de la colectividad coreana en CABA (Mera, 2024a). Muchos restaurantes que originalmente se encontraban en el Barrio Coreano ahora se encuentran instalados en puntos céntricos y paseos gastronómicos de la Capital Federal. Un claro ejemplo de ello es el polo gastronómico del Pasaje Ruperto Godoy, en Floresta. En relación con la popularidad de la comida coreana, en 2020 se fundó "Hansang"[7], la Asociación de Gastronómicos Coreanos en la Argentina.

7 *Hansang* es una palabra compuesta para referirse a los platos de comida (*sang*) de corea (*han*).

Esto dio paso a nuevos repertorios y diálogos culturales a partir de talleres de caligrafía coreana, cocina coreana, idioma coreano, arte coreano, cine coreano, literatura coreana, música y danza moderna y tradicional coreana, etc., en los cuales los migrantes coreanos y coreanos-argentinos son protagonistas. Este último punto se encuentra relacionado con la instalación del Centro Cultural Coreano (CCC) en Buenos Aires en 2006 y su posterior traslado a un edificio sobre la calle Maipú 972, en Retiro. El CCC fue creado con el objetivo de desarrollar el diálogo y el entendimiento mutuo entre Corea del Sur y Argentina. Este auge de la promoción de la cultura coreana y el intercambio cultural ayudó a que se consolide una buena imagen y más interés por la colectividad coreana. En 2024 se creó "Han Sori"[8] K-Culture Connect in Argentina, una agrupación sin fines de lucro, organizadora de eventos culturales coreanos, como la "Haru Korea Fest" en diciembre de 2024 en CABA.

A pesar de las crisis socioeconómicas y políticas del país, los migrantes coreanos apostaron y dieron todo su esfuerzo para establecer financieramente a sus familias en Argentina sin renunciar a sus lazos con su identidad coreana. A lo largo de sus sesenta años en el país, la comunidad coreana logró una notable movilidad social ascendente, impulsada por el rubro étnico de lo textil. Este ascenso y consolidación de la colectividad se manifiesta en la apropiación del espacio urbano del Barrio Coreano de Flores, así como en nuevas propuestas culturales e iniciativas gastronómicas. Al mismo tiempo que afianzaron su presencia en otras localidades argentinas como San Miguel de Tucumán, Córdoba Capital, Lamarque y Mar del Plata.

LA IMPORTANCIA DEL RUBRO TEXTIL EN LA ECONOMÍA DE LA COMUNIDAD COREANA

La actividad económica de la colectividad coreana en Argentina se caracteriza por el rubro textil y es de relevancia a la hora de analizar a este grupo migratorio. En 1967 se abrió el primer taller textil de propietarios coreanos en la Ciudad de Buenos Aires y en 1976, una familia coreana abrió su propio taller en su casa de Mar del Plata.

Desde sus inicios en el país, la barrera idiomática fue el principal desafío de la migración coreana. Kim (2016) explica que esta dificultad fue uno de los principales motivos que impulsaron el autoempleo de los talleres textiles. En su trabajo, Kim realizó entrevistas

8 *Han sori* literalmente significa "el sonido de los coreanos", haciendo referencia a unión de todas las voces de la cultura coreana en una sola.

a los primeros inmigrantes en los años 1960 y 1970, y todos los entrevistados confirmaron que el mal manejo de la lengua fue lo que los dirigió a los trabajos de costura y tejido. Luego de trabajar en tareas humildes durante varios años, estos primeros inmigrantes lograron ahorrar los fondos necesarios para poner en marcha sus propios negocios. Hacia los años ochenta, los inmigrantes coreanos accedieron a mejoras en su situación económica, tales como ascender a fabricantes o mayoristas independientes en el sector de la indumentaria o poseer negocios de comercio por mayor o por menor. Así, el rubro textil se convirtió en lo que caracteriza a la colectividad coreana en Argentina (Bialogorski, 2004).

En la década de noventa, los nuevos empresarios coreanos lograron un ascenso notable y una posición cada vez más significativa en el sector textil. Siendo veinte mil coreanos étnicos que habitan la Argentina –más del 80 %– los que se dedican a la industria de la indumentaria (Kim, 2016). Gracias a las ventajas de los negocios étnicos, el rubro textil funcionó como una puerta de entrada privilegiada para la integración de la primera generación de inmigrantes coreanos en la sociedad argentina y como un ámbito privilegiado de especialización para la generación posterior de coreanos-argentinos. Mera explica que el caso coreano en la industria textil "es relevante porque presenta patrones de inserción y movilidad muy interesantes en función del tipo de proceso de instalación urbana, donde la red étnica y las redes transnacionales condicionan la manera de incorporarse en el mundo económico" (2012, p. 67).

Los miembros de la comunidad coreana protagonizaron un proceso de movilidad social ascendente: su organización social fomenta el crecimiento económico del grupo étnico y consecuentemente, su éxito económico les permitió invertir en el futuro de sus hijos a través de la educación secundaria y universitaria (Mera, 2008). Muchos hijos de inmigrantes coreanos son abogados, médicos, psicólogos, etc. –egresados de las universidades públicas argentinas–. La profesionalización de la colectividad consolidó la Asociación de Profesionales Coreanos en la Argentina (APCA), la Cámara Argentina de Comercio, Industria y Agropecuaria Coreanas (CACIAC) y la Cámara de Empresarios Coreanos en la Argentina (CAEMCA).

Un aspecto actual a destacar es el rol fundamental de la Avenida Avellaneda (Barrio de Flores, CABA) para la economía étnica coreana en la Ciudad de Buenos Aires. Mera (2024a) considera que una de las transformaciones destacadas de la apropiación del espacio urbano en las últimas décadas por parte de los migrantes coreanos es el desplazamiento geográfico de las actividades económicas desde *Baek-Ku* en

el Bajo Flores hacia la Avenida Avellaneda[9] (AV) extendiéndose hasta Floresta. Al movimiento de las actividades comerciales le siguieron los restaurantes y otros servicios vinculados a la mayor actividad cotidiana y asociativa. En consecuencia de ello, desde el 2000 la concentración urbana de *Baek-Ku* fue perdiendo peso y AV ganando cada vez más centralidad en la vida comunitaria.

MIGRACIÓN COREANA EN MAR DEL PLATA

La ciudad Mar del Plata está ubicada sobre la costa atlántica del sudeste de la provincia de Buenos Aires y es la ciudad cabecera y centro administrativo del partido de General Pueyrredón. Además de disponer de un importante puerto, Mar del Plata se posiciona como la localidad balnearia más importante de Argentina, siendo el segundo destino turístico después de la Ciudad de Buenos Aires. Según el Censo de 2022 del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC, 2022), el Partido de General Pueyrredón cuenta con 677.000 habitantes, de los cuales 19.944 son migrantes[10] y solo 410 inmigrantes son de origen asiático. Asimismo, entre la población no nativa en Argentina, las personas nacidas en Corea se encuentran en el puesto número dieciséis, con más de 5350 personas, de las cuales el 85 % viven en CABA (Mera, 2024). De manera que, Mar del Plata no posee una presencia significativa de migrantes de Asia del Este y la gran mayoría de migrantes coreanos eligen vivir en CABA. Es por ello que estudiar el caso de los coreanos en la ciudad de Mar del Plata y sus modos de inserción económica es relevante.

Con el fin de analizar y caracterizar los modelos de instalación de los migrantes coreanos en la ciudad de Mar del Plata, se realizaron doce entrevistas[11] de historia de vida a coreanos integrantes de tres generaciones, primera generación (coreanos que migraron durante su adultez o juventud) generación uno y medio (nacidos en corea, pero emigraron a una edad muy temprana) y segunda generación (hijos de

9 Los migrantes coreanos llaman a esta zona *abae* (AV) por el diminutivo de Avenida Avellaneda, ubicado hacia el centro de Flores y extendiéndose algunas manzanas hasta otro barrio oficial, Floresta (Fenzel y Escudero, 2023).

10 En comparación al censo anterior de 2010, el porcentaje de extranjeros se redujo un 10% en la última década. En 2010, las personas migrantes eran 22.321. Esta tendencia es contraria a lo que sucedió en la provincia de Buenos Aires, donde hubo un crecimiento de población migrante del 5.5%. La última medición arrojó un total de 994.653 de extranjeros, mientras que en el 2010 eran 942.730 (INDEC, 2010).

11 Las entrevistas se llevaron a cabo principalmente en español de forma presencial, con una única entrevista realizada de manera virtual entre septiembre de 2024 y agosto de 2025. Las entrevistas realizadas en coreano fueron traducidas personalmente.

coreanos que nacieron en Argentina). Cada uno de los entrevistados reviste de distintos contextos de recepción –a Argentina y Mar del Plata– y origen de clase, puesto que los flujos de movilidad humana no son homogéneos y asumen un comportamiento diferencial según los recursos económicos que posean las familias (González, 2013).

Entre las principales causas que impulsaron a las familias de los entrevistados a emigrar de Corea se encuentran: la amenaza constante de otro conflicto bélico con Corea del Norte y el inevitable alistamiento militar de sus hijos varones; la competitividad en el ámbito social y laboral en Corea del Sur; las expectativas de mejorar su economía y de nuevos comienzos en otro país, y el interés de ampliar las oportunidades educativas de sus hijos. Varios coincidieron en que a principios de los años setenta se introducía a Argentina como un país próspero "se corría la voz de que Argentina era un buen país para emigrar" (Lee Eun-Seon, 9 de mayo de 2025).

Los primeros coreanos llegaron a Mar del Plata en 1970 bajo el auspicio del gobierno argentino y la empresa privada Sociedad Italo Argentino de Pesca (Sitarp). El programa fue a través de la Corporación Coreana de Desarrollo de Ultramar (Korea Ocean Development Co., KODCO). Alrededor de ochenta coreanos en carácter de empleados se dedicaron a la actividad pesquera, la cual dio resultados positivos y se exportó la mayoría de la producción a Corea del Sur y la otra parte se vendió en el mercado interno (Park Chae-Soon en Silbert, 1998). Aun así, muy pocos se erradicaron en la ciudad, la gran mayoría utilizaron el contrato de trabajo para ingresar a la Argentina para luego mudarse a la Ciudad de Buenos Aires.

Durante la primera mitad de los años setenta comenzaron a asentarse las primeras familias coreanas en Mar del Plata, proviniendo principalmente de Seúl. En 1974 se estableció la primera familia en un clásico *chalet* marplatense[12], ubicado en la zona norte entre las avenidas Constitución y Champagnat. En este terreno, más adelante se fundaría la primera y única iglesia coreana de la ciudad. La decisión de mudarse a la ciudad fue por el hecho de que un familiar, que ya residía en Argentina, había comprado esa propiedad. Esto nos demuestra el peso y rol de la familia en la toma de decisiones del proceso migratorio. Otro factor fue la creciente apertura de talleres de costura de coreanos en la Ciudad de Buenos Aires, la competencia en el rubro

12 Estilo arquitectónico característico de Mar del Plata, fue utilizado principalmente en los *chalets* desarrollados entre las décadas de 1930 y 1950 en la ciudad. Su frente es de la característica "piedra Mar del Plata" extraída de las canteras de Batán, General Pueyrredón. El municipio ofrece beneficios impositivos para la preservación del patrimonio arquitectónico.

aumentaba "Mi abuelo decía que había muchos coreanos en Buenos Aires y que en Mar del Plata no iba a tener competencia" (No A-Yeong, 21 de noviembre de 2024).

La familia inició con trabajos humildes de tejido para luego abrir su propio taller en su casa. En aquel taller se dedicaron exclusivamente la producción de camperas: "en aquella época no había muchos talleres textiles en la ciudad, mi mamá con mi abuela y mis tías tenían las tareas esquematizadas y hacían treinta camperas por día, el doble de lo que hacían los otros talleres" (Juan Kim, 8 de mayo de 2025). Años más tarde, lograron abrir su primer local de indumentaria sobre la Avenida Luro, en pleno centro marplatense "Íbamos a Flores a comprar la mercadería para venderla acá" (Seok Eun-Im, 9 de mayo de 2025).

Hacia los ochenta se observó un notable incremento en el número de familias coreanas, abriendo locales de ropa en el centro. Desafortunadamente, esta tendencia no se mantuvo a lo largo del tiempo. Muchos coreanos, al jubilarse, o sus hijos, al finalizar la educación secundaria, decidieron mudarse o regresar a la CABA, específicamente a la zona del Bajo Flores. Los hijos/as se casaron con coreanos del Barrio Coreano, y algunos de ellos se establecieron en Mar del Plata, mientras que otros optaron por quedarse en CABA. Por otra parte, hubo casos de remigración a otros países como Brasil, Canadá y Estados Unidos.

A pesar de ello, aquellos que eligieron quedarse en la ciudad alcanzaron su apogeo en la economía local, con negocios que ya tienen más de treinta años de trayectoria. Esto abrió camino a nuevas iniciativas gastronómicas de comida coreana en la ciudad. La migración coreana en Mar del Plata ya cuenta con tercera generación, siendo nietos y bisnietos de los primeros inmigrantes coreanos que se establecieron en la localidad costera argentina.

No obstante, Mar del Plata acoge a una reciente migración coreana con otras características de capital económico y cultural y contexto de recepción al país, diferenciándose de los patrones comunes de la experiencia migratoria de coreanos en Argentina. Hay casos de coreanos que se asentaron en la ciudad y en el país hace menos de veinte años, concentrando su inserción económica en el puerto.

LA INSERCIÓN ECONÓMICA DE LOS MIGRANTES COREANOS EN MAR DEL PLATA

La actividad económica de los migrantes coreanos en Mar del Plata se concentra principalmente en tres sectores: comercio de indumentaria, gastronomía e industria pesquera.

En los años noventa, los locales de ropa se ubicaban sobre las avenidas Pedro Luro e Independencia, así como en las calles comerciales de

Rivadavia, San Luis, San Juan y San Martín, y en el centro del puerto, sobre la avenida Edison. Algunos comerciantes llegaron a tener más de una sucursal. Aunque la mayoría operaba en el mercado minorista, varios realizaron ventas al por mayor mientras residían en CABA, ya que, según Kim Wan-Su (10 de mayo de 2025), "Mar del Plata no es para la venta mayorista".

Para abastecer sus negocios, los comerciantes viajaban regularmente a barrios porteños como Flores y Once, adquiriendo mercadería directamente de mayoristas coreanos, muchos de ellos familiares o conocidos. Investigaciones de González (2013), en Córdoba, y Palacios de Cosiansi (2005), en San Miguel de Tucumán, muestran que esta práctica es común entre comerciantes coreanos en otras ciudades. Este vínculo con la colectividad de Buenos Aires facilita también la obtención de información sobre oportunidades en el interior del país, favoreciendo la remigración interna. Gracias a estas redes, muchos lograron abrir sus locales y abastecerse aun sin disponer de los recursos necesarios, "siempre todo fue muy de palabra" (No A-Yeong, 21 de noviembre de 2024).

En su auge, durante los años noventa, existían más de diez tiendas de ropa de propietarios coreanos. Su disminución se debió principalmente a jubilaciones, retornos a Flores, cambios de dueños y el impacto de la pandemia de COVID-19 en el comercio.

Las familias que permanecen en la ciudad alcanzaron movilidad social y consolidación económica, diversificando sus actividades hacia cocheras, estudios fotográficos y negocios gastronómicos, generalmente ubicados en zonas céntricas. A comienzos de la década del 2000, arribó un nuevo grupo de migrantes orientado a la exportación de productos del mar argentino hacia Corea del Sur. Procedentes de Busan o con experiencia en empresas pesqueras internacionales, cuentan con formación universitaria y capital para invertir en el puerto local, consolidando nuevas formas de vinculación económica entre ambos países.

LOCALES DE INDUMENTARIA

Entre los locales de ropa de coreanos en Mar del Plata podemos destacar a Stephanie, Dorayi Modas, Moda Seúl y Modas De Han. Todos compran su mercadería en Flores y venden indumentaria femenina, generalmente dirigida a mujeres de la tercera edad. Solamente Stephanie ofrece venta por mayor y por menor, los demás son negocios minoristas.

El negocio Stephanie cuenta con más de treinta años de presencia en la ciudad, su única sucursal queda sobre la calle Rivadavia entre las calles Córdoba y San Luis. El local es muy amplio, cuenta con

una galería vidriada externa, dos niveles, oficina y un gran depósito en el fondo. Por su parte, Dorayi Modas trabaja también hace más de treinta años sobre la Avenida Luro entre las calles Jujuy y Salta. A diferencia de los otros, en ambos establecimientos emplean a argentinas hace muchos años.

Moda Seúl también posee una larga presencia en la ciudad de más de veinte años y está ubicado en la esquina de las calles Rivadavia y Bartolomé Mitre, pero cambió de dueños hace tres años. Su dueño original se mudó a Buenos Aires y les concedió el local a un matrimonio que emigró a la Argentina en 1987. Ellos se dedicaron a la venta mayorista en Flores durante diez años y luego se mudaron a la ciudad de Mendoza, donde tuvieron negocios de venta minorista hasta que llegaron a Mar del Plata en enero de 2023. La razón por la cual decidieron instalarse en la ciudad es porque "a mi esposa no le gustaba la idea de jubilarse. Ella es muy extrovertida. Nos ofrecieron hacernos cargo del local y aceptamos" (Lee Geon-U, 26 de septiembre de 2024). Esta historia nos muestra los casos de remigración interna de coreanos en Argentina y el papel de las redes comunitarias.

Por último, Modas De Han, a diferencia de la mayoría, se encuentran en la zona céntrica del puerto, sobre la Avenida Edison y la calle Magallanes. El matrimonio dueño del local desde sus inicios se erradicaron en el barrio del puerto.

EMPRENDIMIENTOS E INICIATIVAS GASTRONÓMICAS

En diciembre de 2024 abrió sus puertas el primer restaurante coreano de Mar del Plata, siendo una propuesta gastronómica nueva y auténtica en la ciudad. La ubicación del restaurante es sobre la calle Castelli, entre las calles Alsina y Olavarría, una zona que en la última década se ha convertido en un paseo gastronómico, principalmente sobre la calle Olavarría, donde se concentran bares, cafeterías, heladerías, pastelerías y restaurantes.

El nombre del restaurante es Suni y toma lugar en un clásico *chalet* marplatense remodelado, representando una fusión entre el patrimonio arquitectónico marplatense con la cultura y gastronomía coreana. La decoración y ambientación del establecimiento cuenta con elementos tradicionales y modernos de la cultura coreana, tales como exhibición de ropa tradicional coreana *hanbok*, cerámica y pintura tradicional coreana. Además, tiene su propia sala de karaoke, un salón privado con capacidad para 10 personas y un salón a modo de tienda de conveniencia.

La carta de Suni ofrece los clásicos platos coreanos como *jjajangmyeon*, *kimchi jjigae*, *kimbap*, *bulgogi*, *bibimbap*, entre otros. La dueña es hija de padre coreano y creció con la cultura coreana de parte de su

familia paterna, varios platos del restaurante están inspirados en las recetas de su abuela, tías y padre. Suni brinda a los marplatenses la oportunidad de experimentar la cultura culinaria coreana, creando así nuevas presencias y repertorios culturales de la migración coreana en la ciudad: "quería hacer algo al respecto con la comida coreana en Mar del Plata porque no había nada" (Serena Lee, 21 de mayo de 2025).

En cuanto al abastecimiento de los ingredientes, condimentos y bebidas, la dueña realiza viajes periódicos cada dos meses al Barrio Coreano en Flores y compra directamente a los mismos distribuidores de los restaurantes coreanos de CABA. Aquí podemos ver la reiteración del patrón de abastecimiento de mercadería en Buenos Aires.

Asimismo, en 2019 un migrante que se dedicó durante muchos años al rubro textil decidió invertir junto a un socio y sus hijos en la creación del bar, cafetería y restaurante Proyecto Bar, ubicado en una casa antigua refaccionada sobre la calle San Luis entre las calles Rawson y Garay, en el barrio de la Plaza Mitre del macrocentro. El establecimiento cuenta con un amplio patio externo con abundante vegetación, galería calefaccionada y gran salón interno. A diferencia de Suni, la oferta gastronómica de Proyecto Bar se acota a los típicos platos argentinos como pizzas, hamburguesas, milanesas, etc. También cuentan con carta de cafetería y *cocktails* con algunos tragos de autor.

LA INDUSTRIA PESQUERA

Aquellos coreanos que migraron bajo el auspicio del gobierno surcoreano consiguieron nuevos contratos con empresas privadas argentinas, entre ellas ALCO Buenos Aires. La labor consistía en ser marinero y embarcarse por muchos meses: "se tenía entendido que los coreanos sabían mucho de pesca" (Ianina Bak, 17 de agosto de 2025). Estos trabajadores continuaron con sus labores en el puerto hasta los años noventa, al alcanzar una edad más avanzada, decidieron reinsertarse en la economía marplatense mediante la venta de indumentaria.

Gracias al éxito de esta experiencia pesquera de los años setenta, aumentó la presencia de empresas pesqueras de capitales coreanos administradas por migrantes coreanos en el puerto de Mar del Plata. Estas empresas exportan una parte significativa de sus productos a Corea del Sur. Uno de los principales frigoríficos coreanos es Karge Export S. A. administrado por Lee Sang-U, migrante coreano que reside en la ciudad desde 2005 y es Agregado Honorario de Océanos y Pesca en Argentina por parte de la Asociación Coreana de Pesca en el Extranjero (Korean Overseas Fishers Asosation - KOFA) del Ministerio Océanos y Pesca de Corea del Sur.

En 2022 Karge Export comenzó sus operaciones, especializándose en la exportación de productos pesqueros procesados y su planta

se ubica sobre la calle Alejandro Korn en el barrio del puerto. El nombre Karge proviene de la combinación de la "K" de Corea en inglés y "arge" de Argentina. Anteriormente, el señor Lee fue presidente de dos empresas similares en Mar del Plata, Sermar S.A. (2004-2007) y Cripromar S. A. (2007-2021). Ambas abocadas a la distribución de productos pesqueros argentinos hacia Corea.

Karge Export exporta aletas de raya, calamar y besugo a Corea, aunque también vende a otros países como Italia y Senegal. En la planta se lleva a cabo la limpieza y el fileteado del pescado y los frutos de mar, que luego se trasladan congelados para ser procesados y envasados en Busan. Uno de los productos finales principales es la aleta de raya cruda. La empresa cuenta con un equipo de aproximadamente quince empleados, incluyendo personal administrativo y fileteros. Aunque Lee es el presidente de Karge Export, no es el propietario, pero posee una parte significativa de las acciones de la empresa.

Esta actividad económica es rentable debido a que en Argentina no se consumen la raya y mariscos en general: "yo vi negocio en Mar del Plata porque en Corea comemos la aleta de las rayas, pero acá a la raya entera la mandan para desecho de harina de pescado" (Lee Sang-U, 16 de mayo de 2025). Karge Export envía al año aproximadamente cuatro mil toneladas –principalmente de raya y calamar– hacia el puerto de Busan.

CONCLUSIONES

La migración coreana en Mar del Plata supera los cincuenta años; los primeros inmigrantes llegaron en los años sesenta, alcanzando su pico a fines de los ochenta y durante los noventa. Los resultados preliminares de la investigación muestran la inserción económica de este grupo en la ciudad.

Los primeros en llegar lo hicieron a través de un programa estatal coreano de inmigración con vinculación laboral en el puerto marplatense. Hasta hoy se mantiene cierta relación con la actividad pesquera; sin embargo, se observa un cambio en la posición socioeconómica de quienes trabajaron en esta industria, pasando de ser peones en empresas argentinas a fundadores de exportadoras propias. La primera y segunda ola basó su incorporación económica en tiendas minoristas de ropa en el centro, convirtiendo este rubro en el principal sustento económico del grupo. Aunque varias familias optaron por remigrar hacia CABA, quienes permanecieron en Mar del Plata lograron consolidar su situación financiera y ascender socialmente. Algunos continúan en la venta de indumentaria, mientras que otros han diversificado su actividad hacia la gastronomía, las cocheras y la fotografía, utilizando los ahorros acumulados durante sus años como

comerciantes. Esta presencia prolongada permitió también nuevos intercambios culturales, como los que se generan en el restaurante Suni, donde la segunda generación desempeña un papel protagonista, manteniendo además la conexión con la colectividad de Flores para el abastecimiento de mercadería.

Durante la década del 2000, especialmente entre 2005 y 2006, llegó un nuevo grupo de familias con el objetivo específico de establecer negocios de exportación de productos pesqueros. Este grupo se caracteriza por su capital cultural y estatus económico, que les permite invertir o fundar empresas que conectan el puerto de Mar del Plata con el de Busan. Estas nuevas modalidades de incorporación al ámbito económico, tanto local como internacional, evidencian no solo la diversificación de las actividades laborales, sino también el fortalecimiento de los lazos comerciales entre Corea y Argentina.

BIBLIOGRAFÍA

Bialogorski, M. (2004). La comunidad coreana. Argentina. Logros de una inmigración reciente. En A. Morimoto *et al*. (Eds.), *Cuando Oriente llegó a América: Contribuciones de inmigrantes chinos, japoneses y coreanos* (pp. 275–296). Inter-American Development Bank.

Bialogorski, M. (2009). La experiencia coreana en la Argentina: ¿Hacia una construcción de la integración? En J. J. Ramírez Bonilla (Coord.), *Transiciones coreanas: permanencia y cambio en Corea del Sur en el inicio del siglo XXI* (pp. 335–347). El Colegio de México.

Castles, S. (2006). Factores que hacen y deshacen las políticas migratorias. En A. Portes & J. DeWind (Eds.), *Repensando las migraciones. Nuevas perspectivas teóricas y empíricas* (pp. 33–66). Porrúa.

Fenzel, H. M., & Escudero, C. B. (2023). Desde *Baek-Ku* hasta AV: El Barrio Coreano de Buenos Aires, ¿exhibición pública de la cultura? *Escuela de Economía y Negocios, Universidad Nacional de San Martín*.

González, C. C. (2013). La colectividad coreana y sus modos de incorporación en el contexto de la ciudad de Córdoba. *Centro de Estudios Avanzados, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO)*.

Guber, R. (2019). *La etnografía: Método, campo y reflexividad*. Siglo XXI Editores.

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). (2010). *Censo nacional de población, hogares y viviendas 2010*. https://censo.gob.ar/

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). (2022). *Censo nacional de población, hogares y viviendas 2022*. https://censo.gob.ar/

Kim, J.-H. (2016). ¿Qué hace que los inmigrantes coreanos de Argentina se concentren en la industria de la indumentaria? *Miríada: Investigación en Ciencias Sociales, 8*(12), 77–94.

Kim, S.-H. (2012). De soldados a pioneros. Los ex prisioneros de la Guerra de Corea y su migración a la Argentina. En C. Mera & P. Iadevito (Comps.), *Presencias culturales en el mundo global* (pp. 105–120). Editorial MNEMOSYNE.

Mera, C. (1998). *La inmigración coreana en Buenos Aires. Multiculturalismo en el espacio urbano*. Editorial Universitaria de Buenos Aires.

Mera, C. (2003). La inmigración coreana en Buenos Aires. Historia y actualidad. XI Congreso Nacional de la Asociación Latinoamericana de Estudios de Asia y África (ALADAA).

Mera, C. (2005). Historia de la migración hacia la Argentina. En C. Mera, L. Palacios de Cosiansi, & C. González (Eds.), *Coreanos en Argentina: 40 años de historia* (Cap. I, pp. 13–58). Editorial Al Margen.

Mera, C. (2008). La comunidad coreana en Buenos Aires. Una experiencia de convivencia intercultural. *Revista Sociedad, 27*, 1–10.

Mera, C. (2009). La diáspora coreana en América Latina. En J. J. Ramírez Bonilla (Coord.), *Transiciones coreanas: permanencia y cambio en Corea del Sur en el inicio del siglo XXI* (pp. 303–334). El Colegio de México.

Mera, C. (2011). El concepto de diáspora en los estudios migratorios: Reflexiones sobre el caso de las comunidades y movilidades coreanas en el mundo actual. *Revista de Historia, 12*, 43–56.

Mera, C. (2012). Los migrantes coreanos en la industria textil de la Ciudad de Buenos Aires: Inserción económica e identidades urbanas. *Revue européenne des migrations internationales, 4*, 67–87.

Mera, C. (2016). Migración coreana y china en Argentina, 1960–2000. Los inmigrantes en la construcción de la Argentina, 91–107.

Mera, C. (2024a). Corea y coreanos/as en Buenos Aires 2023: Nuevas presencias y diálogos culturales. En S. Naessens & A. Younes (Comps.), *Corea y Argentina frente a los nuevos desafíos en el contexto global post pandemia: XIII Congreso Nacional de Estudios Coreanos* (pp. 530–549). Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Tucumán.

Mera, C. (2024b). Valoraciones de la diversidad cultural en la ciudad de Buenos Aires: Reflexiones desde la experiencia urbana de re-

sidentes chinos y coreanos. En C. Mera (Comp.), *Migraciones y espacio urbano. Escenarios interculturales en la Ciudad de Buenos Aires y el AMBA* (pp. 51–78). CLACSO.

Mera, G. (2024). La dimensión residencial de la inserción urbana: Una mirada cuantitativa sobre los territorios, viviendas y hogares migrantes. En C. Mera (Comp.), *Migraciones y espacio urbano. Escenarios interculturales en la Ciudad de Buenos Aires y el AMBA* (pp. 15–50). CLACSO.

Palacios de Cosiansi, L. (2005). Comunidad coreana en Tucumán. En C. Mera, L. Palacios de Cosiansi, & C. González (Eds.), *Coreanos en Argentina: 40 años de historia* (Cap. IV, pp. 113–144). Editorial Al Margen.

Palacios de Cosiansi, L., Calvo, C. L., & Naessens, S. F. (2017). Inmigrantes coreanos y su inclusión social en la ciudad de San Miguel de Tucumán, Argentina. En *Naturaleza, territorio y ciudad en un mundo global* (pp. 1145–1151). Asociación de Geógrafos Españoles.

Sassone, S. (1994). El estudio geográfico en las migraciones internacionales. *Geodemos, 2*. Programa de Investigaciones Geodemográficas.

Sassone, S. (2021). La Argentina y las migraciones internacionales: Un cambio de época. En S. Sassone (Ed.), *Migraciones internacionales en la Argentina: Panorama socioterritorial en tiempos del Bicentenario* (pp. 41–111). Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. Instituto Multidisciplinario de Historia y Ciencias Humanas.

Silbert, J. (1998). 25 años de las relaciones entre la República Argentina con la República de Corea y la República Popular China 1972–1997: Antecedentes y perspectivas de dichas relaciones. En J. Silbert & J. Santrosa (Eds.), *Desarrollo económico y democratización en Corea del Sur y el Noroeste Asiático* (pp. 231–254). Comunicarte Editorial.

Trincheri, A. (2007). Los intersticios de la primera inmigración coreana en Argentina. En *XI Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia*. Departamento de Historia, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Tucumán.

Trincheri, A. (2012). La primera inmigración coreana en La Argentina: La inmigración en redes. En M. Giuffré (Comp.), *8° Congreso Nacional de Estudios Coreanos* (pp. 273–292). Ediciones Suárez.

Celeste Castiglione

UNA APROXIMACIÓN A LA GESTIÓN DE LA MUERTE EN LA COMUNIDAD COREANA EN ARGENTINA Y LA RELACIÓN CON SU CONSTRUCCIÓN IDENTITARIA

INTRODUCCIÓN

La relación entre el impacto que provoca la muerte en el marco de la trayectoria migratoria, está entendida como un proceso complejo que atraviesa al grupo familiar (Contreras, 2019), posee una mayor complejidad en la relación de los sujetos con el Estado de la sociedad receptora, y pone en juego lealtades con la de origen, especialmente si responden a diferentes esquemas culturales.[1]

Sobre esta temática, hemos indagado la logística, la función de las iglesias (Castiglione, 2021) e incluso el impacto de la crisis de COVID-19 en la comunidad coreana y sus descendientes (Castiglione, 2023). Sin embargo, quedaba una línea pendiente por explorar según sus relatos: las transformaciones en Corea. Los pioneros que llegaron a Argentina desde la década de 1960 conservaban en su memoria ciertas formas de realizar la ritualidad funeraria, las cuales no encontraron resistencia por parte de la sociedad argentina, especialmente cuando pudieron adquirir un sector específico en un cementerio privado –situado en Cañuelas, Provincia de Buenos Aires– (Castiglione, 2017).

1 Hemos desarrollado algunas de estas ideas y líneas de investigación en Castiglione (2024).

A lo largo de estas décadas, muchos de ellos viajaron a Corea para visitar familiares, emprender negocios o estudiar, y pudieron observar cambios significativos en los rituales funerarios. Una visita reciente a Seúl permitió conocer sus principales cementerios e iniciar una investigación sobre estas transformaciones. Se constató que, en 2013, el Estado coreano fundó la Agencia de Promoción de la Cultura Funeraria de Corea (APCFC), con el objetivo de rescatar su historia profunda, actualizar aspectos ancestrales de la ritualidad funeraria y establecer criterios sobre cómo deben realizarse estos rituales.

Los cementerios, como producto de la sociedad que los construye, funcionan también como espacios de comunicación política. No solo reflejan jerarquías, linajes y la reproducción de sectores sociales locales, sino que también impactan en los migrantes y sus descendientes en el extranjero. En definitiva, estos espacios regulan regímenes emocionales, refuerzan un patriotismo sentimental y actúan como soportes de la memoria colectiva, oscilando entre una aparente inmovilidad y una dinámica de pequeños cambios constantes vinculados a la naturaleza del servicio que ofrecen. Este enfoque nacional, que articula lo simbólico y lo material respecto a los espacios de enterramiento, ¿puede considerarse otra línea del complejo entramado transnacional entre la patria y su comunidad *overseas*?

En definitiva, el presente artículo aspira a constituir un avance de la investigación con respecto a las actitudes ante la muerte[2] (Vovelle, 2017), entre los migrantes coreanos y sus descendientes en Argentina a través de entrevistas, el recuerdo de los ritos ancestrales y la recuperación que hace el Estado coreano a través de la Agencia.

El presente trabajo se basa en el análisis de la página *web*, cuadernillos y variados productos de difusión de la APCFC a través de un dispositivo de traducción[3]; el trabajo de campo realizado en el Cementerio Nacional de Seúl y el Cementerio de misioneros extranjeros de Yanghwajin e información y materiales recolectados en la República de Corea en base a entrevistas realizadas a la comunidad coreana en Argentina en un proyecto acerca de los significados de la muerte en trayectoria migratoria de largo aliento que llevamos a cabo desde 2015.

---

2 Vovelle (2017) acuñó el concepto actitudes ante la muerte y distingue tres niveles de análisis en las Ciencias Sociales. Primero, la muerte obligada, abordada por los demógrafos mediante estadísticas y magnitudes poblacionales. Segundo, la muerte vivida, que considera gestos, rituales, representaciones y emociones asociadas al proceso. Tercero, el discurso sobre la muerte, antes monopolizado por la religión y hoy influido también por el Estado, incluyendo expresiones literarias, filosóficas y estéticas.

3 Agradecemos a la Prof. Inés Nam y al Dr. Javier Choi, por su acompañamiento y asistencia en las traducciones efectuadas.

ACTITUDES ANTE LA MUERTE: UN RECORRIDO HISTÓRICO

La complejidad de la relación de los sujetos con el enigma de la muerte es constitutiva y tan variada como la humanidad misma. La península coreana no escapa a esas construcciones que han dejado rastros arqueológicos a lo largo de miles de años. Y gran parte del proceso histórico y religioso con respecto a la ritualidad funeraria han sido estudiado por Pettid y Horlyck (2014), donde logran identificar algunos aspectos en común de este largo proceso.

Uno de los más importantes radica en la convicción que tenían las tribus y clanes de que la muerte física es un estadio y el alma puede transmutarse en fantasmas, ancestros o espíritus benévolos o no, en tanto los que queden realicen trabajos (temporales, por períodos o de por vida) materializados en ritos y acciones que cuiden esta relación entre ambos mundos. Las articulaciones que se establecen siempre poseen una mirada binaria "como pureza y contaminación, separación y continuación, pavor y reverencia, y lo conocido y lo desconocido que existen en un entorno que nunca podrá ser fijo, pero se alimenta de sus parámetros sociales y emocionales en constante evolución" (Pettid y Horlyck, 2014, p. 3), es por eso que son los vivos los que deben realizar estas labores –ritualidades– que garanticen la supervivencia del grupo.

Pero no es solo el aspecto simbólico el que debe ser cuidado, sino que el tratamiento del cadáver tiene una lucha contra el tiempo en donde el grupo debe actuar para impedir la contaminación y encontrar un lugar donde conmemorarlo, constituyendo un rasgo profundamente humano y, al mismo tiempo, nutriendo una cadena de sentido.

Las actitudes ante la pérdida tienen una cosmovisión que se remonta al período antiguo donde ante la muerte se derribaba la casa y se procedía a desplazarse hacia otros lugares, habiendo enterrado el cuerpo en una cueva y cubriéndolo con caracoles o piedras. Luego, en el primer Estado, que surge de la unión de tribus llamado Gojoseon (2333-108 a.d C), las costumbres se caracterizaban por venerar al Rey de los cielos y a los osos, y su estructuración de creencias estaba guiada por chamanes que llevaban a cabo ritos variados pero que tenían como eje la naturaleza y las creencias animistas. Las cuevas y las piedras de las montañas eran protagonistas, de allí que una de las formas de enterramiento fueran los dólmenes.

Dentro de esta construcción religiosa se rendía culto a las deidades, a los ancestros y a los espíritus de la naturaleza (Kendall, 2010). Estos tres grandes grupos, que variaban por región, se encuentran discursivamente presentes hasta el día de hoy.

En el período de los Tres Reinos, –que se extiende del I hasta el VII D. de C.– ingresa el budismo y el confucianismo que, no sin conflictos, se suman y conviven ocupándose de diversas cuestiones de la vida de

los individuos.[4] El primero se concentra en espacios elitistas durante el período de Silla Unificada (circa 700 a 900)[5], que luego, en el período Goryeo (918-1391), se transforma en religión de Estado[6]; y el segundo, se concentra en las artes, las letras, la formación educativa y la filosofía.

Dentro de esa influencia también se suma el mito de Dangun y sus enseñanzas, que influencian las tres principales relaciones del mundo humano: la del Señor de los Cielos y su hijo (regulando las relaciones de padre e hijo), la de Hwanung y sus subordinados (aquí entre señor y sus vasallos) y la de Hwanung y la Mujer Oso (entre marido y mujer) (González Pons, 2021).

De este período la APCFC recupera los libros básicos que son representativos de la ritualidad funeraria y que regían los procedimientos tradicionales:

Imagen 1

Libros sobre ritos funerarios tradicionales

Fuente: Agencia de Promoción de la Cultura Funeraria [APCFC], 2023. Última vista 8/12/2023.

4 En este período de los Tres Reinos, los registros muestran que los cementerios se hacían plantando árboles, especialmente pinos, por considerarse parecidos a las casas, que requieren cuidados y atención. El luto se mantenía por tres años y que, según la APCFC (Proceso de transición por época, 2023), eso evidencia la influencia confuciana, pero se lo acompañaba también con cantos, bailes y música, más de origen chamánico. En Silla, era usual enterrar el cuerpo en un ataúd, adornarlo y vestirlo con ropas de luto, y la familia debía usarla por un año.

5 Durante este período se han descubierto huesos en vasijas enterradas e incluso cremación de los restos.

6 Las tumbas de cremación en el periodo Goryeo consistían en sarcófagos de seis lozas y se colocaban los huesos cremados para el entierro. Se implementa, en el reinado del Rey Seongjon (985), el funeral de los cien días, las cinco telas y el entierro de tres días, y el nacimiento de los espacios familiares para cementerios.

Durante el período de Joseon (de 1392 a 1910) queda completamente prohibida la cremación, y comienza una transición de las tumbas de piedras a entierros individuales y un sistema de tumbas familiares de clanes, lápidas conmemorativas, monumentos de peregrinación que afirmaba el prestigio de la familia y la piedad filial entre lo que se encontraba la construcción del ataúd por parte del hijo, previo a la muerte y se combinaba con lineamientos del *feng shui*.

Hacia finales de este reino penetra en la península el cristianismo: los jesuitas, a fines del siglo XVI y el protestantismo en el XIX, adoptado por las clases medias y bajas. De acuerdo a la APCFC, en el apartado del período colonial japonés, se señala que en 1902 se establece el crematorio moderno y la "Regla Chwiche" de 1912, que conformaron hitos revolucionarios, en donde quedaba desafectada la cremación al aire libre y se reincorpora la posibilidad de cremación después de 500 años. Asimismo, prohíbe la cremación hasta 24 horas después de la muerte y se construyen espacios adecuados para realizarlos.

Durante la ocupación japonesa (1910-1945), todas las costumbres y manifestaciones culturales coreanas, incluida la lengua y la religión, serán duramente reprimidas o prohibidas. Asimismo, también interfirieron en las ritualidades, simplificando al máximo los procedimientos, llamándolos funerales saludables, ignorando aspectos como la piedad filial, tan importante en la historia de la península.

Luego, a partir de la Guerra de Corea (1950-1953) y la división de ambas en el paralelo 38°, establecerán dos escenarios distintos, en donde el claro lineamiento del sur hacia el capitalismo, ha emprendido un proceso que lo ha llevado de una pobreza extrema hacia una industrialización y la ultra competencia en el mercado global de la mano de conglomerados empresariales (los *chaebol*) con un gran costo de vidas humanas. El "milagro del río Han", tiene su contracara en lo social, basada en una desigual distribución de la riqueza (Rosales, 2021), especialmente a partir de las crisis financieras de 1997 y de 2008, pero con recuperaciones entre ellas a partir de la exportación de su industria cultural que los hace protagonistas del *soft power* y de una estética de servicios y objetos que gran parte del mundo consume (Sakong, 2010).

En definitiva, fue solo en el siglo XX cuando la vida política de Corea experimentó un dinamismo y una vertiginosidad notables. Resulta particularmente interesante analizar cómo se plantea actualmente la cultura funeraria en el país, destacando su carácter centralizado, en contraste con otros países como Argentina, donde la gestión de los cementerios recae principalmente en los municipios.

Por esa razón resulta relevante trabajar con la producción oficial del Estado que, en 2013, crea la Agencia de Promoción de la Cultura

Funeraria (APCFC), dependiente del Ministerio de Salud y Bienestar y que posee una visión y una misión basadas en reconocer que la vida y la muerte son parte de un mismo proceso en donde los hombres y la naturaleza coexisten para lograr una sociedad armoniosa.

UN ACERCAMIENTO A LA RITUALIDAD FUNERARIA EN LA REPÚBLICA DE COREA

Las entrevistas evidencian los cambios en la sociedad de origen y, la periodicidad de los viajes, de alguna forma, impacta en la percepción de los retornados con respecto a los diferentes desarrollos de cada una de las cuestiones que abarcan el complejo entramado de lo social. Incluso frente a situaciones extraordinarias, como la pandemia, que exceden las posibilidades volitivas, materiales o subjetivas de los individuos, resulta pertinente reflexionar sobre las decisiones que cada persona con capacidad transnacional enfrenta respecto a su futuro, especialmente cuando cuenta con la opción de elegir entre distintos países.

Este creciente desapego con los mayores o abandono de la ritualidad funeraria que los migrantes perciben en sus visitas a sus allegados y el ritmo laboral globalizado y competitivo en la sociedad de origen, también es registrada por Han (2018 y 2020) en comunidades que se desagregan en una incomunicación llena de comunicación. Esta pérdida de valores que arman una comunidad en todo el profundo sentido, así como el seguimiento de determinados rituales, en este caso funerarios, tuvo una respuesta por parte del Estado de Corea que, a través del Ministerio de Salud y Bienestar, crea en 2013 la Agencia de Promoción de la Cultura Funeraria de Corea (APCFC) que tiene como principal objetivo, en palabras de su presidente de: "contribuir al desarrollo de una cultura funeraria avanzada mediante la operación del Sistema de Información Funeraria e-Haneul y encargándose de la investigación, el desarrollo, el apoyo, la educación y la promoción de la política y la cultura funeraria" (APCFC, 2023). Toda la información e historia institucional se encuentra para el público en una página *web* compleja, pero plena de información, que analizaremos a continuación.

La APCFC cuenta con una página *web* dinámica y amigable, que hemos analizado a partir de sus solapas principales. Pero al mismo tiempo, la cantidad de ventanas que habilita son numerosas y significativas, de manera que hemos seleccionado solo algunas para el presente trabajo.

Imagen 2

Captura de pantalla de la página web de la APCFC

Fuente: APCFC (2023). Última vista 7/05/2025.

Como se puede observar, posee su propio logo identificatorio a la izquierda, así como también la bandera que sella el carácter nacional de la Agencia en el ángulo superior derecho. El logo simboliza a un hombre y las figuras del alrededor a hojas en distintos colores: el verde simboliza la naturaleza, el naranja la calidez "donde conviven la vida y la muerte" y el azul "la promoción de una institución que investiga, educa y promueve una cultura y políticas funerarias avanzadas" (APCFC, 2023). Allí se pueden observar las diferentes solapas, en el margen superior en azul y que hemos consignado a continuación:

Tabla 1

Solapas del sitio

I-Centro de información
Método de condolencia
Procedimientos funerarios
Métodos funerarios
Sistema de campo natural
Cultura funeraria
Política empresarial
Terminología funeraria
Paseo por la cultura
II- Negocio
Sistema de información empresarial e-sky
Apoyo en caso de desastre
Investigación y desarrollo de contenidos

(continúa)

Tabla 1 *(continuación)*

Formación de personal
Educación y promoción de la cultura funeraria
Servicio de consultoría
Apoyo funerario para no personas sin familia
III-Guía educativa
Formación del personal
Educación informacional
IV-Apoyo funerario para personas sin familia
Autobuses starlight
Calendario
Monumento a la luz de las estrellas
Materiales relacionados a personas sin familia
V-Comunicación de relaciones públicas
Promoción de la cultura funeraria
Nota de preparación
Tarjetas
Boletín informativo
Video promocional
Redes sociales
Nota de condolencia
VI-Espacio de notificación
Anuncios
Noticias
Informes de prensa
Sitios relacionados
VII-Introducción a la institución
Saludos
Historia
Metas
Visión
Material de introducción
Organigrama
Introducción
Divulgación de la gestión
Camino por venir

Resulta interesante indagar en el desarrollo que ha tenido desde sus comienzos y las capas de complejidad y pertinencias que ha sumado a su función.

HISTORIA INSTITUCIONAL DE LA APCFC

En febrero del año 2013 se otorgó el permiso para establecer la APCFC. La Agencia tiene como principales objetivos el compromiso desde

el Estado coreano para consolidar la visión centrada en la dignidad, la convivencia, el respeto al medio ambiente, una misión vinculada a la promoción del bienestar y liderar lo relativo a la cultura funeraria.

Desde sus múltiples abordajes encontramos un cuadernillo cuya carátula sintetiza el anhelo institucional: hay una familia tipo y una pareja de abuelos que se encuentran mirando el cielo con una nube en forma de corazón, que es señalada por el hijo mayor (piedad filial) y el mensaje refiere a la necesidad del respeto a la naturaleza, las generaciones y la convivencia que conecta ambos planos. Se incluye el logo institucional.

Imagen 3
Carátula de un cuadernillo descargable

Fuente: APCFC (2023). Última vista 12/12/2023.

Imagen 4
"Por una cultura funeraria saludable, digna y natural"

Fuente: APCFC (2023). Última vista 10/05/2025.

Para desarrollar sus objetivos se basará en la 1) investigación y el apoyo con el fin de mejorar la cultura y las estadísticas; 2) brindar un mejor servicio (información empresarial, trámites, precios, gestión integrada);

3) difundir la cultura funeraria (educación y campañas de promoción ecológica, funerales ecológicos en caso de desastres y en el extranjero); y 4) capacitación de personal, cooperación e infraestructura (materiales didácticos, experiencia y asesoría e intercambios con organizaciones comerciales, nacionales y extranjeros).

En 2014 la variable ecológica se suma como parte de la formación, se elabora una encuesta durante octubre, para la sensibilización pública de la cultura funeraria y el sistema de entierros.

En abril de 2015 se estableció un *tour* de capacitación funeraria ecológica y del paisaje turístico, un grupo de apoyo para desastres y adquirir una función jurídica relacionada al sistema de información, así como de investigación sobre higiene e instalaciones.

En 2016 se establece un fortalecimiento de revisión de estatutos, la obligatoriedad de la formación y capacitación de los trabajadores funerarios, las Leyes de Funerales, instalaciones, investigación sobre el avance del sistema funerario y el mantenimiento de tumbas y entierros naturales.

Establece un servicio de consulta público de 24 horas, por internet o por teléfono y un servicio personalizado de consultoría que brinda: a) un procedimiento de reserva de espacio crematorio; b) información de la actividad de la empresa; c) sobre el precio de las instalaciones funerarias (precios sobre cremación, lugares de consagración y precio sobre los productos); y por último, d) un detallado procedimiento sobre cómo ofrecer condolencias, terminología y múltiples aspectos vinculados. Es sumamente significativa la importancia dada a la capacitación de agentes funerarios, la oferta de cursos, materiales y dispositivos para el acceso a una mejor atención y promoción de la cultura funeraria.

Nos detendremos en una sección de la página web: "I-Centro de información", que resulta sumamente interesante, no solo por el recorrido de los procedimientos tradicionales y el recorrido histórico sino también por el punto "Visión del mundo", en donde describen, desde un abordaje filosófico y religioso, qué significa ese concepto. La visión global del mundo posee influencias del chamanismo en donde este mundo y el más allá no son indistintos sino una continuidad, una visión de la reencarnación (derivada del budismo, en donde a partir de la muerte se abren seis caminos: el infierno, fantasmas hambrientos, animales, *asuras*, humanos y cielo), y se encuentra determinado por el desempeño y el karma de lo realizado en este mundo. Por último, la cosmovisión dualista (derivado del confucianismo) donde el elemento espiritual que compone el ser humano es el alma y el elemento físico se separan, al momento de la muerte ascendiendo el alma al cielo y la cultura funeraria debe disponer del cuerpo.

Asimismo, continúa en algo que describe como "características mentales" que posee tres pilares: la piedad familiar hacia los padres, y

es en los procesos ceremoniales fúnebres donde se evidencia y se pone en juego cualquier falta realizada contra ellos, dando muestra de la gratitud y la educación; el espíritu de la vida y como debe ser valorada y el temor a la muerte (por esa razón el cuerpo es atado, el ataúd escondido en el suelo y sus ropas quemadas, eliminando el rastro de muerte) y; por último, el espíritu de curación que se produce a través del duelo, a través de música y cantos.

Asimismo, los ritos funerarios proveen un esquema de salubridad, establece el confort de los que quedan (comida y asistencia grupal), además de ayuda mental y material fortaleciendo la solidaridad comunitaria. Por otro lado, sostienen a través de este proceso, la muerte socialmente significativa, con una educación social que refleja los valores y reproducirlos a futuro y "sirven como un lugar educativo para enseñar y aprender la etiqueta básica y el sentido del orden para vivir como miembro de la sociedad, como como rango y jerarquía" (APCFC, 2023), poniendo de manifiesto la verticalidad que regía la sociedad coreana.

A través de boletines, noticias, debates y actualizaciones llegamos al presente donde, por ejemplo, como producto de la flexibilidad y heterogeneidad de aspectos que abordan la temática, hemos encontrado un sorteo en el que participan aquellos que contestan la encuesta de satisfacción para la promoción de la cultura funeraria y que ofrece como premio productos de consumo juvenil.

Imagen 5

Encuesta y premios.

Fuente: APCFC (2023). Última vista 9/12/2023.

En todos los ítems que cubren una amplia coloratura de aspectos que revelan y ponen de manifiesto la necesidad de revivir parte de la cultura funeraria, los procedimientos son explicados y por esa razón comienzan de cero y a partir de ilustraciones, que forman parte de la estética y las piezas comunicacionales del Estado, que se observan en las calles, los subtes, bancos e instituciones estatales, etc.

Con respecto a la concurrencia a una casa velatoria, allí se establece un orden donde el primer paso consiste en firmar el libro de visitas, quemar un incienso (sosteniendo la varita con la mano derecha, sacudiéndola, posicionándola en el recipiente y advirtiendo que nunca puede ser soplada), ofrecer flores (crisantemo blanco, levantando el tallo con la mano derecha y sosteniéndola con la izquierda, posicionándola con el centro de la flor de frente a la foto, en silencio y, si lo siente, realizar una breve oración), e inclinarse frente a la foto del difunto (dos veces) con una cinta negra y un crespón en la parte superior del marco. Finalmente, ofrecer condolencias al familiar doliente (vestido con ropas tradicionales de luto llamadas *sangbok*), y ofrecen tres frases "que las almas de los ancestros…", "te ofrezco palabras de consuelo" y "cuánto duele".

Imagen 6
Procedimiento ilustrado

Fuente: APCFC (2023). Última vista 9/12/2023.

Con respecto al período de condolencias, las recomendaciones se relacionan con una actitud de respeto y responsabilidad, la vestimenta apropiada y la etiqueta que requiere el momento. Expresa que "en los tiempos modernos está bien dar el pésame inmediatamente después de la muerte", tal vez relacionado con los escasos tiempos que se le están dedicando a estas ceremonias.

Bajo la categoría de la "Etiqueta de condolencia", hace una referencia al pasado cuando era de buena educación el uso de ropa blanca

dado que se usaba *hanbok*, pero en los tiempos modernos lo mejor es un traje oscuro, para ambos sexos, sin colores ni adornos ni maquillaje estridente, evitando mostrar los pies.

Con respecto a las condolencias, se basa en una inclinación diferenciada pero que parte del posicionamiento a los costados, cerrando el puño ligeramente y luego juntar ambas manos. Hay una diferencia de acuerdo si es hombre, que dejará la mano izquierda hacia arriba, con la mano izquierda encima, luego colocando las manos a la altura de los ojos, con las palmas hacia el suelo y los ojos mirando la punta de los pies, luego se procede a arrodillarse con el pie izquierdo, apoyando la rodilla y luego la otra, reuniendo ambas manos, donde luego apoyará la frente. Para las mujeres la forma es ligeramente diferente, en el tercer paso, sentándose sobre sus talones con las manos sobre la altura de sus ojos, para luego inclinarse hacia adelante. En ambos casos hay que inclinarse dos veces y esta gran reverencia se encuentra destinada a adultos de alto rango.

También se encuentra diferenciado lo que se debe decir, en donde es correcto irse sin decir de más, expresando que no hay palabras que consuelen en ese momento. Es diferente si es el padre, el hermano mayor o si el marido poseía un rol relevante; pero si el fallecido es más joven solo se inclina frente a la esposa –no ante los hijos–, y si el que visita es mayor, serán los dolientes los que se inclinen primero.

De acuerdo a los testimonios de los coreanos y descendientes residentes en Argentina, comen en el momento de acompañamiento en el duelo o mientras se espera para saludar a los dolientes, aunque evitando el consumo excesivo de alcohol, los ruidos fuertes y risas o los juegos de azar. En las consideraciones también se encuentra y se explica el proceso de separación del lugar del cuerpo y los otros salones (hall con las coronas y el espacio de comida, que debe ser sencilla). También suman detalles importantes, como que no se debe prolongar el momento de saludo de la familia, comportarse de manera informal, hablar en voz baja y preguntar en detalle sobre las causas de la muerte.

En el caso argentino, la raíz cristiana no evidencia diferencias marcadas, pero en el caso coreano, recomienda que, aunque posea costumbres y religiones diferentes, es de buena educación seguir las de la familia. El sobre de condolencias se ubica en una caja destinado a tales efectos y también es importante tener un espacio donde dejar los zapatos y los paraguas.

El aviso del funeral es enviado por el director de la funeraria y el formulario de obituario puede ser descargado. También pueden ser obtenidos dos tipos de “obituarios modernos”.

En el pasado, la ausencia al velorio generaba una ofensa para el resto de la vida, pero en el presente hay dos recursos tecnológicos para enviar una tarjeta de condolencias: a través de la oficina de correo o en teléfonos KT, marcando el 115 y dictando un mensaje, con ejemplos que también la página *web* ofrece. Unos días después del funeral es adecuado enviar una nota de agradecimiento por la presencia en forma de tarjeta postal.

También hay una solapa "Procedimientos de preparación previa al funeral", donde se orienta sobre los pasos que se deben seguir, a quién llamar, y los certificados que deben reunir, con diez preguntas y respuestas para descargar. En la parte más detallada, establece tres categorías: a) por antecedentes médicos (y en ese caso la presencia del hospital y el médico tratante son fundamentales); b) muerte natural; y la c) muerte accidental (no soldados y seguir las instrucciones de la policía).

Asimismo, una variable fundamental que atraviesa este tipo de sociedades ultramodernizadas y tecnologizadas, es el envejecimiento social y la baja natalidad, aunque son aspectos que exceden del presente trabajo (KOSTAT, 2023). [7]

En este mismo apartado se ofrece apoyo a grupos vulnerables, previa solicitud con un formulario y amparado en la Ley de Entierro, que los exime de los gastos de cremación, y la Ley Nacional de Seguridad de los Medios de Vida Básicos, que ofrece un subsidio de 750.000 *wones*. Asimismo, brinda información de servicios funerarios baratos, en este caso para habitantes de Seúl, para personas sin sustento básico, personas sin vínculos, mujeres de consuelo y víctimas de la ocupación japonesa. Hay cuestiones que varían de acuerdo a la familia, la religión y el nivel de apego a las cuestiones tradicionales que cada individuo posea. Lo que concluye es que en los últimos años los ritos funerarios se han simplificado enormemente.

La duración de los funerales solía ser más extensa según los rituales, desde el momento de la muerte hasta la preparación final. En la actualidad, es común realizar funerales en tres días, pero esta duración puede variar si hay circunstancias especiales, permitiendo flexibilidad más allá de ese periodo. (APCFC, 2023)

7 La República de Corea tienen 51,7 millones de habitantes en una superficie territorial similar a la de Chaco, una de las 24 provincias argentinas. De acuerdo a su oficina de estadística, los hogares de personas mayores que denominan "viviendas unifamiliares", es la más alta "lo que representa una proporción elevada (40,8%) en comparación con otras etapas de la vida" (KOSTAT Hogares, 2023), con una esperanza de vida de 82, 7 años. Argentina posee una población de 45, 8 millones de personas y la esperanza de vida es de 78 años (INDEC, 2023).

El procedimiento debe respetar los tres días estándar que se encuentran debidamente consignados:

Tabla 2
Procedimiento funerario

Día 1	Día 2	Día 3
Si el paciente se encuentra enfermo se lo debe ingresar al hospital mirando al este. Deberá estar siempre acompañado por su familiar, que cambie su ropa, ordenando el entorno. Si muere en la casa se debe llamar a un médico, se convoca a los cercanos. Y la preparación de cuerpo la realiza un familiar de mismo sexo, le limpia los ojos y los cierra como si estuviera durmiendo, con la cabeza mirando al sur. Se juntan las puntas de los pies atándolas con una venda blanca, al igual que las rodillas, ambas manos sobre el estómago, un algodón sobre la boca al igual que los oídos, la nariz y se cubre la cara con una manta. Frente a él se coloca un biombo, se quema incienso y dos velas. Se coloca una luz en la puerta principal y se contacta a la funeraria.	Dependiendo del lugar del deceso, últimamente en espacios hospitalarios, comienza un procedimiento complejo a partir de la colocación del sudario y se detalla el procedimiento de vestido, superponiendo las prendas, abrochando primero el lado izquierdo y luego el derecho. Cubriendo el cuerpo con un lienzo blanco que debe ser el doble de la altura de la persona, y se ata con una cuerda (se explica detalladamente como hacerlo ya con la presencia de un sacerdote) y se pone el ataúd con la cabeza al norte, una placa conmemorativa y el retrato con la cinta negra. Se preparan 3 tazones de trigo o arroz, 3 tipos de verduras, 3 monedas.	Se realiza la salida de la casa o de la funeraria y rituales acordes a cada religión. El orden de los familiares es rígido. Se procede a concurrir al establecimiento crematorio, previo pedido de turno o en una tumba a tierra (en ese caso se cubre con cal y tierra en forma de túmulo, aunque también hay al ras como en el Cementerio Nacional) y también puede ser en un espacio consagrado. Otros espacios de entierro de cenizas son los cementerios naturales que los gobiernos destinan y que a tales efectos.

Fuente: Elaboración propia en base a la información de la APCFC (2023)

Los cementerios pueden ser públicos, gestionados por los gobiernos locales o privados que también requieren de la anuencia del poder político (gobernador, jefe de distrito, etc.) y que se habilita para una persona individual y esposa, un espacio familiar o un clan. Cada uno de ellos posee una ubicación dentro del cementerio de 30, 100 y 1000 m^2, respectivamente, con una lápida (con un máximo de 2 metros de altura y figuras de piedra –si lo quisiera–, sin incluir figuras humanas).

Resultan sumamente interesantes los espacios naturales (públicos y/o privados) que han entrado en vigor desde mayo de 2008 y

que tienen como objetivo evitar daños al medio ambiente. Mediante un pedido de permiso al gobierno local se evalúa su aprobación bajo un árbol, un espacio de flores o un bosque. Las restricciones son estrictas y se encuentran relacionadas con el sentido común y la convivencia.

También se pueden establecer sitios destinados al entierro de cenizas en reservas naturales. En este caso, debe ser avalado por el Servicio Forestal de Corea o, si es privado, debe ser comprado por un grupo religioso o corporación.

Tabla 3
Tipos de entierros y casas velatorias registrados

Casas funerarias	**1.102**
Crematorios	62
Espacios de funerales naturales	192
Espacios de consagración	617
Cementerios	527

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la APCFC (2023)

La sexta sección está vinculada a la política empresarial, donde se mencionan las leyes que comprenden a la Agencia, fundamentalmente la n°19.299 –que entra en vigor el 29 de septiembre de 2023–, y el Decreto Presidencial de aplicación n°32977, del año anterior. También hay un apartado especial para la donación de órganos.

El séptimo aspecto se centra en la terminología funeraria, presentada con gran precisión y detalle. Por su parte, el punto ocho ofrece más de 50 películas, exposiciones y cortos, con sus respectivos enlaces, constituyendo un recurso original y accesible para todas las edades. Además, en otro apartado, se incluyen libros sobre una amplia variedad de temas, como la buena muerte, la eutanasia, el envejecimiento y reflexiones sobre cómo debería organizarse una sociedad para garantizar una buena muerte (Midori, 2019). También se abordan guías sobre cómo llevar a cabo un funeral de manera sabia (Kim, 2020) o cómo prepararse para la muerte después de los 50 años de forma elegante (Mutsubara, 2021), entre más de 450 títulos que cubren una diversidad de temáticas.

También se ofrece la lista de la Biblioteca Kim Hyun-jun, con 545 libros raros sobre política y cultura funeraria. Como anteúltimo ítem ofrece un espacio para datos variados, *blogs* y comunicados, entre los cuales se encuentra un trabajo de investigación realizado por los Servicios Forestales de Corea para la promoción de la cultura de entierros naturales (Kim, 2021).

La construcción de espacios funerarios que pervivan al menos tres generaciones constituye un triunfo a partir de la modernidad.

Hay un espacio específico denominado "Preparación para la ruptura" que auspicia una campaña, con notas de preparación, un video y consejos para preparar el funeral con antelación aconsejando los naturales.

ACTUALIZACIONES Y NUEVOS CAMINOS

Como nos han relatado en numerosas entrevistas, un aspecto diferenciador del inicio del velatorio es que los hospitales poseen un espacio para realizar el inicio de la ritualidad. El rito es un acto comunicativo y dice más de la vida que de la muerte en sí (Reimers, 1999), aunque posee un efecto práctico, también cuentan con procesos simbólicos que "deben su valor social específico al hecho de que tienden a organizarse en un sistema de diferencias (…) lo cual reproduce (…) el sistema de diferencias sociales" (Butler, 1997, p. 247) y que, como producto social, entra en el mercado. Por otro lado, Han (2020), también define a los rituales como una forma de re-encuentro y de reconocimiento que simboliza como una "vuelta al hogar" a las certezas del pasado dando respuestas, recuperando la bella idea de Barthes (2004) de que la ceremonia protege como una casa.

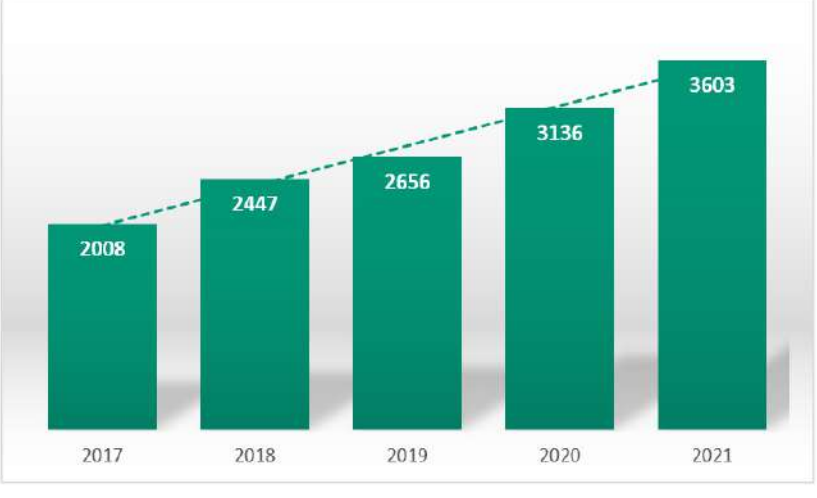
De manera paradójica, los cambios dentro de la sociedad coreana y que se perciben de manera más pronunciada en el creciente abandono de las familias con respecto a sus mayores ha llevado a que, los procedimientos del tercer día vinculados al enterramiento quedan sin atención. Por esa razón, se instauró una línea de autobuses llamados Starlight, que se encuentran acondicionados para el traslado del cuerpo refrigerado, con un altar en el fondo, flores, frutos, un lugar para pancartas, una esterilla en el suelo y una serie de doce asientos. Estos, estarían destinados a los dolientes, amigos, allegados, pero que no posean una responsabilidad con el muerto y acompañen al difunto hacia su última morada en el crematorio. En la solapa se ofrece materiales relacionados para el apoyo funerario de personas sin familia. Por ejemplo, en el distrito de Gyeyang-gu –ciudad de Incheon–, se emitió una ordenanza que describe quiénes son los que pueden peticionar como beneficiarios y los métodos de apoyo (sudarios, ataúdes), con el fin de apoyar un servicio conmemorativo sencillo y digno.

Imagen 7
Bus

Fuente: APCFC (2023). Última vista 10/06/2025.

Como bien nos han indicado, este servicio no se puede contratar si no es vinculado con una averiguación previa de que no hay recursos ni afectivos ni materiales que puedan correr con el acompañamiento, pudiendo pedir el turno. O bien, el espacio para acompañantes es para que suban allegados que el bus pasa a buscar (no familiares).

Gráfico 1 - Estadísticas de solicitudes de muertos no reclamados



Fuente: APCFC (2023). Última vista 12/12/2023.

Asimismo, también se ofrece un Servicio Conmemorativo en línea, donde a través de videos de YouTube y pasos muy claros para seguir a la distancia, se puede conmemorar a un familiar con la posibilidad de compartir a través de redes sociales. Debe contar con una computadora o un teléfono, solicitar el uso y puede proceder a la decoración del salón en 2D o 3D, insertar una foto, se coloca el nombre en la tablilla y puede proceder con la decoración de la mesa de rito ancestral. Allí, casi como en un juego de computadora, se pueden elegir los cuencos con arroz, guiso, *jeon*, pescado, frutas, vegetales y dónde ubicarlas. También se pueden insertar videos, fotos y mensajes y seleccionar bandejas de flores y el cuenco para sahumerios.

El servicio 3D ofrece una visión de 360° que emula una sala velatoria VIP: se puede ver el video conmemorativo que hizo la familia (se pueden subir hasta 5), un mensaje escrito y dejar unas palabras, un recorrido por la sala y acceder al álbum de recuerdos. La anteúltima imagen son la figura de un hombre y una mujer con vestidos tradicionales y, como se puede ver, el servicio en los teléfonos, computadoras y otra pantalla, cerrando con el logo del Ministerio de Salud y Bienestar. De manera ampliada, también se puede bajar un archivo con las especificaciones.

La virtualización de los recursos, la solicitud de turnos y acopio de información ha encontrado en esta página una variedad de líneas que a veces se encuentran y entrelazan. Se pone en relieve la emergencia de una sociedad envejecida.

ALGUNAS REFLEXIONES

La facilidad de acceso a distintos niveles de complejidad, desde los detalles mínimos de la ritualidad hasta la historia, los materiales y la capacitación, evidencia una reproducción profunda de la identidad al alcance de todos, tal vez con el objetivo de que sea replicada.

El muerto sigue perteneciendo a la sociedad. Dondequiera que esté, continúa participando con los vivos en el ciclo agrícola, los negocios u otras actividades productivas. Esta concepción implica que sigue siendo necesario mantener un intercambio social entre vivos y muertos. Las redes sociales incluyen también a los fallecidos. Así, mediante la muerte, los seres humanos se separan de los vivos y se reúnen con los muertos, pero no se disuelve el vínculo comunitario.

Aunque resulta imposible medir completamente su impacto, el Estado de la República de Corea ha intervenido, revalorizando el patrimonio tangible e intangible asociado a la muerte como una oportunidad para proyectar discursos estatales.

La página *web* ofrece accesos directos a un amplio abanico de temas complejos que atraviesan a todos los individuos, y mediante

dibujos o presentaciones didácticas, facilita la comprensión de los procedimientos que cada muerte conlleva.

Para análisis futuros, se han seleccionado líneas muy interesantes, como el apoyo frente a desastres y la capacitación del personal, no solo para brindar un mejor servicio, sino también para constituirse como agentes que revitalicen la cultura funeraria, considerándola un componente de la *kweb* y de la amplia dimensión del *soft power* (Castiglione, 2024b).

BIBLIOGRAFÍA

Agencia de Promoción de la Cultura Funeraria. (2024). *Agencia de Promoción de la Cultura Funeraria*. https://www.kfcpi.or.kr/portal/home/main/main.do

Barthes, R. (2004). *Lo neutro*. Siglo XXI.

Butler, J. (1997). *Lenguaje, poder e identidad*. Síntesis.

Castiglione, C. (2017). Memoria y ritos funerarios: Una aproximación a la comunidad coreana en la ciudad de Buenos Aires. *Etnografías Contemporáneas, 3*(5), 152–181.

Castiglione, C. (2021). Formas de organización funeraria en torno a la muerte: Una aproximación a la Parroquia de los Santos Mártires Coreanos de la ciudad de Buenos Aires. *Rumbos TS, 24*(edición especial).

Castiglione, C. (2023). El impacto de la crisis del COVID-19 y la postpandemia en la comunidad coreana de CABA: Un acercamiento desde la interseccionalidad. *X EECAL*, Universidad Parque Medellín, Colombia.

Castiglione, C. (2024a). Formas de gestionar la muerte desde el estado: El caso coreano. Una aproximación desde el otro lado del mundo. *RIEA, 3*(2), julio-diciembre.

Castiglione, C. (2024b). Una aproximación a la ritualidad funeraria coreana actual a través de sus series dramáticas. *La Rivada, 12*(23), 65–85.

Contreras, Y. (2019). Trayectorias migratorias: Entre trayectorias directas, azarosas y nómades. *Investigaciones Geográficas, 58*, 4–20. https://doi.org/10.5354/0719-5370.2019.55729

Han, B.-C. (2018). *Muerte y alteridad*. Herder.

Han, B.-C. (2020). *La desaparición de los rituales: Una topología del presente*. Herder.

Horlyck, C. (2014). *The eternal link: Grave goods of the Koryŏ Kingdom (918–1392 EC)*. University of London.

Kendall, L. (2010). *Shamans, nostalgias, and the IMF: South Korean popular religion in motion*. University of Hawaii Press.

Kim, Y.-w. (2020). *Wise Funeral Culture*. Meinster Institute.

KOSTAT. (2024). *Korean Statistical Information Service*. https://kostat.go.kr/board.es?mid=a10301020100&bid=a103010201&ref_bid=203,204,205,206,207

Midori, K. (2019). *Pregunta sobre el significado de la muerte y los funerales*. Academia Hanul.

Mutsubara, J. (2021). *Un final elegante para preparar a partir de los 50*. M&B.

Reimers, E. (1999). Death and identity: Graves and funerals as cultural communication. *Mortality, 4*(2), 147–166.

Rosales V. La experiencia económica de Corea del Sur: lecciones y desafíos. El trimestre económico, 88(352), 1247-1273. *Epub 13* de diciembre de 2021.https://doi.org/10.20430/ete.v88i352.1341, 2021.

Sakong, I. (2010). Introducción. En I. Sakong & Y. Koh (Eds.), *La economía coreana: Seis décadas de crecimiento y desarrollo* (pp. 17–22). CEPAL-KDI-KCLAC.

Vovelle, M. (2017). Historia de la muerte. *Cuadernos de Historia, 22*, 17–29.

Jin Suk Bae

ENTRELAZANDO BUENOS AIRES CON SEÚL: UN EMPRENDEDOR DE LA DIÁSPORA COREANA Y EL TRANSNACIONALISMO INVERSO

INTRODUCCIÓN

El año 2025 es significativo, ya que marca el 60º aniversario de la primera inmigración masiva de trabajadores agrícolas coreanos a Argentina. En agosto de 1965, 78 ciudadanos coreanos de 13 familias partieron desde el puerto de Busan, a bordo del barco holandés Voissvein, y llegaron a Buenos Aires en octubre del mismo año. Hoy en día, aproximadamente 23.000 coreanos étnicos residen en Argentina, muchos de los cuales trabajan y ocupan puestos destacados en la industria textil. A pesar del desarrollo histórico y la consolidación de la comunidad coreano-argentina, algunos han optado por regresar a su país por diversas razones. La migración de retorno se puede definir como el traslado físico para permanecer durante un tiempo, posiblemente de forma permanente, en el lugar de origen (Oxfeld y Long, 2004). Diversos grupos de la diáspora han retornado a Corea del Sur debido a manifestar un instinto de regresar a casa, querer reconstruir lazos y afinidades étnicas; además de políticas migratorias que favorecen este tipo de migración hacia los países de origen. El retorno también ha adoptado la forma de movimientos estratégicos en busca de mejores oportunidades económicas o sociales (Gmelch, 1980; Oxfeld y Long, 2004; Tsuda, 2009). Si bien un número creciente de la diáspora coreana ha regresado a Corea desde la década de 1990, gran parte de la investigación se ha centrado en la migración, numéricamente superior,

de retornados procedentes de China y la antigua Unión Soviética. Sin embargo, los migrantes coreanos de América Latina siguen estando significativamente poco estudiados tanto en los estudios sobre migración de retorno como en los estudios más amplios sobre la diáspora coreana.

En este contexto, este estudio explora la intersección entre la migración de retorno, el emprendimiento y el transnacionalismo inverso, centrándose en el caso de Park Yu-joong, un coreano que regresó de Argentina. Park emigró a Argentina en 1981 y regresó a la República de Corea (en adelante, Corea) en 2006. Este estudio adopta un enfoque de historia de vida oral para explorar las trayectorias de migración continua de Park y sus iniciativas empresariales tras su retorno, incluyendo su participación en negocios de vino y restaurantes argentinos en Seúl. Además, el artículo destaca las conexiones transnacionales que Park mantiene y su compromiso con la comunidad coreano-argentina en Buenos Aires y Seúl tras su regreso.

Este estudio adopta un enfoque transnacional para explorar las experiencias de los emprendedores coreanos retornados. El transnacionalismo se refiere generalmente a cómo los inmigrantes forjan y mantienen relaciones sociales simultáneas y multifacéticas que vinculan sus sociedades de origen y de acogida. Los transmigrantes pueden definirse como aquellos cuya vida cotidiana depende de múltiples y constantes interconexiones a través de fronteras internacionales y cuyas identidades públicas se configuran en relación con más de un Estado-Nación (Basch *et al*., 1994; Glick Schiller *et al*., 1999; Bilgili, 2022). Sin embargo, este estudio cuestiona la noción tradicional de transnacionalismo, señalando que la diáspora coreana que ha migrado de regreso a su país de origen desde Argentina mantiene vínculos transnacionales con el país latinoamericano.

Los grupos de la diáspora coreana regresan a su país de origen con conexiones sociales y transnacionales con su país de inmigración. Investigaciones previas sobre las prácticas transnacionales en la diáspora coreana se han centrado principalmente en cómo se han mantenido diversas relaciones y vínculos entre Corea y los países de acogida. Sin embargo, debido al aumento de los repatriados coreanos de la diáspora, los coreanos han sido testigos de una influencia cultural y económica inversa de los países de acogida de los inmigrantes coreanos en la sociedad coreana. Este estudio explora cómo Park Yu-joong, un coreano que regresó a su país, ha participado en el transnacionalismo de manera inversa al traer consigo e introducir la cultura culinaria, vinícola y del tango argentinos en Corea.

Metodológicamente, se utilizó como método principal de investigación la historia de vida oral, complementada con artículos perio-

dísticos, registros comunitarios y datos estadísticos relacionados con la comunidad coreana en Argentina. Además, este estudio recurre a fuentes secundarias sobre temas relevantes, como la historia de la migración coreana a Latinoamérica y el fenómeno del retorno migratorio. Las principales indagaciones de la investigación incluyen las motivaciones de Park para incursionar en el negocio de la importación de vinos argentinos y operar varios restaurantes argentinos en Seúl. El estudio también analiza cómo Park aprovechó el capital, el conocimiento cultural, la visión empresarial y las redes sociales que adquirió en el extranjero para desarrollar un modelo de negocio innovador que facilitó su reintegración a la sociedad coreana y contribuyó a crear un espacio cultural translocal en Seúl.

En suma, este estudio tiene como objetivo ampliar y profundizar la comprensión general de la migración coreana a Argentina y el fenómeno de la migración de retorno, explorando cómo las experiencias migratorias y el capital económico y cultural del país de acogida pueden ser utilizados por los emprendedores retornados de la diáspora.

HISTORIA DE LA MIGRACIÓN COREANA A ARGENTINA

Un número relativamente pequeño de coreanos emigró a Argentina como ciudadanos japoneses durante el periodo colonial japonés y como prisioneros anticomunistas coreanos en 1956 y 1957, tras la Guerra de Corea. Sin embargo, la inmigración coreana a mayor escala a Argentina comenzó en 1965, en el marco de los programas de inmigración agrícola impulsados por el gobierno coreano de la época. No obstante, los esfuerzos de los inmigrantes por cultivar y desarrollar tierras agrarias fracasaron debido a las duras condiciones del campo y otros factores. Por consiguiente, la mayoría de esta primera oleada de coreanos se reubicó en las grandes ciudades.

Las actividades emprendedoras constituyen la vía más común en los procesos de adaptación económica de los inmigrantes. Factores relacionados con las condiciones culturales y estructurales influyen en la formación y el funcionamiento de las empresas emprendedoras de los inmigrantes (Aliaga-Isla y Riapl, 2013; Surangi, 2022). Los inmigrantes suelen concentrarse en el autoempleo debido a la falta de dominio del idioma local, la insuficiente cualificación profesional y la exclusión del mercado laboral formal; estos factores explican por qué muchos inmigrantes coreanos comenzaron a desarrollar oportunidades de nicho en la industria textil latinoamericana.

Una posterior oleada de coreanos de clase media comenzó a inmigrar de forma significativa tras el acuerdo de inmigración por

inversión firmado entre los gobiernos de Corea y Argentina en 1985 (C. Park, 2009)[1]. Con la afluencia de inversiones, estos inmigrantes trajeron capital y máquinas de tejer coreanas, lo que propició una expansión cualitativa y cuantitativa de la industria textil coreana en Argentina (Instituto Nacional de Historia Coreana, 2007).

A pesar de las diferencias lingüísticas y culturales, y de las diversas dificultades que afrontaron los coreanos recién llegados durante el periodo inicial de adaptación a Buenos Aires, lograron alcanzar el éxito económico en la industria textil y de la confección. Su concentración en esta industria y su activa participación en las actividades de la iglesia coreana propiciaron la relativa homogeneidad de su comunidad étnica, y desde entonces, la lengua y las costumbres coreanas se han conservado en buen estado.

Según las estadísticas de la Agencia de Coreanos en el Extranjero, a partir de 2023, el número total de coreanos en todo el mundo es de aproximadamente 7.081.510; aproximadamente 102.751 coreanos residen en América Latina, con 23.089 personas que actualmente viven en Argentina.

Tabla 1.
Número total de coreanos en Argentina y América Latina (a partir de 2023)

	2017	2019	2021	2023
Argentina	23.194	23.063	22.847	23.089
America Latina	106.794	103.617	90.289	102.751

En Buenos Aires, la comunidad coreana trabaja principalmente en la industria textil y el comercio, en pequeñas y medianas empresas, y en el comercio mayorista y minorista. Actualmente, la mayoría se concentra en la zona aledaña a la Avenida Avellaneda (Delmonte, 2018). El festival cultural coreano anual "Buenos Aires Celebra Corea", organizado por la Asociación Coreana en Argentina, el Gobierno de la Ciudad de

1 Dado que el apellido del narrador es Park, se utiliza la inicial del nombre para distinguir entre los académicos que comparten el mismo apellido.

Buenos Aires y el Centro Cultural Coreano, se ha convertido en uno de los eventos culturales más importantes de la capital argentina, con una participación anual de entre 70.000 y 80.000 personas (Jang, 2021).

La literatura previa sobre los coreanos en Argentina y procedentes de ella exploró la historia de la inmigración coreana y su posterior integración económica a través de la industria textil en el país; también se centró en el estado de la cultura popular coreana, las actividades religiosas y las cuestiones relacionadas con la identidad entre los coreanos de segunda generación o su remigración de América Latina a los Estados Unidos. Varios académicos también han examinado las actividades de la Asociación Literaria Coreana de Argentina y han analizado las características transnacionales y diaspóricas representadas en las obras literarias de los inmigrantes coreanos.

Lee (2013) señala que, a diferencia de la literatura de la diáspora coreana en otras regiones del mundo, que muestra un sentido de arraigo, la literatura coreano-argentina refleja la inestabilidad política y económica de la comunidad. Los inmigrantes coreanos en Argentina han incorporado a su producción literaria sus experiencias transnacionales de remigración a Canadá y Estados Unidos, así como su retorno a Corea.

De manera similar, estudios previos indicaron que los coreanos en Latinoamérica han mostrado una alta propensión a remigrar a países como Estados Unidos, Canadá y Corea. Los movimientos migratorios de los coreanos suelen ser multidireccionales e implican reubicaciones continuas dentro de Latinoamérica o a nivel global. Por ejemplo, algunos coreanos, tras establecerse inicialmente en países latinoamericanos, se trasladaron a otros países de América o regresaron a Corea por diversas razones, entre ellas, cuestiones económicas y de seguridad, y la búsqueda de mejores oportunidades educativas. Durante sus sucesivas migraciones, estos inmigrantes coreanos se apoyaron en sus redes familiares, empresariales y religiosas, ya que su decisión migratoria estuvo mediada por dichos vínculos. Además, los migrantes coreanos secundarios o de retorno, a menudo establecen bases en más de dos países, poseen más de una nacionalidad y desarrollan múltiples identidades culturales (Ropp, 2000; Joo, 2007; C. Park, 2009; Mera, 2010; K. Park, 2014; Bae, 2017).

MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Metodológicamente, este estudio emplea el método de investigación de historias de vida orales para analizar la migración continua y la experiencia emprendedora de la diáspora coreana retornada. Utiliza estadísticas, registros comunitarios, artículos periodísticos y otras

fuentes secundarias relacionadas con la historia de la inmigración coreana a Argentina y el fenómeno del retorno migratorio de la diáspora coreana. Sin embargo, el elemento más significativo de los datos de la investigación se recopiló mediante entrevistas personales en profundidad con Park Yu-joong entre abril y mayo de 2025. Se obtuvo información adicional a través de comunicaciones telefónicas con el entrevistado.

La elección de Park como narrador se debió a que sus diversas experiencias migratorias y emprendedoras aportarían una gran cantidad de datos de historia de vida oral para profundizar en la comprensión de la migración de retorno diaspórica. Ante la escasez de investigaciones previas sobre coreanos de Latinoamérica y sus experiencias de migración de retorno, este estudio, en lugar de basarse en el análisis estadístico de grandes cantidades de datos cuantitativos, adopta un enfoque inductivo para analizar datos cualitativos recopilados empíricamente y facilitar el debate académico pertinente. Centrándose en términos temáticos clave derivados de la historia de vida del narrador, los datos originales de las entrevistas se reorganizan y conceptualizan para analizarlos a partir de una serie de categorías.

Se recopilaron datos de historias de vida orales según las etapas del movimiento internacional del entrevistado desde Corea, Argentina y Estados Unidos, y a su regreso a Corea. Las preguntas clave de la entrevista incluyeron la vida de Park en Corea antes de emigrar a Argentina –incluyendo sus relaciones familiares–; las motivaciones para emigrar a Argentina y sus experiencias laborales; las razones de su reemigración a Estados Unidos y el consiguiente proceso de adaptación económica; y su regreso a Corea, junto con sus experiencias en la gestión de restaurantes y su adaptación sociocultural en Corea. La historia de vida oral es una metodología de investigación cualitativa útil para comprender las experiencias laborales de un individuo (Wicks y Whiteford, 2006). En particular, las entrevistas se realizaron con especial énfasis en la adaptación económica y social en Corea tras el regreso de Park.

La historia oral también permite comprender las experiencias subjetivas de una persona, difíciles de abordar en otros estudios de ciencias sociales. Se examinan de forma interconectada, no solo las experiencias vitales del individuo, sino también los contextos socioculturales e históricos a nivel macro. Este estudio contextualiza las experiencias migratorias y empresariales de Park al considerar condiciones históricas y socioculturales interrelacionadas, como la formación de la comunidad coreana en Argentina, el desarrollo de la cultura gastronómica étnica en Corea y los grupos e instituciones sociales coreano-argentinos en Seúl.

LA PUESTA EN MARCHA Y EL FUNCIONAMIENTO DE RESTAURANTES ARGENTINOS

ACUMULACIÓN DE CAPITAL ECONÓMICO Y CULTURAL A TRAVÉS DE LA CONTINUA MIGRACIÓN

Este artículo explora las experiencias de migración continua de la diáspora coreana –la migración inicial, la remigración y el retorno– desde la perspectiva del transnacionalismo, que se refiere a las conexiones, la expansión y la movilidad entre diversos lugares y culturas. En particular, examina cómo Park Yu-joong, un coreano que regresó de Argentina, acumuló capital económico y social a través de sucesivas migraciones y cómo lo utilizó tras su retorno.

Park nació en Seúl en 1951 y se graduó de la Universidad Myongji con un título en ingeniería eléctrica. Tras cumplir el servicio militar obligatorio en 1975, abrió una zapatería de lujo llamada Pyramid en el distrito de Myeong-dong, en Seúl. En 1979 se casó y en 1980 tuvo su primer hijo. Park no solo era propietario de la zapatería, sino también de una fábrica de calzado. En 1981, debido a la negligencia de un empleado, se produjo un incendio en la fábrica, lo que le ocasionó numerosas dificultades financieras y administrativas. Su cuñado, que había emigrado a Argentina en 1976, lo invitó a reunirse con él. Posteriormente, emigró allí con su esposa y su hijo en busca de un nuevo comienzo. Tras llegar a Latinoamérica en 1983, él y su esposa tuvieron otro hijo.

Al llegar a Buenos Aires en 1981, Park utilizó su red de contactos para recibir ayuda de la familia de su cuñado y así establecerse en la nueva ciudad. Para entonces, su cuñado ya había alcanzado cierta estabilidad económica y era propietario de una tienda mayorista de ropa en el barrio de Once.

> Como saben, los coreanos llegaron a Argentina inicialmente como inmigrantes agrícolas, pero enfrentaron muchas dificultades y retos. Sin embargo, cuando yo emigré, ya habían encontrado un nicho de mercado exitoso en la industria textil. Gracias al arduo trabajo y sacrificio de los primeros inmigrantes coreanos, se formó y desarrolló la comunidad coreana en Argentina. A principios de la década de 1980, había alrededor de diez tiendas de ropa coreanas en la zona de Once, una de las cuales era administrada por mi cuñado. (Entrevista a Park, 2025)

Park trabajó allí durante nueve meses como empleado fijo, aprendiendo poco a poco español básico y familiarizándose con la industria textil y la comunidad coreana. Después, se independizó para confeccio-

nar y vender ropa, pero entre 1982 y 1989, él y su cuñado se asociaron y trabajaron juntos en el negocio textil durante siete años.

En 1990, Park intentó regresar a su país por primera vez; sentía nostalgia por Corea y quería terminar su sociedad con su cuñado para emprender su propio negocio en su país. Así, dejó a su familia en Buenos Aires y viajó a Corea durante seis meses para ver si podía regresar y hacer negocios allí. Tras darse cuenta de que la situación económica en Corea había cambiado drásticamente después de los Juegos Olímpicos de Seúl de 1988, decidió regresar a Argentina.

La actividad empresarial transnacional de la diáspora se basa en la relación entre los inmigrantes y su país de origen, así como en su comprensión de los sistemas económicos, políticos y sociales tanto en su país de origen como en el de acogida (Osaghae, 2024). En el caso de Park, como recurso étnico, pudo utilizar sus redes étnicas y familiares para adquirir conocimientos y experiencia laboral en la industria textil argentina. Como recurso de clase, acumuló capital y conocimientos de gestión empresarial a través de su negocio de calzado en Corea.

En 1991, Park fundó su propia empresa, a la que llamó Golden Textile. Comenzó un negocio mayorista de textiles, importando grandes cantidades de telas de Corea y vendiéndolas en Buenos Aires, donde amasó una considerable fortuna. En 1999, regresó a Estados Unidos y obtuvo la residencia permanente para que sus hijos pudieran estudiar en un entorno angloparlante. Mientras el resto de su familia vivía en Nueva Jersey, él continuó dirigiendo su empresa textil en Argentina. Park delegó la gestión de su compañía en Buenos Aires en uno de sus socios. Importó algunos textiles indonesios debido a sus precios competitivos, pero la mayoría provenía de Corea, lo que le valió un premio del Ministro de Comercio, Industria y Energía de Corea del Sur en 2004. Park relata que:

> La diáspora coreana en todo el mundo ha contribuido enormemente al desarrollo económico de Corea. En mi caso, el Ministerio de Comercio e Industria incluso me otorgó un premio por importar una gran cantidad de textiles coreanos a Argentina. Viajaba a Europa dos veces al año para informarme sobre las tendencias de la temporada y luego iba a Corea a hacer pedidos de textiles. Vendía el 90% de los textiles coreanos importados a inmigrantes coreanos y el 10% a empresarios judíos en Buenos Aires. (Entrevista a Park, 2025)

En 2006, Park regresó a Corea en busca de un nuevo reto: decidió incursionar en el negocio del vino argentino y abrió un restaurante llamado Buenos Aires Wine & Steak (en adelante, Buenos Aires).

Dado que los inmigrantes coreanos migran a través de diversos países, sus nacionalidades, culturas e identidades se diversifican, y a menudo mantienen vínculos con los distintos países y culturas que han recorrido. Incluso cuando Park cambió su residencia principal a Estados Unidos y Corea, una de sus fuentes de ingresos más importantes siguió siendo su empresa textil en Argentina. De 2006 a 2016, continuó con su negocio allí y viajó entre Buenos Aires y Seúl más de 30 veces.

Los inmigrantes pueden adquirir capital y visión empresarial mediante el autoempleo, lo que conlleva mucho más que la simple obtención de capital monetario. Park no solo adquirió experiencia empresarial y acumuló capital, sino que también estableció redes sociales con otros inmigrantes coreanos en Argentina; estas relaciones constituyeron un valioso capital social tras su regreso a su país. Por ejemplo, el 14 de enero de 2006, cuando organizó la inauguración de su bodega en Seúl, asistieron aproximadamente 500 personas. Entre los invitados se encontraban conocidos suyos de Argentina y personas de Latinoamérica o con vínculos con ella.

DIFUSIÓN DE LA CULTURA CULINARIA Y DEL TANGO ARGENTINO

La comida no solo es una necesidad básica, sino también una poderosa forma de expresión cultural. A través de la migración, los seres humanos han llevado sus tradiciones culinarias, ingredientes y técnicas gastronómicas a nuevas tierras, dando lugar a una rica diversidad gastronómica global (Gonzales-Lara, 2023). La comida coreana también se ha difundido de forma natural en muchas partes del mundo donde los inmigrantes coreanos y otros grupos étnicos han entrado en contacto con la cultura local. Centrándose en las relaciones entre la migración y la globalización de la comida étnica, Song (2016) analizó cómo la historia migratoria de la diáspora coreana influyó en la difusión y popularidad de la comida coreana en la antigua Unión Soviética. Sin embargo, este estudio no se centra en la propagación de la cultura gastronómica coreana por parte de la diáspora coreana en el extranjero, sino en cómo los coreanos que regresan a su país de origen difunden la cultura gastronómica de su país de origen. En concreto, el estudio explora las actividades empresariales de Park relacionadas con sus restaurantes argentinos y su negocio de vinos en Seúl, basándose en la literatura previa sobre comida étnica y migración de retorno.

La comida étnica se define como la comida tradicional de un país extranjero que posee un sabor y atractivo exóticos. Si bien existen muchas similitudes entre la gastronomía de los países latinoamericanos, algunos tipos destacan por sus características tradicionales y específicas. Entre los más conocidos a nivel mundial se encuentran

los platos de carne argentina, los tacos mexicanos, el asado brasileño y el vino chileno (Rosales, 2018). Los restaurantes étnicos son lugares donde la diáspora puede reconectarse con la cultura culinaria de sus países de origen y, gracias a sus platos únicos y su atractivo exótico, ofrecen una experiencia cultural a la población en general. Algunos coreanos se han interesado cada vez más en la comida étnica que prueban durante sus viajes al extranjero. El auge de la industria de restaurantes étnicos en Corea tiene sus orígenes en la liberalización de los viajes internacionales en 1989. A medida que más coreanos pudieron emigrar libremente a otros países para estudiar, trabajar o viajar, tuvieron más oportunidades de conocer la gastronomía internacional; posteriormente, al regresar a Corea, estas personas quisieron volver a probar los platos que habían degustado en el extranjero (Choi, 2009). Sin embargo, se han realizado pocas investigaciones sobre cómo los migrantes que regresan recrean la cultura gastronómica no coreana adquirida en su país de acogida como una forma de comida étnica en Corea. Muchos retornados –emprendedores transnacionales– se dedican al comercio de importación y exportación a su regreso y aprovechan sus contactos en sus países de origen para desarrollar y consolidar sus negocios. Al regresar a Corea, Park incursionó en el negocio del vino argentino y fundó Mendoza Wine Korea, una importadora especializada en vinos argentinos. Posteriormente, inauguró un restaurante con decoración de estilo argentino que ofrece auténtica cocina argentina, además de una extensa selección de vinos.

Park estableció y gestionó tres sucursales de restaurantes Buenos Aires en Seúl. La primera, ubicada en Sinsadong, abrió sus puertas en 2006 y cerró en 2022; la segunda, en Yeouido, abrió en 2008 y cerró en 2013; y la tercera, en el distrito de Seolleung, abrió en 2013 y cerró en 2020. Park recuerda cómo inició su negocio de vinos y restaurantes en Seúl.

> Pensé que sería genial tener un espacio cultural argentino en Corea. El vino me parecía uno de los productos más representativos y accesibles de la cultura argentina. Tenía un contrato de exclusividad con la bodega más famosa de Argentina para importar vino a Corea. Al principio, abrí una sala de catas de vino. Pero algunos clientes también pedían comida argentina, así que lo convertí en un restaurante. (Entrevista a Park, 2025)

Los platos principales de los restaurantes se enumeran a continuación. Así se describieron en la cobertura mediática de los restaurantes de Park:

> El asado argentino tiene su origen en la época en que los pueblos nómadas colgaban vacas enteras y las asaban sobre fuego de leña durante largos periodos. La carne se sazona únicamente con sal y se hornea durante aproximadamente 12 horas. En el restaurante Buenos Aires, el asado se sirve con salsas tradicionales argentinas: salsa criolla y chimichurri. El pastel de papas, con queso y papa, se puede considerar una lasaña al estilo argentino. Se compone de capas de carne de res, queso, papas y huevos, aderezada con salsa de tomate, y se puede comer a cucharadas o mezclar al gusto. La sal argentina proviene de montañas de sal formadas hace decenas de miles de años y tiene un sabor menos amargo y más puro, por lo que es indispensable en este plato. (Lee, 2012)

Sus restaurantes argentinos aparecieron en numerosos periódicos y programas de televisión coreanos, lo que contribuyó a que el público se familiarizara con la gastronomía y los vinos argentinos.

La cultura vitivinícola argentina, especialmente en Mendoza, es fundamental para la identidad culinaria del país. El clima soleado y seco de Argentina es ideal para el cultivo de uvas con alto contenido de azúcar. Mendoza, la mayor región vitivinícola del país, se ubica a 1000 kilómetros al oeste de Buenos Aires y al este de la Cordillera de los Andes, en la frontera con Chile; la región produce el 70% del vino argentino (Kang *et al*., 2008; Kim, 2020). En 2009, la empresa de Park, Mendoza Wine Korea, invirtió en la bodega Escorihuela, ubicada en Mendoza, y registró su propia marca para lanzar y producir Podowain (que significa "uva y gente"). Utilizando malbec como variedad principal, Park realizó numerosos ensayos para desarrollar un vino con un sabor que maridara bien con platos coreanos, como el estofado de *kimchi* y las tortitas de cebolleta, y que además fuera asequible (Jung, 2009; Lee, 2012). Él mismo relata que:

> Si bien en Corea los vinos argentinos son quizás menos conocidos que los chilenos, Argentina es el mayor productor de vino de Latinoamérica y el quinto del mundo, después de Italia, Francia, España y Estados Unidos. Al involucrarme en todo el proceso –desde la vendimia hasta la elaboración y distribución del vino– quise popularizar en Corea el vino argentino de buena calidad a un precio razonable. Quería crear una marca de vino que maridara tan bien con la comida coreana como el *soju* o la cerveza, bebidas que los coreanos disfrutan en cualquier momento y lugar. (Entrevista a Park, 2025)

Los restaurantes de Park estaban decorados con un marcado estilo argentino, con pinturas y objetos traídos de Argentina para realzar su

exotismo. Además, sus clientes coreanos podían disfrutar del tango argentino, además de la gastronomía y los vinos del país.

El tango es un símbolo esencial y reconocible de la cultura argentina. Películas como *Perfume de mujer* (1992) y *La lección de tango* (1997) contribuyeron al surgimiento y desarrollo de la popularidad del baile en Corea (Gil, 2017). Desde hace algún tiempo, la cultura del tango goza de gran popularidad entre los coreanos. Si bien lo interpretan principalmente bailarines profesionales o miembros de clubes de tango, el público en general puede disfrutar del baile en salas de espectáculos formales. Los restaurantes de Park funcionaron como un espacio cultural donde los coreanos locales podían conocer el tango en un entorno más accesible y comunitario. Él indica que:

> Creo que mis restaurantes atraían más clientes que otros gracias al tango, más que por la comida. Los días que no había función de tango, algunos clientes cancelaban. Los bailarines actuaban casi todos los días, excepto los domingos. Colgaba sombreros de gaucho cerca del escenario. Después de los espectáculos, los clientes venían a sacarse fotos con los bailarines con los sombreros de gaucho, y les encantaba. (Entrevista a Park, 2025)

Para ofrecer un espectáculo de tango en su forma más auténtica, Park trajo bailarines de tango argentinos directamente desde Argentina para que actuaran en sus restaurantes. Sin embargo, explica que, como nuevo proyecto, también intentó hibridar la cultura del tango en 2019 fusionando elementos de las culturas argentina y coreana:

> Tanto el tango como el Arirang, una canción folclórica lírica coreana, han sido reconocidos como patrimonio inmaterial de la humanidad por la UNESCO. En 2019, dirigí durante un tiempo un programa llamado Arirang-Tango, en el que los bailarines practicaban y bailaban tango al ritmo del Arirang. Fue una convergencia de las culturas de dos países situados en extremos opuestos del planeta y, sorprendentemente, resultó una actuación de una armonía singular. (Entrevista a Park, 2025)

La mayoría de los clientes coreanos visitaban los restaurantes de Park para experimentar la cultura gastronómica argentina y el tango, mientras que los amantes del vino frecuentaban sus establecimientos para degustar vinos argentinos. Otros llevaban invitados o iban a celebrar ocasiones especiales. El número relativamente pequeño de argentinos y latinoamericanos residentes en Corea acudía para disfrutar de los sabores de su tierra o región. Sus restaurantes funcionaban como

punto de encuentro social para diplomáticos y empresarios latinoamericanos, incluidos aquellos que trabajaban en embajadas en Seúl.

ACTIVIDADES SOCIOCULTURALES TRANSNACIONALES A TRAVÉS DE LA SOCIEDAD ARGENTINA DE COREA

La interconexión transnacional entre los migrantes retornados no debe entenderse únicamente por sus relaciones con quienes residen en su país de origen, sino también por las que mantienen con otros retornados que han tenido experiencias similares (Bilgili, 2022). De manera similar, Kim (2016) observó que los inmigrantes coreano-argentinos se concentran en Buenos Aires, pero logran mantener una fuerte identidad étnica. Concluye que, tras regresar a Corea, poseen una identidad transnacional, más que una identidad nacional derivada de un solo país, ya que conservan su identidad cultural argentina a través de la comunidad de retornados.

Bae (2018) demostró que, entre los estudiantes universitarios coreanos que vienen de Latinoamérica a estudiar a Corea, su conexión transnacional con la cultura y los idiomas latinoamericanos persiste. En Corea, intentan mantener las tendencias multilingües y multiculturales que cultivaron durante su infancia, expresando su identidad cultural latinoamericana y continuando hablando español. Los jóvenes coreanos que regresan a su país frecuentan restaurantes y lugares de ocio latinoamericanos, como clubes de música pop latina, para satisfacer su nostalgia por la cultura latinoamericana y disfrutar de la gastronomía de Latinoamérica; además, interactúan con otros jóvenes que regresan a su país, formando redes sociales para intercambiar información y recibir apoyo emocional.

La migración de Park tras su regreso también se ha visto influenciada por grupos e instituciones sociales coreano-argentinas en Seúl. Como presidente de la Sociedad Argentina de Corea (SAC), ha trabajado para fortalecer los lazos culturales entre ambos países. La SAC se fundó en 2006 con el objetivo de expandir y reorganizar el grupo social Un Grupo de Amigos que Aman Argentina, creado en 2005. El primer presidente de la SAC fue el exembajador de Corea en Argentina, Choi Yang-bu. A su seminario inaugural y asamblea general asistieron 150 personas, entre ellas la representante Kim Ae-sil, el embajador argentino en Corea, Alfredo Alcorta, otros diplomáticos de América Latina, empresarios argentinos, diversos académicos y coreanos retornados de Argentina (Oh, 2007). Park menciona que:

> En 2007, el exembajador Choi Yang-bu, el ex agregado cultural Park Wan-soo, la Dra. Park Chae-soon y yo tomamos la iniciativa de fundar la SAC, y la registramos como organización oficial

> ante el Ministerio de Relaciones Exteriores. Actualmente, contamos con unos 90 miembros, pero planeamos seguir aumentando nuestra membresía. Los miembros están directa o indirectamente vinculados a Argentina como inmigrantes, expatriados, empresarios y personas que aman e interesan por Argentina. Algunos de nuestros miembros residen en Argentina, pero mantienen vínculos transnacionales con nosotros, y en el futuro también contaremos con miembros que han reemigrado de Argentina a otros países. (Entrevista a Park, 2025)

La SAC se ha dedicado a la diplomacia privada mediante la organización de eventos, actividades educativas y seminarios académicos sobre la cultura latinoamericana y argentina dirigidos a ciudadanos coreanos. Por ejemplo, en 2013, impartió una conferencia especial sobre "Argentina y el mundo del arte latinoamericano" en la Universidad Femenina Sookmyung y proyectó películas argentinas como *Dormir al sol* (2010). La asociación organiza un seminario anual en colaboración con el Instituto de Estudios Latinoamericanos de la Universidad de Estudios Extranjeros de Hankuk. Asimismo, ha organizado una serie de programas de divulgación pública denominada "La academia latinoamericana", que acerca al público general a la historia, la cultura y la sociedad latinoamericanas y argentinas. La academia también ofrecía clases de español.

Los miembros de SAC colaboran estrechamente con la Embajada de Argentina en Seúl y participan en las celebraciones nacionales organizadas por la Embajada, como el Día de la Independencia de Argentina. El 5 de septiembre de 2015, SAC organizó el Festival Argentina 2015 en el Parque Marronnier de Seúl para conmemorar el 50º aniversario de la inmigración coreana a Argentina. El evento fue patrocinado por la Embajada de Argentina, la Oficina de Jongno-gu y otras asociaciones. Incluyó diversas exposiciones y presentaciones, entre ellas fotografía, arte y cine, que dieron a conocer la rica cultura argentina y reflexionaron sobre el significado del 50.º aniversario de la inmigración coreana. Para el festival, Park organizó catas de vinos argentinos y experiencias gastronómicas en sus restaurantes y en la tienda Mendoza Wine Korea (Overseas Korean Newspaper, 2015).

Park ha forjado una relación de cooperación con la Embajada de Argentina en Corea, no solo a través de las actividades oficiales de SAC, sino también como empresario independiente. En la Exposición Marítima de Yeosu de 2012, participó durante 100 días en el pabellón argentino con el Ministerio de Cultura de Argentina, presentando vinos, empanadas y otras delicias argentinas. También organizó tres

espectáculos diarios de tango en el pabellón argentino, que atrajeron a un gran público.

Como se mencionó anteriormente, desde su regreso a Corea, Park ha estado trabajando para promover las relaciones bilaterales entre ambos países a través del SAC y la Embajada Argentina. El exembajador de Corea en Argentina, Jang Myung-soo (2021), en su artículo titulado "Relaciones entre Corea del Sur y Argentina: «Un camino para hacer realidad el progreso»", describe la importante relación entre ambos países:

> Argentina posee un territorio enorme, aproximadamente 28 veces mayor que el de la República de Corea, y produce cerca de 130 millones de toneladas de soja, maíz y trigo al año. Sus recursos minerales, como oro, plata, cobre, zinc y litio, son también inmensos, sobre todo en los Andes. Con su vasta producción agrícola, sus enormes recursos minerales y marinos, y sus tecnologías avanzadas en diversos campos, como la energía nuclear y la farmacéutica, las posibilidades de cooperación con Argentina son infinitas. En el futuro, se requerirán esfuerzos constantes tanto de los gobiernos como del sector privado para materializar estas posibilidades y convertirlas en proyectos concretos.

Además del negocio de la restauración, Park ha participado en la importación de mariscos argentinos a Corea y en la exploración petrolera argentina. Cree en el potencial de desarrollo de Argentina y tiene planes para aprovechar los recursos de ambos países y lograr resultados económicos productivos. Comenta que:

> Amo Argentina. Le digo a la gente que es mi segundo hogar. Mis amigos en Seúl me llaman "Argentina" porque es más fácil que llamarme por mi nombre. Creo que estoy bien capacitado para impulsar la alianza entre Corea y Argentina, ya que viví mucho tiempo en Argentina como inmigrante y tengo fuertes lazos con la comunidad coreano-argentina. Creo que Argentina es un país con muchas posibilidades y una tierra de oportunidades. (Entrevista a Park, 2025)

CONCLUSIÓN

Este estudio se centra en los restaurantes argentinos que constituyeron el pilar del sustento y las actividades sociales de Park Yu-joong durante su regreso a su país natal. Sus sucesivas migraciones y emprendimientos se analizan y organizan cronológica y temáticamente. Los principales hallazgos e implicaciones de la investigación son los siguientes:

(a) La difusión y globalización de la comida étnica tiene un componente histórico y suele estar vinculada a los movimientos migratorios internacionales;
(b) la comida no se limita a la necesidad biológica de nutrición; también conlleva implicaciones económicas, sociales, ecológicas y culturales;
(c) los estudios sobre la cultura gastronómica de la diáspora coreana se limitan a la de los coreanos en el extranjero; y
(d) la investigación sobre la cultura gastronómica de los migrantes que regresan es relativamente escasa.

Este estudio también destaca que la gastronomía étnica no solo se difunde a través de miembros de un grupo étnico en particular, sino también mediante inmigrantes que han vivido en el extranjero y que posteriormente actúan como mediadores culturales a través del emprendimiento. La apertura de varios restaurantes argentinos en Seúl por parte de Park Yu-joong puede entenderse como una innovación cultural y económica. En 2006, cuando solo existían unos pocos restaurantes argentinos en Corea, él introdujo activamente la gastronomía argentina a través de diversos canales, combinándola con las preferencias y expectativas culinarias locales. Actuó como intermediario cultural, facilitando la difusión de la cultura argentina, incluyendo su comida, vinos y el tango. Gracias a sus restaurantes, la cobertura mediática y los eventos sociales relacionados, el conocimiento cultural de la comida y los vinos argentinos se ha extendido por todo Seúl, enriqueciendo el panorama gastronómico de la ciudad. Park también contribuyó a la transferencia cultural del tango al presentar regularmente actuaciones de bailarines argentinos. Sus restaurantes han permitido a los clientes coreanos disfrutar de una experiencia auténtica, internacional y cosmopolita sin necesidad de viajar al extranjero ni de sumergirse físicamente en Argentina. Los establecimientos de Park también funcionaban como un espacio social semi-diaspórico para los expatriados argentinos o latinoamericanos en Seúl.

Además, la investigación cuestiona la dirección y el énfasis de las nociones tradicionales y comunes de transnacionalismo. La migración de retorno y el transnacionalismo son fenómenos imbricados en las relaciones sociales, que se extienden a través de campos sociales transnacionales; por lo tanto, las interconexiones entre ambos se manifiestan en múltiples ubicaciones geográficas y espacios relacionales locales y transnacionales (Carling y Erdal, 2014). El principal participante y objeto de estudio, Park Yu-joong, facilitó las conexiones de Corea con Argentina y su diáspora, tanto a nivel cultural como económico. Como retornados, los miembros del SAC, incluido Park, han actuado como agentes únicos que contribuyen a aumentar el interés

y el conocimiento sobre la sociedad y la cultura argentinas entre los ciudadanos coreanos.

En este sentido, la presente investigación amplía el debate sobre la dinámica generacional entre los coreanos que regresan de Latinoamérica. La literatura previa asume que los retornados de primera generación suelen buscar la jubilación y tienen un proceso de reintegración relativamente sencillo en Corea debido a su fuerte identidad y cultura coreanas. Estudios anteriores también indican que la generación más joven de retornados tiene mayor probabilidad de cursar estudios o buscar oportunidades profesionales en Corea y aprovechar las competencias multiculturales adquiridas en Latinoamérica, como su dominio del español. Sin embargo, este estudio señala que, en el caso de Park, si bien es un inmigrante de primera generación, regresó a Corea en busca de nuevas oportunidades empresariales; empleó el diverso capital económico, cultural y social que adquirió en Latinoamérica de diversas maneras, manteniendo estrechas relaciones con la SAC y la Embajada Argentina en Corea para fomentar un sentido de comunidad y promover la cultura argentina en la sociedad coreana.

Este estudio contribuirá a comprender mejor la inmigración coreana a Argentina, la migración de retorno, el espíritu emprendedor y la difusión de la cultura gastronómica argentina en Asia.

BIBLIOGRAFÍA

Aliaga-Isla, R., & Rialp, A. (2013). A systematic review of immigrant entrepreneurship literature: Previous findings and ways forward. *Entrepreneurship & Regional Development, 25*(9), 819–844.

Bae, J. S. (2017). Cross-country occupational continuity and changes: Korean remigrants in New York garment-related businesses. *Journal of British and American Studies, 40*, 147–168.

Bae, J. S. (2018). Acquiring higher education credentials at home: Korean student return migrants from Latin America. *Journal of Multi-Cultural Contents Studies, 27*, 207–237.

Bilgili, O. (2022). Return and transnationalism. In R. King (Ed.), *Handbook of return migration* (pp. 38–52). Edward Elgar Publishing.

Carling, J., & Erdal, M. B. (2014). Return migration and transnationalism: How are the two connected? *International Migration, 52*, 2–12.

Choi, S. H. (2009). *Taste the world in the heart of Seoul* [Online] Disponible en http://monthly.chosun.com/client/news/viw.asp?nNewsNumb=200902100077 (Acceso 10 Abril 2025)

Delmonte, R. (2018). Food, migration and gender identities: Korean migrants in Buenos Aires. *18th IUAES World Congress Conference Proceedings*, 5455–5470.

Gil, E. K. (2017). *The effects of Argentine tango club activities on leisure satisfaction and intention to continue participation* (Master's thesis). Chung-Ang University.

Glick Schiller, N., *et al*. (1999). From immigrant to transmigrant: Theorizing transnational migration. In L. Pries (Ed.), *Migration and transnational social spaces* (pp. 73–105). Ashgate.

Gmelch, G. (1980). Return migration. *Annual Review of Anthropology, 9*, 135–159.

Gonzales-Lara, J. Y. (2023). *Diaspora, gastronomic transnationalism and transmigrations*. La Diaspora Marketing.

Jang, M. S. (2021). Korea-Argentina relations: A journey to make the potential for development a reality. *Quarterly Diplomacy, 137*, 78–87.

Joo, J. T. (2007). Korean return migrants from Brazil: Ethnic and economic aspects. *Korea Journal, 47*(2), 160–183.

Jung, E. M. (2009). Wine with Argentine passion and Korean sentiment [Online]. Disponible en https://www.inews24.com/view/458627 (Acceso 10 Abril 2025)

Jung, K. J. (2019). *A study of return migration intention of Korean-Brazilians* (PhD dissertation). Hankuk University of Foreign Studies.

Kang, D. H., *et al*. (2008). *Korean food and world food culture*. Jinyoung Publishing.

Kim, J. Y. (2020). Argentina, the most wine-loving country in South America [Online]. Disponible en https://healtho.co.kr/news/view.php?idx=99353 (Acceso 10 Abril 2025)

Kim, Y. C. (2016). A study on reverse immigration and settlement of 1.5 generations of overseas Koreans in Argentina. *Journal of Korean Ethnic Culture, 60*, 83–111.

Kim, Y. S. (2023). A study on the organization, activities and changes of the ethnic enclave economy in Korea: Focusing on Goryoin self-employed. *Journal of Korean Ethnic Culture, 85*, 345–381.

Kwon, H. E., & Chang, K. C. (2016). A study on the current status of ethnic restaurants in Korea. *Art·Research in Design Studies, 19*(2), 73–82.

Lee, B. R. (2012). 'Argentine Style', a wine and tango enthusiast [Online]. Disponible en https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2012100408488047040&outlink=1&ref=https%3A%2F%2Fsearch.naver.com (Acceso 10 Abril 2025)

Lee, S. G. (2009). The world of remigrant and Corean Argentino: Focusing on Maeng Ha-rin's novel collection *The Laundry Woman*. *Linguistic Studies, 61*, 507–530.

Long, L. D., & Oxfeld, E. (Eds.). (2004). *Coming home? Refugees, migrants and those who stayed behind*. University of Pennsylvania Press.

Mera, C. (2010). The 1.5 generation of the Korean diaspora in South America, rethinking transnational interactions. *Comparative Korean Studies, 18*(3), 7–39.

National Institute of Korean History. (2007). *Korean experience in Latin America*. National Institute of Korean History.

Oh, J. B. (2007). Korea-Argentina Association founding general meeting [Online]. Disponible en https://www.dongponews.net/news/articleView.html?idxno=10327 (Acceso 10 Abril 2025)

Osaghae, O. G., & Cooney, T. M. (2024). *From immigrant to transnational diaspora entrepreneur: The roles of enclaves in their entrepreneurial journey*. World Scientific Publishing.

Overseas Koreans Agency. (2023). *Total status of overseas Koreans (as of 2023)* [Online]. Disponible en https://www.oka.go.kr/web/content.do?menu_cd=000101 (Acceso 10 Abril 2024)

Overseas Koreans Newspaper. (2015). 'Argentina Festival' to commemorate the 50th anniversary of Korean immigration [Online]. Disponible en https://www.dongponews.net/news/articleView.html?idxno=29729 (Acceso 10 Abril 2025)

Park, C. (2009). A study on the re-migration of Koreans in Argentina. *Journal of the Institute of Iberoamerican Studies, 11*(2), 233–268.

Park, K. (2014). A rhizomatic diaspora: Transnational passage and the sense of place among Koreans in Latin America. *Urban Anthropology and Studies of Cultural Systems and World Economic Development, 43*(4), 481–517.

Ropp, S. M. (2000). Secondary migration and the politics of identity for Asian Latinos in Los Angeles. *Journal of Asian American Studies*, 219–229.

Rosales, C. A. G. (2018). *Ethnic placemaking by Latin Americans in Seoul, South Korea* (Master's thesis). Seoul National University.

Sergio Gallardo García

LA TERCER COREA COMO UN EXTRATERRITORIO: MULTIPOLARIDAD, MEMORIA Y PERTENENCIA EN LA REMIGRACIÓN DE COMERCIANTES COREANOS DE ARGENTINA HACIA MÉXICO (2001-2017)

INTRODUCCIÓN

La migración coreana en América Latina se encuentra interconectada por una serie de procesos de movilidad y remigraciones entre distintos países del continente, dinámica que ha sido ampliamente documentada por investigadoras pioneras en el tema, como Carolina Mera (1998). Dentro de este panorama, México ha significado un punto de atracción para la remigración coreana, específicamente para aquellos procedentes de países como Argentina, Brasil o Paraguay.

A partir del 2001, debido a la crisis económica en Argentina, hubo una remigración de personas y familias coreanas hacia México, pasando de tener 2,198 inmigrantes coreanos en 1997 a 19,500 en 2001 (Gallardo García, 2017). Esta movilidad fijó un precedente en la movilidad de la migración coreana en América Latina. En lugar de emprender proyectos de retorno a la península coreana, las remigraciones se presentaron como estrategias temporales para solventar crisis y dificultades encontradas en los territorios en los que se asentaron previamente.

A través de datos cualitativos recabados en trabajo de campo, entre 2015 y 2017 en la Ciudad de México, particularmente de conversaciones etnográficas y entrevistas semiestructuradas a comerciantes de productos textiles en el Centro Histórico, Tepito y Mixcalco, se ofrece una lectura de la relación de la inmigración coreana en Argentina con

el desarrollo del comercio étnico coreano en la Ciudad de México, a partir de las características de multipolaridad, memoria y pertenencia, con las cuales Ma Mung discute la articulación de una extraterritorialidad de comunidades en contextos de movilidad.

Emmanuel Ma Mung ha realizado importantes contribuciones al campo de los estudios migratorios y discusiones sobre transnacionalismo (Lafleur & Yépez, 2014), especialmente en torno a las formas espaciales y territoriales de las comunidades de inmigrantes. A partir de investigaciones empíricas sobre la migración argelina y china en Europa, Ma Mung (1999, 2004) propone el concepto de extraterritorialidad para describir la configuración de espacios sociales que, aunque físicamente están situados en un país receptor distante y ajeno a su historia y culturas, mantienen estructuras relacionales, simbólicas y políticas que remiten no sólo a sus territorios de origen (existentes o imaginados) sino otros territorios con experiencias de inmigración previa.

Esta noción permite pensar más allá de los marcos nacionales, reconociendo que las comunidades migrantes otras formas de pertenencia, territorialización e interacción con las sociedades receptoras, sin remitirse necesariamente a un único origen sino a distintos asentamientos de comunidades migrantes, configurándose así una pertenencia multipolar. Es decir, de múltiples polos y conexiones migratorias, que es lo que observa en las familias argelinas y su paso por distintos espacios del Magreb antes de llegar a Francia (Ma Mung, 2004), o la vinculación e importancia de identificación de pertenencia de comerciantes chinos que llegan a Francia, provenientes de otras de comunicades chinas en Europa (Ma Mung, 1999).

En sus estudios sobre la diáspora china, analiza cómo las redes comerciales y familiares transnacionales articulan un sistema espacial disperso, en el que los flujos de personas, bienes y significados configuran una territorialidad no circunscrita al Estado-Nación de la China continental. Del mismo modo, en su investigación sobre migrantes argelinos en Francia, muestra cómo ciertas zonas urbanas pueden funcionar como prolongaciones simbólicas del territorio de origen, en las que se reconstituye una vida social anclada en referentes lingüísticos, normativos y políticos propios que se van articulando a partir de sus trayectorias de movilidad (Ma Mung, 2004). La extraterritorialidad, en este sentido, no remite únicamente a una localización física fuera del territorio nacional, sino a una producción activa de espacios alternativos que desafían la lógica del arraigo territorial clásico y permiten formas de reproducción comunitaria transfronteriza, de ahí su juego lingüístico de pensar una pertenencia a-territorial como sin territorio que, como veremos más adelante, es una provocación

más que una determinación analítica de que no se den prácticas de territorialización. Aún más, propiamente hablando podríamos hablar de multiterritorialidad.

Así es que el concepto de extraterritorialidad resulta especialmente útil para abordar la experiencia de las familias surcoreanas que migraron de Argentina hacia México a partir del 2011. Lejos de tratarse de un proceso lineal de asentamiento o integración nacional, este tipo de movilidad revela la continuidad de vínculos sociales, económicos y afectivos que atraviesan múltiples territorios. En muchos casos, estas familias ya habían construido formas de vida extraterritoriales en Argentina, articuladas a través de redes comunitarias, prácticas religiosas, comercio étnico y una memoria colectiva que mantenía viva la conexión con Corea del Sur y otras comunidades coreanas en América Latina.

Al trasladarse a México, estas trayectorias no solo no se interrumpen, sino que se reconfiguran, generando nuevas formas de pertenencia transnacional que remiten tanto a Corea del Sur, pero de manera muy importante, a la comunidad coreana en Argentina, como un nodo multipolar. En este sentido, la extraterritorialidad no solo se expresa en la circulación de bienes o personas, sino también en la persistencia de lenguajes, memorias y aspiraciones que atraviesan contextos nacionales diversos. Así, el análisis de esta migración triangular –Corea del Sur, Argentina, México– permite examinar cómo se producen territorios sociales en movimiento, marcados por una historicidad migrante que desborda las categorías dicotómicas de origen y destino.

Bajo esta configuración, la antropóloga Park Kyeyoung (2014) propone pensar estos flujos migratorios como un tallo del bambú, como un rizoma que crece a partir de una red que comparte nodos. Cada brote, cada tallo es una comunidad en algún país o lugar de América Latina que es alimentada por una red social y capital cultural que se comparte a partir de una compleja red de comunicación vía distintas tecnologías. Con ellos, considera que es importante tener en cuenta las remigraciones para comprender la conformación de comunidades coreanas en cualquier país de América Latina.

Si atendemos a esta propuesta, las comunidades coreanas son producto de una diversidad migratoria que tiene como origen la península coreana pero que, a través de distintas temporalidades, atendiendo a sus distintas realidades históricas, están conformadas de remigraciones: migraciones internas a distintos territorios, migraciones de Paraguay hacia Argentina, de Argentina hacia México, de Brasil hacia Estados Unidos, de México hacia Cuba. Migraciones de México de regreso a Argentina, o de Estados Unidos de regreso a México. Hay una movilidad que deja en suspenso la referencia a la península y se

sigue tejiendo dentro del territorio latinoamericano, configurándose una Corea que no es necesariamente del sur ni del norte, una Corea otra: una Tercer Corea.

Dentro del Círculo Mexicano de Estudios Coreanos retomamos la provocación que Alfredo Romero sustrae de la red francófona de estudios coreanos y presenta en el Foro Corea de 2018. La misma señala que los estudios coreanos, en sus investigaciones, deben reconocer que hay al menos tres realidades coreanas que mantienen sus propias particularidades a partir de compartir una historia social común: Corea del Norte, Corea del Sur y las comunidades migrantes fuera de la península coreana (Romero, 2018).

Este desarrollo atiende a una aproximación ontológica y crítica de los estudios coreanos, donde podemos advertir un colonialismo del saber, como diría Aníbal Quijano. La colonialidad del saber hace alusión a una manera de comprender y explicar el mundo bajo una serie de referentes impuestos, introducidos bajo una mirada de los procesos imperialistas, donde se justifica su expansión, presencia y explotación de otros territorios. Consideramos que mirar y hacer estudios coreanos bajo la perspectiva comprensiva única de Corea del Sur, genera una serie de sesgos en el alcance de nuestro subcampo de estudios.

Bajo esta preocupación colectiva de hacer frente a la colonialidad del saber en nuestros ejercicios académicos y de investigación, es que Alfredo Romero y nosotros, como integrantes del Círculo Mexicano de Estudios Coreanos, retomamos el trabajo de Patrick Maurus (2022), quien desarrolla desde la literatura un cuestionamiento crítico a cómo hemos normalizado el uso de la palabra Corea para hacer mención a Corea del Sur, sin advertir la presencia de Corea del Norte y la Corea China. Es decir, la presencia coreana actual en la región autónoma de China, que si bien no constituye un Estado-Nación, la cultura y realidad coreana que contiene es diferente a los dos hemisferios de la península de Corea.

Es así que desarrolla el concepto de Tres Coreas para referirse a tres realidades heterogéneas que han surgido por caminos paralelos desde 1953, donde la construcción de dos Estados-Nación dejaron al margen y fuera de un territorio nacional coreano a los coreanos en China, la cual es una presencia histórica de más de 2 millones de coreanos entre la provincia de Jilin y Vladivostok. Esta Tercer Corea, argumenta, mantiene una serie de condiciones materiales, subjetivas y culturales que configuran la manera de entender su coreanidad, que se irá distinguiendo y apartando tanto de Corea del Norte como de Corea del Sur.

Aquí está el poder conceptual de su propuesta: la enunciación de una coreanidad que se gesta fuera de la península, fuera de lo que se

considera Corea en sus dos partes geográficas ubicadas. Esta Tercer Corea existe en las periferias, enfrentando una existencia fronteriza, pero que es parte de la historia, geopolítica y etnia coreana (Maurus, 2022). La Tercer Corea como concepto es en sí un ejercicio ontológico e incluso epistémico útil para desarrollar los estudios coreanos, en tanto nos fuerza a pensar que la palabra "Corea", inmediatamente, se desdobla en tres escenarios diferentes en lugar de uno.

La proposición epistémica del concepto de Tres Coreas niega las nociones institucionales, geopolíticas y nacionalistas de la voz coreana homogénea y relativa exclusivamente a Corea del Sur, y en cambio, apela a interpretar la diversidad de marcos culturales, ideológicos y lingüísticos, a partir de los cuales se reconoce y al mismo tiempo se distingue a quienes se identifican como coreanos.

Así, hablar de Tres Coreas es un ejercicio académico crítico que opera como una herramienta para enunciar un presente en tensión sobre múltiples realidades y formas de pensar Corea. Es por eso que, para este ejercicio pretendo comprender las remigraciones coreanas en América Latina, particularmente la relación de la migración coreana en Argentina con el desarrollo del comercio étnico coreano en la Ciudad de México, con la noción de la Tercer Corea. Con ello, generar una propuesta propia de conocimiento sobre la migración, asentamiento y permanencia de realidades coreanas en nuestros territorios, desde una reflexión y aportes del concepto de extraterritorialidad de Ma Mung.

APROXIMACIÓN METODOLÓGICA

La presencia de migración surcoreana en la Ciudad de México se hace visible en dos espacios urbanos bien delimitados: la denominada Zona Rosa de la colonia Juárez y la zona mercantil popular del Centro Histórico (Tepito y Mixcalco), ambos espacios en la alcaldía Cuahtémoc. A través del análisis de las distintas estrategias empleadas por los comerciantes coreanos, en el trabajo de campo para la realización de mi tesis de maestría (Gallardo García, 2017) analicé como los recursos étnicos están imbricados en una serie de relaciones que se dan y resuelven en lo local, pero que responden a las complejidades y retos transnacionales. La intención es profundizar en el conocimiento del desarrollo y continuidad de los distintos asentamientos migratorios provenientes de la península coreana en nuestro país.

Ahora bien, su migración e inserción en este espacio coincide con procesos globales de movilidad humana articulada a rutas transnacionales de nuevos mercados de trabajo. Propiamente hablando de los espacios de comercio popular en México y sus emergentes espacios ambulantes, se llenaron en un abrir y cerrar de ojos de nuevos comerciantes trasnacionales que desde orígenes territoriales dispares y leja-

nos, se localizaron en estos espacios para contribuir a una economía global desde abajo.

Es la otra cara de la globalización, la que opera en sus márgenes y está constituida por millones de personas que se desplazan entre países y continentes –con o sin documentación–, dando alternativas de consumo a sectores subalternos y precarios, así como supervivencia y movilidad social para quienes hacen los negocios.

Bajo esta caracterización es que situamos a los comerciantes coreanos del Centro Histórico y Tepito de la ciudad de México, como comerciantes no-hegemónicos que se incorporan en las dinámicas de la globalización popular. Los mercados locales se alimentan de nuevas rutas y mercancías que se mueven bajo esta dinámica de globalización desde abajo, donde las diásporas juegan un papel importante en tanto que su presencia y redes de confianza con comunidades en distintos países facilitan su articulación y realización.

Para conocer sus estrategias de inserción, asentamiento y movilidad social, se privilegió la observación participante y el uso de entrevistas para situar y comprender las prácticas observadas. El trabajo de campo se realizó de septiembre a diciembre de 2016 en la ciudad de México, en distintos espacios donde se inscriben las prácticas económicas y sociales de los comerciantes coreanos: Tepito, Granaditas, Mixcalco, La Merced y Zona Rosa, así como espacios de reunión como iglesias, centros deportivos y restaurantes.

Primeramente, se hizo un mapeo en las distintas zonas para identificar el número de negocios coreanos, el tipo de giro comercial y cuántos pertenecían o eran atendidos por varones y cuántos por mujeres. Después se eligieron cuatro negocios por cada tipo de mercancía o giro comercial distintos, dos de varones y dos de mujeres, de acuerdo al tamaño del negocio y el número de horas que permanecía abierto.

Un elemento clave fue hablar en coreano (aunque no lo domino). Cuando me presentaba en coreano había una mejor recepción. Con quienes pude entablar una conversación coloquial en coreano fueron los que decidieron aceptar participar en la investigación a partir de entrevistas semiestructuradas.

Para este trabajo se entretejerán datos de la investigación en la presentación de un caso, el de André Lee, a quien se le ha cambiado el nombre bajo efectos de preservar su confidencialidad. Uno de los resultados inmediatos de esta metodología, fue encontrar que los distintos asentamientos y comunidades coreanas en la Ciudad de México, se han ido conformando a partir de flujos migratorios mixtos, es decir, de migraciones provenientes de Corea del Sur, pero también de migraciones previas a otros escenarios del continente, como Estados Unidos, Argentina o Brasil.

A continuación, hago un recorrido por las pautas de la migración coreana en México para comprender el papel que tiene la remigración de coreanos de Argentina hacia la Ciudad de México, en la conformación y desarrollo de la comunidad coreana de la ciudad en el comercio popular textil.

UNA MIGRACIÓN ASISTIDA: DE COREA DEL SUR A MÉXICO, PASANDO POR ARGENTINA

Carolina Mera, especialista sobre la migración coreana en Argentina, sostiene que la presencia diplomática de Corea del Sur en América Latina era parte de la política de emigración que implementaba ese país en la década de 1960. Tenía como fin solucionar sus problemas demográficos a través de la distribución poblacional en los distintos países donde se firmaron relaciones económicas o diplomáticas (Mera, 2009, p. 322).

Una de las facilidades que el gobierno de Corea del Sur empezó a generar como parte de su política de emigración, fue la firma de distintas relaciones diplomáticas y comerciales que le permitieron conseguir un estatus global de confianza ante distintos países, obteniendo la posibilidad para los surcoreanos de viajar a distintos países sin necesidad de visa. Corea del Sur es uno de los países con más posibilidad de movilidad legal debido a estos arreglos. Formar parte de la Visa Waiver ha facilitado, en gran medida, este objetivo debido a que la entrada sin visado a Estados Unidos es también un marco de referencia internacional para la apertura de otros países.

Estas políticas de emigración se ven acompañadas por el crecimiento y expansión de las empresas coreanas, que rápidamente se vuelven multi-nacionales. A partir de la Administración de Park Chung-Hee hasta inicios de la década de 1980, hubo un crecimiento sin precedentes en el sector industrial por la política de promoción de exportaciones y el intervencionismo gubernamental (López y Licona, 2011, p. 30).

Así, Corea del Sur entra en una etapa de liberalización económica y cambio tecnológico. Las distintas experiencias de competencia interna y la firme apuesta por la educación permitieron que dominaran el mercado a través de la innovación tecnológica en muy poco tiempo. A partir de 1984, Corea del Sur se abre al mercado exterior, sin exponer el sector agrícola –para equilibrar la balanza de pagos y reducir el gasto fiscal– generando la oportunidad de que las fortalecidas empresas coreanas, con este nuevo giro mercantil, se enfocaran en el mercado exterior, fomentando una emigración de su capital humano para acompañar dichas inversiones al exterior.

Como ocurre de manera general en distintas experiencias migratorias, los coreanos que llegaron a América Latina tenían distin-

tos oficios o carreras que no podían ejercer libremente, forzándolos a trabajar en otras actividades económicas, que generalmente eran mercantiles. Un caso generalizado fue el establecimiento de pequeñas tiendas de menudeo o pequeñas empresas textiles. Según Mera, esto "se debe en gran parte por la facilidad de su producción, la falta de una gran inversión y la facilidad de prescindir de aprender el idioma para su comercialización" (Mera, 2009, p. 328).

A lo largo de la década y a mediados de la década de 1990, la llegada de estos trabajadores empieza a cambiar los flujos de la migración. En lugar de ser empresarios o empleados quienes representan a los contingentes, se vuelven mayoría las personas que buscan establecer un negocio o reunirse con sus amigos o familiares ya establecidos. Podemos decir que inicia una segunda oleada de migración basada en la reunificación familiar y en los orígenes de un capital social, que en Corea significaría, para la población, una información directa sobre la posibilidad de una vida viable en los países de América Latina.

El crecimiento de la migración es seguido, paralelamente, por el crecimiento inmediato de restaurantes y tiendas coreanas que ofrecen la comida y productos tradicionales de su lugar de origen. Esto demuestra la evidente necesidad de espacios de recreación que les permita reproducir y mantener su identidad étnica-nacional para tener cierta cercanía con su lugar de origen.

La expansión y diversificación desenfrenada de los chaebol "generó las condiciones de vulnerabilidad estructural e institucional que, en combinación con la turbulencia nacional y regional, condujeron a la crisis económica" (León y López Aymes, 2009, p. 172). Con la banca nacionalizada y el total apoyo gubernamental para su crecimiento, estas empresas podían llevar a cabo inversiones y préstamos de riesgo que les permitía crecer aceleradamente.

Sin embargo, esto generó un riesgo moral donde los bancos tenían una relación muy estrecha con las chaebol que les impedía negarse ante préstamos no redituables. Estas inversiones y préstamos bancarios se concentraban en unas cuantas empresas que dominaban la mayoría de los sectores de producción, haciendo susceptible a la economía nacional ante las caídas económicas de estas últimas. La crisis de 1997 fue el resultado de tal manejo.

Argentina, Brasil y México recibieron una importante ola de migración coreana que tenía como factor de expulsión la crisis financiera en Corea del Sur. La elección de migrar a dichos países radicó en el capital social de las personas. A través de una serie de páginas web y blogs, los coreanos que residían en distintos países manifestaban las experiencias y pensamientos que tenían de sus vivencias, oportunidades de mercado, tipo de cambio, valores de la economía; información

disponible para cualquier coreano que accediera a estas redes electrónicas (Gallardo García, 2017).

A partir de 1997 hubo un intercambio de cifras interesante entre la cantidad de personas surcoreanas en México y Argentina. Mientras que en México la comunidad se disparó en 900% su tamaño, en Argentina decreció de 32,069 a 25,070 habitantes. Este cambio repentino se asocia con la crisis financiera de 1997 (Mera, 2009).

En el caso de Argentina, la inmigración coreana disminuyó a partir de 1997 y hasta 2003 en un 50%. Esto se debe a que Argentina también pasaba por una crisis económica que alcanzaría su punto álgido en 2001. Los coreanos en Argentina migaron principalmente hacia Estados Unidos, pero también a otros destinos de América Latina. México fue el país con mayor inmigración de coreanos provenientes de Argentina. En lugar de presentarse un fenómeno de retorno hacia Corea del Sur, esta remigración se volvió una estrategia migratoria para evadir la crisis de los distintos países de estancia, que se empezaría a generalizar en la migración coreana en América Latina.

De acuerdo a los datos y comentarios provistos por la Asociación de Coreanos en México, aquellos coreanos que venían de Argentina, en su mayoría regresaron nuevamente debido a la mejora de la economía argentina, tras estabilizarse los estragos de la crisis, lo cual redujo en un 25% la población coreana en México, quedando en 2005 tan sólo 14,751 coreanos en el país. Sin embargo, no todas las personas regresaron ni tampoco se borró su huella comercial. Su presencia entre el 2001 y 2005 marcó la conformación del comercio popular textil en la zona de Tepito y Mixcalco. Esta remigración representa una característica de la nueva comunidad coreana que se seguiría dando hasta la actualidad, pero de una manera esporádica y por familias o personas. Después de este proceso, la comunidad coreana en México entraría en una fase de consolidación, en la cual quedarían impregnadas ciertas prácticas de esta remigración argentina: la remigración como una estrategia ante la crisis y situaciones económicas desfavorables así como pensar el asentamiento como temporal ante la expectativa de nuevas y mejores oportunidades.

"DELANTE DE MÍ NO HAY CAMINO, PERO SI VOLTEÓ ATRÁS YA LO HE OCASIONADO": EL CASO DE ANDRÉ LEE Y LA REMIGRACIÓN DE ARGENTINA A CIUDAD DE MÉXICO

Con esta frase André explica cómo, al salir de Busan en 1998, no tenía un panorama claro sobre la manera en la que iba a ganarse la vida fuera del país, ni sabía lo que le esperaba en México. Trabajaba como abogado en un despacho contable en Sasang, en el centro de Busan, donde los clientes tenían sus negocios dedicados a la economía por-

tuaria y a la exportación. En sus días libres ayudaba al negocio familiar de sus tíos y su madre en el mercado de Jayu, donde vendían sudaderas, bufandas y ropa de temporada que compraban en el mercado Namdaemun, Seúl.

A partir de 1990, André planea un negocio que le pueda llevar a Estados Unidos, lo suficientemente grande para que le permita vivir en el país, pero lo suficientemente económico para poder costearlo. Empezó a investigar con sus tíos y amigos sobre artículos tecnológicos, indumentaria de moda, capacidad adquisitiva de los ciudadanos en Los Ángeles, pero todas las indagaciones en sus redes daban mínimos resultados, y la mayor información la conseguía del internet. En una de estas pesquisas encontró un blog de coreanos en el mundo donde inmigrantes coreanos subían cuáles eran sus experiencias, los costos o las dificultades que se presentaban comúnmente en cada uno de los países donde se encontraban.

> Es asombroso. Nadie en Estados Unidos decía algo bueno que no fuera sobre el estudio. Si hablaban de negocios, de trabajar alguna profesión o conseguir empleo siempre eran quejas. Vi más abajo, seguí leyendo y en México era al revés. Que todos muy contentos con ventas en el centro, que muy barato para vivir, que se ahorra mucho, todo esto. Me gustó, me gustó la idea cuando vi también paisajes de México…ohh, yo quiero conocer Cancún y pirámides, jajaja. (André Lee, entrevista personal)

André realizó un viaje en 1992 a Estados Unidos y México para comprobar estos comentarios. Aunque sólo estuvo cinco días en cada país, le bastó conocer el centro de Los Ángeles y de Ciudad de México para saber que esta última era donde quería poner su negocio: "estaba lleno de gente, tantas personas comprando, ni en Busan es así".

Le tomo nueve años a André regresar a Ciudad de México, esta vez con los ahorros de toda la vida y con un proyecto que había diseñado durante este tiempo de inversión y ahorros. Había llegado primero a Argentina, siguiendo las recomendaciones de un tío que ya vivía en el país. Le comentó que sería más fácil emprender un proyecto de negocio si primero hacía dinero, ofreciéndole trabajar algunos meses con él.

De 1995 al 2001 trabajó con su tío, los pocos meses se volvieron años y el capital que iba ganando, se transformó en la compra de máquinas coreanas para maquilar calcetines. El negocio crecía y consideraba que no era momento de partir. Así, el periodo se fue extendiendo de manera indeterminada. En dicho proceso se casó, tuvo un hijo, se divorció y volvió un par de veces a Corea del Sur a visitar a sus padres.

A finales del 2001 llegó a México, trajo sus dólares –que escondió y no presentó al entrar al país pues había solicitado la visa de turista y no la de empresario–. Entró sin mayor problema y se instaló en un hotel del Centro Histórico que cobraba 250 pesos la noche, donde estuvo durante tres meses.

Al llegar ya sabía a donde ir, no solo por las notas impresas que traía del blog de inmigrantes coreanos, sino porque en el avión había conocido a una persona que le recomendó acercarse a la Asociación Coreana. Su primera parada fue la iglesia coreana de protestantes evangélicos, de la cual tenía a dirección gracias al blog. Ahí conoció al Sr. Park, quien entonces tenía un restaurante de comida coreana y le ofreció trabajo, mientras encontraba algo mejor.

André aceptó el trabajo como cocinero y se mudó a un pequeño departamento en la colonia Juárez, a seis cuadras del restaurante y cerca de la comunidad coreana. El dinero que ganaba en el restaurante se iba en la renta y en la compra de víveres para comer a diario, pero esto le permitía mantener sus ahorros intactos. Así, los días de descanso visitaba frecuentemente el Centro Histórico para hablar con comerciantes coreanos de la zona e identificar en que podía invertir.

> pero no todos somos amigos de todos o nos hablamos por ser coreanos solamente. Por ejemplo aquí, cuando llegué y no tenía negocio no hablaban conmigo porque pensaba que yo quería robar su idea. Además, si no eres de Seúl no te tratan igual, mi tono de voz como Busan es muy distinto y se dan cuenta. (André Lee, entrevista personal)

André había hecho un listado del tipo de negocio y productos que vendían los otros coreanos en el centro, qué vendían los mexicanos y qué no vendían, así se le ocurrió la idea de importar calcetines y venderlos en el Centro Histórico de la ciudad. Con el tiempo y el crecimiento de sus ventas, fue ordenando más frecuentemente importaciones al grado de tener suficientes recursos para importar contenedores, cambio crucial, pues algunos coreanos le comenzaron a comprar su mercancía pues ellos no tenían suficiente dinero para importar.

André dirigió su mercado también a ellos, ordenando contenedores bajo pedido de sus clientes comerciantes surcoreanos y otra mercancía destinada a su negocio y clientes mexicanos.

> El negocio ahora era muy grande, aunque solo dormía tres horas o me quedará en bodega, no podía acabar todo. Contraté paisanos por anuncio en el periódico coreano, pero a quien yo busqué fue a Sr. Park porque él me ayudó en un inicio sin conocerme. Le pedí si

> quería ser socio. Por eso él a cargo de tienda de Argentina. (André Lee, entrevista personal)

En 2003 se volvió a casar, ahora con una abogada mexicana especializada en trámites arancelarios y quien le daba consultorías regulares en cuanto a las importaciones que hacía. Dos años después tuvo a su única hija y compró un departamento en Polanco para su nueva familia.

André considera que entre 2009 y 2010 bajaron considerablemente las ventas en el Centro Histórico, no solo las suyas sino la de sus compradores connacionales. Decidió entonces invertir en la realización de una maquiladora para producir sus propios calcetines y así reducir los costos de importación. A inicios de 2016, en Pachuca, inauguró su pequeña planta que a la fecha produce en promedio entre 6,000 y 10,000 calcetines al día. La cantidad es pequeña y esto ha ocasionado que ya no pueda venderles de primera a mano a otros comerciantes surcoreanos y se enfoque en vender únicamente en su local, ahorrándose así los costos de importación. Al terminar la investigación, André seguía planteándose si seguir importando a la par de la fábrica o solo dedicarse a que esta última creciera.

Como se puede apreciar en el caso de André Lee, la trayectoria migratoria no es lineal ni corresponde necesariamente al sentido mentado del proyecto migratorio. Al contrario, las diferentes situaciones presentadas de manera contextual, lo fueron guiando a tomar decisiones que alagaron su estancia en Argentina, movieron el rumbo de su manera de administrar su negocio y configuraron su movilidad entre la península coreana y México.

Esto me lleva a pensar que la articulación y conformación de las comunidades coreanas en la Ciudad de México, no sólo se dan de manera plural, sino que siguen una pauta de trayectividad. Es decir, a través de prácticas y fenómenos sociales que van determinando, cambiando y configurando tanto su manera de habitar y hacer vida en México o Argentina, sino también de entender su propia coreanidad (Gallardo García, 2018).

Para los comerciantes coreanos, su establecimiento y la manera de llevarlo no solo involucran un sostenimiento económico, sino que esta ataviado de significaciones que involucran aspectos familiares, culturales y subjetivos de cada uno. El sueño de cada uno de ellos explica en gran medida cómo llevan a cabo su negocio.

André Lee menciona que su sueño es poderle dar empleo a sus familiares, en específico a sus tíos y sobrinos, para lo cual está empeñado en que la maquila de calcetines crezca y sea lo suficientemente

estable para que los pueda invitar a México a formar parte de ella. Por mantiene su relación laboral con Tae Yang, basada en la empatía de apoyar a sus familiares a través de consolidar las bases materiales que permitan su reunificación.

Por tanto, lo que se plantea es pensar al establecimiento como un proceso continuo que no puede explicarse bajo connotaciones temporales sino por su flexibilidad y adaptación a diversos factores cambiantes como las relaciones y necesidades familiares e incluso el mismo sueño migratorio.

La expansión, cambio o incluso iniciar de cero un negocio, implica volver a conocer, negociar, entablar relaciones que formarán parte de una nueva configuración, volviendo la noción de establecer un continuum presente en la noción de los comerciantes coreanos. Para estos, el negocio nunca estará establecido del todo, siempre a la expectativa de cambiar, de seguir creciendo, de estructurarse de nuevo de acuerdo a las presentes y nuevas tensiones que se presenten.

La remigración no era un punto en el trayecto migratorio, un proyecto de movilidad sino una alternativa ante las crisis económicas en Corea del Sur y Argentina. Por ello, en un principio, se ubicaron en los espacios laborales marginales de la ciudad, dedicándose a la venta de textiles en el Centro y Tepito.

La dificultad de tener acceso a varias fuentes de financiamiento o la limitación del aprovechamiento del capital humano en términos de dificultades de idioma o desconocimiento de las leyes, hacen que los inmigrantes se sitúen en las oportunidades estructurales más bajas, en mercados con pocas barreras para entrar en términos de requerimientos de formación educativa, experiencia o inserción de capital. En este sentido hay que preguntarnos sobre los requisitos que se necesitan para comerciar en Tepito, Zona Rosa o en el sur de la Ciudad de México.

Las estrategias en las que se han caracterizado, pero no se reduce a ellas, estos comerciantes coreanos, es a la importación de maquinarias coreanas y chinas para producir a un menor costo de producción mercancías que ya se encuentran en el mercado nacional, pero ante un menor precio y bajo presentaciones novedosas de sus productos, ya sean los helados, el pan al vapor o los propios calcetines.

Esto lo logran haciendo uso de las redes familiares y de amistades en Corea del Sur y ciertas provincias de China con las cuales comparten asociaciones comerciales, como el caso de André Lee. Estas conexiones les permiten no solo importar productos étnicos, sino identificar aquellos con mayor afinidad dentro de la comunidad coreana, pero, clave en su inserción en el mercado local, y aquellos que sean de mayor interés para los distintos sectores de la sociedad mexicana.

Importar la mercancía es no saber qué pasará con ella en su trayecto. André por eso decidió invertir en la industria, porque la importación significa "jugarse 200 o 400 mil pesos cada que se acabe la mercancía" (André Lee, entrevista personal). La situación de riesgo es que no hay garantías durante el proceso de importación: si la mercancía se pierde en el trayecto, es robada, queda estancada en la aduana por no tener los permisos necesarios, etc., la pérdida recae en el importador. El valor de la inversión no se recupera, haciendo que las altas ganancias sean mediadas por un alto riesgo periódico.

La solidaridad étnica es construida a través de un estatus de extranjería como una condición común que sitúa a los migrantes surcoreanos en condiciones particulares de emprendimiento e inserción laboral frente al resto de la sociedad.

La construcción de su coreanidad, por tanto, guarda una estrecha relación con el uso y aprovechamiento de los recursos étnicos por parte de los comerciantes coreanos. La manera en que se mantiene cierta identidad coreana, ya sea privilegiando la herencia consanguínea, hablar el idioma coreano, favorecer los matrimonios endogámicos o reproducir las tradiciones coreanas dentro del hogar; son marcas de la multiplicidad de maneras de ser coreano a las que se apela en distintos grados de pertenencia y, consecuentemente, de redes de apoyo dentro de la misma comunidad.

De esta manera, la solidaridad étnica obedece a la capacidad y habilidad de la organización de la comunidad de conferir cierto estatus a sus individuos o en su defecto excluirlos. De manera cotidiana hacen uso de recursos de una comunidad transnacional de la que forman parte los comerciantes, a partir de familiares, amistades, en tanto que los vínculos que realizan entre latitudes tan distantes que constituyen su tipo de comercio generan prácticas y adversidades que se plantean más allá de un espacio fijo de consumo, distribución e inversión.

REFLEXIONES FINALES, CONFORMACIÓN DE UNA EXTRATERRITORIALIDAD

La noción de extraterritorialidad propuesta por Emmanuel Ma Mung se expresa claramente en las formas en que las familias surcoreanas que migraron de Argentina a México entre 2001 y 2017 han mantenido y adaptado sus tradiciones. Estas familias han construido espacios comunitarios en los que conviven elementos culturales coreanos con prácticas adquiridas en Argentina, como la celebración del Chuseok junto con comidas como el asado, donde la espacialidad y espacios propios como las iglesias, tienen una gran importancia en tanto que convergen, no solo la práctica religiosa, sino también la educación, el ocio y la cohesión comunitaria, reforzándose los sentidos de pertenen-

cia común, que trasciende las diferencias generacionales y de lugar de nacimiento (Gallardo García, 2018). Estas dinámicas muestran cómo la comunidad coreana produce una territorialidad social alternativa que combina memorias culturales múltiples y les permite sostener una identidad colectiva transnacional en el contexto mexicano.

Esta posibilidad de crear un mundo propio, a partir de lógicas espacio-temporales propias a una comunidad de inmigrantes, reside en una memoria común, enfatiza Ma Mung. La creación del imaginario histórico permite articular distintas tradiciones (gastronómicas, artísticas, festivas, etc.) aunque no sea necesariamente en el espacio público: las celebraciones y repeticiones de tradiciones en hogares individuales y familiares, articula a partir del negocio y el espacio la interacción a partir de las mismas.

Se da así la reproducción de un mundo específico a partir de la comunidad inmigrante china, donde la manutención de ciertas tradiciones, que parten de lo individual, paulatinamente van marcando las relaciones e inscripciones en el espacio: tiendas, arcos, motivos rojos, etc.; generándose lazos económicos e identitarios de manera conjunta. Estas nuevas espacialidades se vuelven mundos propios en el sentido que la vida cotidiana que contiene puede existir de manera autónoma a las relaciones sociales y cambios que ocurren en el país en el que se desarrollan. Aún más, se fortalecen a través de la comunicación, interacción y remigraciones desde otras comunidades de inmigrantes, generándose una espacialidad identitaria que cambia en función de los cambios de las prácticas étnicas sostenidas, así como de la memoria histórica y cultural común que se pueda tejer a partir de ella.

Al sostenerse de la memoria, con el tiempo, se genera un distanciamiento con el país y regiones de origen, en tanto que no se viven los cambios que acontecen en dichas localidades, generándose una suerte de suspensión temporal o articulación migratoria étnica de las tradiciones, prácticas, significados y símbolos.

La participación de los surcoreanos en la economía mexicana fue tímida a partir de los años sesenta, pero acelerada y vertiginosa a partir de los noventa, producto del cambio radical en su economía nacional, posicionándose como uno de los países con mayor crecimiento en la industria automotriz, textil y tecnológica. A 112 años de la primera inmigración coreana al país, la actuación económica de sus migrantes cada vez cobra mayor relevancia y notoriedad pese a su baja representatividad frente al porcentaje total de la población nacional o el porcentaje de otras nacionalidades de extranjeros.

Los coreanos que llegan a partir de los años ochenta y hasta la actualidad, son capaces de establecer rápidamente sus propios negocios debido a que llegan con cierto capital para invertir, facilidad que

aumenta con la información y ayuda que reciben a sus connacionales que ya se encuentran en el país. La vinculación de la comunidad coreana posibilita la rápida inserción laboral, independiente del monto de inversión o el proyecto de negocio.

Esta solidaridad genera dicho capital social como parte articuladora de su organización ya que la comunidad coreana cuenta con una serie bastante amplia de organizaciones que generan redes de solidaridad entre sus connacionales: iglesias, asociaciones mercantiles o de negocios, asociaciones de inmigrantes, escuelas, organizaciones o clubs deportivos, agencias de servicios políticos, organizaciones culturales y páginas en internet.

Un aspecto peculiar de la inmigración coreana es el interés directo del gobierno de Corea del Sur en sus emigrados, otorgándoles un apoyo formidable en los distintos países de destino. Según su política migratoria, el objetivo del gobierno es que sus emigrados no pierdan un vínculo con su nación, por lo cual lleva a cabo una serie de políticas para restablecer una comunicación estrecha para que sigan pensándose como coreanos, construyendo la figura política de overseas korean como parte de una etnicidad coreana que se construye en el contexto migratorio.

Sin embargo, no todas las personas coreanas cuentan con un capital económico estable o redituable para emprender su remigración. Muchas veces, la migración hacia algún país de América Latina representa una estrategia para emprender o establecer un negocio se vuelve una opción limitada a cierta cantidad de recursos o capital social para volverlo factible.

Las diversas trayectorias de los comerciantes coreanos nos dejan ver cómo a través de distintos contextos y motivaciones se han acercado al comercio como una manera de incorporarse económicamente, aunque las actividades que realizan hoy en día no se aquellas que se plantearon al emprender su desplazamiento migratorio.

El concepto de una Tercer Corea, una propuesta realizada por Patrick Maurus, y que en nuestro continente ha sido reformulada por Alfredo Romero para hacer énfasis en una lectura comprensiva de la historia coreana, nos provoca y estimula a un ejercicio ontológico para entender nuestro objeto de estudio.

Al utilizar este concepto, se busca romper la mirada hegemónica de pensar Corea como sinónimo de Corea del Sur y con ello, buscando darle una explicación propia a las dinámicas y prácticas de las comunidades coreanas fuera de la península. Apelar a la Tercer Corea como concepto comprensivo para entender las comunidades coreanas de América Latina, es dotarles de una caracterización y configuración sociocultural y temporal que se va tejiendo con las estructuras sociales, culturales y políticas de nuestras propias realidades.

Con ello, la Tercer Corea también forma parte de la multiculturalidad de nuestro contexto inmediato y con ello, cobra sentido estudiarla con todas sus particularidades. Comprender las remigraciones de la península coreana, de Argentina a México, es un ejercicio práctico de comprender como está constituida la Tercer Corea en América Latina.

El análisis de la remigración de personas coreanas desde Argentina hacia la Ciudad de México revela una configuración de trayectorias migratorias que desbordan los marcos convencionales de origen y destino. Este tipo de movilidad remite a lo que Emmanuel Ma Mung describe como extraterritorialidad, entendida no sólo como el movimiento físico entre territorios, sino como la persistencia de referentes culturales, lenguajes, prácticas económicas y vínculos afectivos que atraviesan múltiples espacios nacionales.

En este sentido, las comunidades coreanas en América Latina –particularmente aquellas presentes en Ciudad de México– deben comprenderse como nodos de una red transnacional y multipolar que incluye a Corea del Sur, pero también a comunidades interconectadas en América Latina. La experiencia migratoria de figuras como André Lee ilustra cómo estas redes transnacionales no sólo median procesos de movilidad, sino que también dan forma a territorios sociales móviles en los que se (re)produce y negocia una coreanidad específica.

Esta coreanidad, sin embargo, no responde de forma homogénea a un ideal nacional surcoreano. Por el contrario, siguiendo la noción de la Tercer Corea –propuesta desde el Círculo Mexicano de Estudios Coreanos y retomada del Foro Corea 2018–, las comunidades migrantes coreanas constituyen una realidad propia, distinta tanto de Corea del Norte como de Corea del Sur. Esta Tercer Corea surge desde los márgenes geográficos y epistémicos, y propone una ontología coreana situada, histórica y múltiple, que desafía la colonialidad del saber implícita en los enfoques que reducen los estudios coreanos al marco institucional surcoreano.

La trayectoria de André Lee también muestra que el establecimiento económico no es un punto de llegada, sino un proceso flexible, atravesado por incertidumbres, reconfiguraciones e incluso retornos. Así, el establecimiento en un lugar es siempre transitorio, dependiente de tensiones económicas, vínculos familiares y proyectos personales que pueden dar lugar a nuevas migraciones o reestructuraciones de las formas de habitar.

Finalmente, la experiencia de estos comerciantes coreanos permite cuestionar las nociones convencionales de integración y asimilación. Su inserción económica en sectores como el comercio informal o la maquila no puede comprenderse exclusivamente como precariedad, sino como estrategia racional ante estructuras de acceso

restringido al capital, a los mercados y a los marcos legales. El uso de redes familiares y étnicas transnacionales les permite insertarse en mercados locales al tiempo que mantienen una agencia transfronteriza. En este contexto, la solidaridad étnica no es automática ni esencialista, sino una práctica contingente, sujeta a jerarquías internas, historias compartidas y niveles diferenciados de capital cultural y económico.

En suma, este análisis invita a comprender la migración coreana en América Latina no como una extensión de Corea del Sur, sino como la formación de una Tercer Corea latinoamericana, tejida desde los márgenes, repleta de trayectorias complejas y territorios extraterritoriales en constante movimiento.

BIBLIOGRAFÍA

Bialogorski, M. (2006). Minorías inmigrantes e identidades plurales: El caso de la comunidad coreana en la Argentina. Cuadernos FHyCS-UNJu, (3), 107–118.

Gallardo García, S. (2017). Migración y empresariado étnico: Estrategias de comerciantes coreanos para establecer su negocio en la Ciudad de México (Tesis de maestría, CIESAS)

Gallardo García, S. (2018). Trayectividad de la migración coreana en la Ciudad de México: Entre nacionalismos, iglesias y asociaciones. Revista Con-temporánea, 10. https://www.con-temporanea.inah.gob.mx/del_oficio_sergio_gallardo_garcia_num10

Gallardo García, S. (2022). De pionero a sabonim: Legados de Alfredo Romero en los estudios de la migración coreana en América Latina. Ichán Tecolotl, 33(356). https://ichan.ciesas.edu.mx/de-pionero-a-sabonim-legados-de-alfredo-romero-en-los-estudios-de-la-migracion-coreana-en-america-latina/

Lafleur, J.-M., & Yépez del Castillo, I. (2014). Transnacionalismo y circulación migratoria: Dos visiones para repensar el vínculo entre migración y desarrollo. En G. Herrera (Coord.), El vínculo entre migración y desarrollo a debate: Miradas desde Ecuador y América Latina (pp. 71–93). FLACSO-Ecuador.

León Manríquez, J. L., & López Aymes, J. F. (2009). Corea del Sur. En J. L. Manríquez (Coord.), Historia mínima de Corea (pp. 147–190). El Colegio de México.

López Aymes, J. F., & Licona, Á. (Coords.). (2011). Desarrollo económico, geopolítica y cultura de Corea: Estudios para su comprensión en el mundo contemporáneo. Universidad de Colima.

Ma Mung, E. (1999). La diaspora chinoise: Géographie d'une migration. Éditions Ophrys.

Ma Mung, E. (2004). Les territoires de l'extraterritorialité. Cahiers de géographie du Québec, 48(135), 43–60.

Maurus, P. (2022). Acerca de las "Tres Coreas". Ichán Tecolotl, 33(356). https://ichan.ciesas.edu.mx/acerca-de-las-tres-coreas/

Mera, C. (1998). La inmigración coreana en Buenos Aires: Multiculturalismo en el espacio urbano. EUDEBA.

Mera, C. (2009). La diáspora coreana en América Latina. En J. J. Ramírez Bonilla (Coord.), Transiciones coreanas: Permanencia y cambio en Corea del Sur (pp. 303–334). El Colegio de México; Korea Foundation.

Park, K. (2014). A rhizomatic diaspora: Transnational passage and the sense of place among Koreans in Latin America. Urban Anthropology and Studies of Cultural Systems and World Economic Development, 43(4), 481–517.

Romero Castilla, A. (2018). Corea en la encrucijada de su historia. Cuadernos del Programa Universitario de Estudios de Asia y África-UNAM.

PARTE II

AMÉRICA LATINA
DIÁLOGOS DE IDENTIDADES
IMPLICANCIAS DEL *HALLYU*

Yun Jung Im e Insang Hwang

TENSIONES ENTRE LO COREANO Y EL MULTICULTURALISMO EN BOM RETIRO, SÃO PAULO

INTRODUCCIÓN

En 2001, el sociólogo brasileño Oswaldo Truzzi publicó un importante y pionero artículo sobre las relaciones étnicas entre italianos, judíos y coreanos en el barrio de Bom Retiro, región central de São Paulo. El autor observa que la convivencia interétnica entre los grupos fue relativamente cordial y sin conflictos, considerando dos factores: primero, porque se trataba de flujos migratorios marcados por la sucesión generacional, pues los italianos llegaron a la región desde finales del siglo XIX, los judíos desde los años 1920 y los coreanos desde los años 1960 del siglo XX; segundo, porque los grupos realizaban actividades con cierta complementariedad. El análisis de Truzzi es que, a pesar de la virtual imposibilidad de mestizaje entre estos grupos debido a sus disparidades culturales e incluso fenotípicas, se encontró un cierto equilibrio de convivencia entre ellos, porque no se habrían caracterizado como competidores en un choque frontal.

Cuando llegaron los coreanos, a partir de los años 1960, los judíos ya estaban en proceso de abandonar el barrio donde habían formado toda una "cadena productiva en el comercio de la confección, desde los talleres de costura hasta las imprentas que imprimían los recibos de los billetes" (Cruz, Feldman y Rogante, 2023), principalmente porque sus hijos, ya formados médicos, abogados, etc., no deseaban

seguir la ocupación comercial de sus padres, es decir, la confección de ropa. (Truzzi, 2001, p. 158).

La parte judía que continuó con sus negocios en el barrio fue derrotada por la competencia coreana a partir de mediados de los años 1970, debido al total compromiso familiar de los coreanos, y se vieron obligados a abandonar sus negocios, como atestigua un miembro de la comunidad judía: "Entre ellos no hay sábado, domingo ni día festivo. Desde la abuela hasta el nieto de tres años, todos trabajan en un régimen absurdo. Son auténticos señores feudales (sic), que construyen castillos fantasmas y provocan un grave desequilibrio. en nuestro comercio" (Choi, 1991, p. 107).

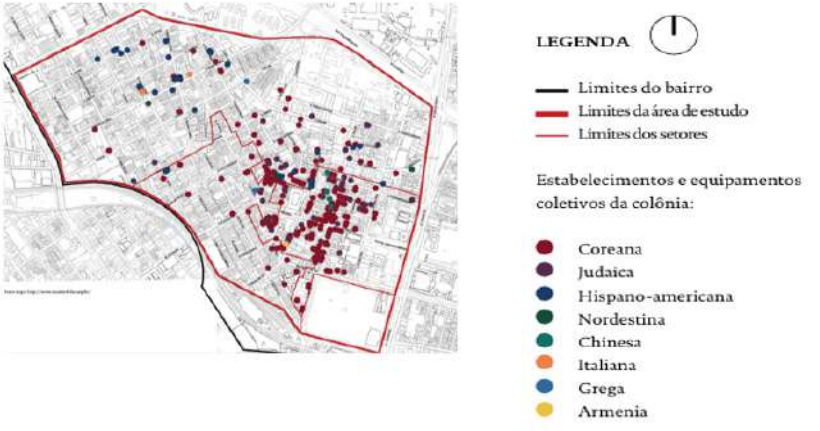
En ambos casos, comenzaron a alquilar sus propiedades a los recién llegados coreanos con la práctica de cobrar altos "guantes", según testimonios de coreanos del barrio, a pesar de su prohibición en 1934 por el Decreto N° 24.150. La imagen de los coreanos entre los judíos era, por tanto, la de "trabajadores" y "buenos pagadores", lo que, según Truzzi, habría mitigado las posibilidades de conflictos interétnicos entre dos grupos con un fuerte sentido de identidad y cerrado: "'Los coreanos también son valorados por los judíos porque, como observó uno de los entrevistados, como inquilinos, "pagan el alquiler en la fecha adecuada y por eso no hay conflictos" (Truzzi, 2001, p. 157).

Es seguro que Bom Retiro, de unos 4 km², ganaría nuevos flujos migratorios después de los coreanos, especialmente los bolivianos a partir de los años 1980, y, más recientemente, los chinos, lo que apunta a la sucesiva vocación multiétnica generacional de Bom Retiro, como señalan los académicos. Cada grupo migratorio dejó no solo huellas materiales –como restaurantes y equipamientos colectivos (espacios e infraestructuras destinados a su comunidad, tales como centros educativos, espacios de ocio y establecimientos de comercio étnico)–, sino también segmentos de población que continúan residiendo en el barrio, tanto de menor tamaño como de mayor antigüedad. Llamar "multicultural" al barrio se ha convertido en un discurso muy querido por la academia como un ejemplo diferente y exitoso de multietnicidad "*melting pot*", exaltando el mestizaje al estilo brasileño. Bom Retiro Representaría la transición del modelo asimilacionista anterior –provocado por la llegada de grupos que compartían varios elementos compatibles como españoles, italianos y portugueses– al modelo integracionista, que pasó a ser conocido como "ensaladera", marco que Truzzi buscó esbozar en su estudio, mostrando la convivencia pacífica entre grupos con gran disparidad identitaria, cultural y fenotípica. Si la "ideología de asimilación" –como señaló el sociólogo– del crisol étnico brasileño creó la imagen de un Brasil sin conflictos étnicos, el multiculturalismo coexistente de Bom Retiro reforzaría la idea de un país acogedor y armonioso.

ENCLAVE ÉTNICO, COMERCIAL, Y VIVO DE COREA

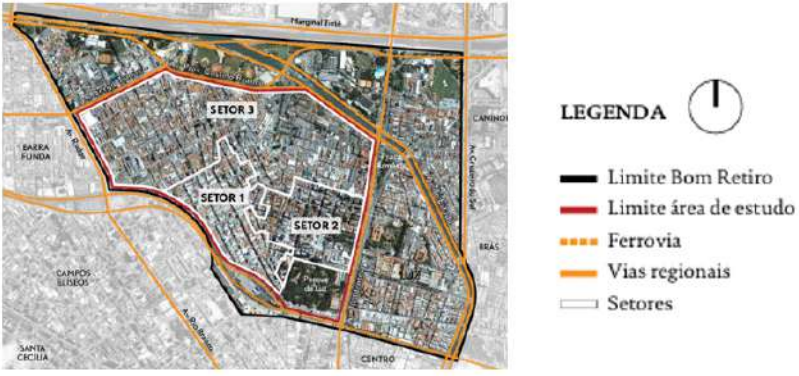
En una tesis de maestría de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la USP de 2016, el investigador Jung Yun Chi mapea las instalaciones colectivas de las diversas comunidades que habitan el barrio: coreanos, judíos, hispanoamericanos, nororientales, chinos, italianos, griegos y armenios (Chi, 2016, pp. 68-69):

Figura 1



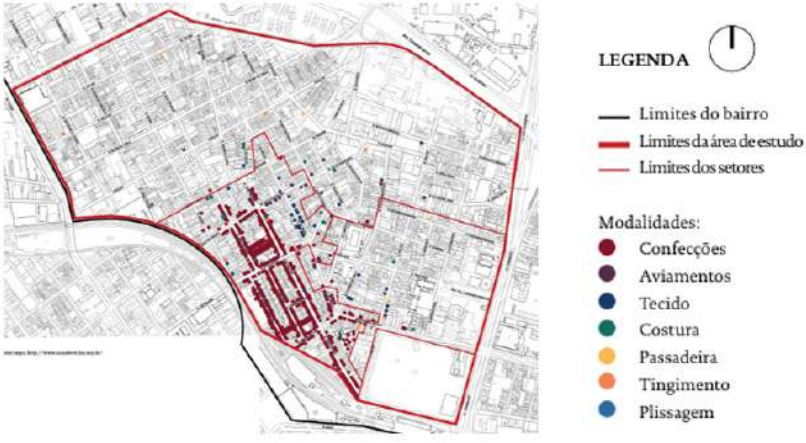
En la Figura 1, es posible identificar una concentración de equipos colectivos coreanos en un área de Bom Retiro clasificada como Sector 2, en la división político-administrativa del barrio, como se muestra en el mapa a continuación, que muestra a Bom Retiro dividido en 3 sectores. (Chi, 2016, pp. 38-39).

Figura 2



Esta concentración fue definida como un "enclave étnico" coreano –un área geográfica con alta concentración étnica e identidad cultural característica–, pero el trabajo muestra que el enclave no se limita al Sector 2, ya que el mapeo del Sector 1, llamado Polo Textil –el sector comercial de confección del barrio– revela un verdadero "enclave económico étnico" de coreanos en la industria y el comercio de la confección (Chi, 2016, pp. 124-125), constituido a lo largo de los años 1960, con renovación del modelo comercial e industrial anterior (Lee, 2020).

Figura 3



Nótese que, en este mapa del enclave comercial, todos los "puntos" son establecimientos de propiedad coreana, siendo los de color vino los que se denominan propiamente tiendas de ropa y los demás colores representan establecimientos que les prestan servicios, pero también de propiedad coreana. La concentración de coreanos observada en los sectores 1 y 2 es una demostración de las palabras de uno de los entrevistados de Truzzi que afirmó: "Hoy sólo veo coreanos en la calle", lo que llevó al sociólogo a concluir que "hoy [en 2001] los coreanos dominan las actividades comerciales del barrio como espacio de convivencia interétnica" (Truzzi, 2001, p. 152). En aquella época, la comunidad coreana, estimada en 50.000 personas, giraba ciertamente en torno a Bom Retiro, ya fuera para trabajar, para vivir o para frecuentar instalaciones colectivas.

En su reconocimiento, el Ayuntamiento de São Paulo emitió una ley municipal en 2010, nombrando a Bom Retiro como "Polo de Tradiciones Coreanas" (Ley Municipal n° inmigrantes con la sociedad paulista" (énfasis mío). El año anterior, la Ley Estatal nº 13.516, del 29/04/2009, había establecido el "Día de la Cultura Coreana", a celebrarse anualmente el 23 de febrero, fecha incluida en el Calendario Oficial del Estado, lo que haría El Festival de la Cultura Coreana se celebra en las calles del barrio desde 2006 de forma oficial.

CAMBIOS: FACTOR CHINA Y FACTOR PANDEMIA

Irónicamente, a partir de 2010, se puede observar que el ecosistema de la industria del vestido de los coreanos de Bom Retiro comenzó a sufrir un declive debido a varios factores macroestructurales, especialmente el factor China, de donde comenzó a importarse ropa confeccionada y barata, y es innegable que la salida parcial de los coreanos del Sector 1 ha sido, desde entonces, un proceso largo y gradual. Una solución encontrada por quienes abandonaron el Sector 1 fue migrar al Sector 2, ofreciendo productos y servicios a la comunidad, junto con quienes emigraron a partir de los años 90, a raíz de la crisis financiera coreana de 1987, sin conocimiento de la lengua local y sin inserción en el ecosistema creado por la primera generación. Si, inicialmente, Bom Retiro no había sido una opción para que los coreanos vivieran, sino solo para trabajar, hubo un aumento de coreanos que vivían en el vecindario, junto con el aumento de establecimientos étnicos coreanos en el Sector 2, lo que resultó en el enclave étnico de convivencia colectiva retratado en el mapeo de 2016.

La situación de los empresarios coreanos en el Sector 1 empeoró con el Covid-19 en 2020 y sus efectos continúan hasta el día de hoy. Bruno Kim, actual presidente de la Asociación Brasileña de Coreanos y recientemente desvinculado del cargo de director ejecutivo de ABIV

(Asociación Brasileña de la Industria de la Confección), con sede precisamente en Bom Retiro, informa cifras reales: en 2023, 50 tiendas cerraron en el barrio, 117 tiendas cerraron en 2024 y, en 2025, la cifra debería superar las 150, coreanas o no. Hasta la pandemia, los coreanos continuaron con sus negocios reduciendo su tamaño o migrando al popular comercio callejero, la Feira de Madrugada en la región de Brás, pero muchos no tuvieron otra opción que abandonar Brasil para buscar una nueva vida en su tierra natal. Aunque no hay cifras oficiales, Bruno Kim estima que 18 mil coreanos habrían abandonado Brasil durante la pandemia, lo que representaría más de 1/3 de la comunidad coreana, aunque muchos ya habrían regresado a Brasil porque no pudieron integrarse profesionalmente en Corea y volvieron a gravitar hacia Bom Retiro. En cualquier caso, los coreanos siguen constituyendo hoy la mayoría de los establecimientos del Sector 1, como afirma Cinthia Kim, hija de coreanos y actual presidenta de ABIV: el número estimado de establecimientos de confección en Bom Retiro sería actualmente de 1.700, de los cuales el 70% serían propiedad de coreanos (estimación). En 2020, la Cámara de Comerciantes de Bom Retiro estimó que el 80% de las 2.500 empresas del barrio estaban dirigidas por orientales [es decir, coreanos] [1] (Lee, 2020).

EL FACTOR *HALLYU* Y LA TRANSFORMACIÓN DEL COMERCIO ÉTNICO COREANO DE BOM RETIRO

Aunque el consumo de *k-drama* en Brasil es observable desde principios de los años 2000, el año 2012, año de la explosión del "Gangnam Style" de Psy, es considerado el año cero de la explosión del *Hallyu* en Brasil, con el K-pop como principal producto, con la participación de jóvenes brasileños en festivales de *covers*. Estos jóvenes, ávidos de "cosas" coreanas, comenzaron a frecuentar los establecimientos coreanos del Sector 2 –el Sector 1 ya era ampliamente conocido por el público brasileño como un centro comercial de ropa barata y de buena calidad, aunque desconectado de la especificidad de ser "coreano"–, que, a su vez, no estaban preparados para recibir a tales clientes: los restaurantes sólo tenían menús en coreano, los carteles sólo tenían letras coreanas y muchos propietarios apenas hablaban portugués. Sin embargo, con la llegada de los fanáticos del *Hallyu*, la parte coreana del Sector 2 se transformó visualmente y en contenido para dar la bienvenida a la nueva clientela, en un proceso descrito como "turistificación" (Leite, 2020) basado en contenido étnico coreano.

1 Aquí se puede notar la reducción de propietarios de tiendas desde la pandemia.

Si bien los académicos caracterizaron el barrio como un punto de transición para grupos migratorios, como ocurrió con italianos y judíos, no parece ocurrir lo mismo con los coreanos, especialmente por el factor exógeno del *Hallyu*. Ahora, los coreanos buscaban nuevas oportunidades en el Sector 2, abriendo cafeterías, bares y restaurantes con el objetivo de ampliar la clientela que ha convertido a Bom Retiro en una auténtica meca del *Hallyu*: *snack* bar, restaurantes, cafeterías, bares, mercados, estudio de danza y música, e incluso una librería[2], en un barrio que nunca ha tenido librería en su historia. Bom Retiro, que nació como una empresa de trabajadores, se transformó en comercial, ahora se lanza al sector de servicios motivado por el *Hallyu*. Los fines de semana se pueden ver largas colas en los restaurantes, gente comiendo, comprando y cantando en la Feira do Bom Retiro[3], mercados llenos de clientes brasileños, además de gente simplemente caminando por las calles buscando la sensación de ver a los coreanos hablar en coreano, ser atendidos por coreanos, en definitiva, estar "entre coreanos". A la entrada del restaurante coreano Dare, uno de los más frecuentados del barrio, donde hay una estación de café y donde los sábados los clientes hacen cola, la mayoría brasileños, una pantalla de televisión muestra un vídeo a través de los ojos de alguien que camina por las calles de Seúl, simulando el voyerismo desde la distancia.

La misma transformación se produjo de noche, en un barrio que nunca se caracterizó por tener vida nocturna, siendo principalmente comercial y mereciendo preocupación de sus vecinos en materia de seguridad nocturna. Sus pocos clubes nocturnos se limitaban a unos pocos restaurantes coreanos que permanecían abiertos hasta tarde y unos pocos *noraebang*, todos orientados a la comunidad. Poco a poco, fueron "invadidos" por fanáticos del *Hallyu* ávidos de atmósferas "raíces", y así comenzaron a aparecer bares y nuevos bares y noraebang, para jóvenes coreanos y no coreanos. Un artículo del periódico O Estado de São Paulo, del 14/10/2022, tiene el título "Bom Retiro atrae a los fanáticos de la cultura coreana con arte urbano, bares y karaoke: la segunda generación de coreanos se abre más allá de la comunidad inmigrante y atrae a los fanáticos de la cultura pop", lo que resume bien el camino descrito en el párrafo anterior y refuerza el fenómeno de la turistificación étnica ya mencionado.

El mapeo realizado por el investigador Chi ya tiene diez años, período en el que Bom Retiro ha sufrido varios cambios, como se ex-

2 Librería Aigo, que se describe a sí misma como una "librería de inmigrantes", inaugurada por 3 hijas pequeñas de coreanos en 2022.

3 Más conocida con el nombre no oficial de Feirinha Coreana, comenzó en enero de 2021.

plicó anteriormente. Aunque no hay datos exactos sobre la salida de establecimientos coreanos del Textile Hub, además de la llegada de chinos que se intensificaron después de la pandemia, un nuevo mapeo traería posiblemente una concentración aún mayor de establecimientos coreanos en el Sector 2, al servicio del público *Hallyu*.

COREANIDAD

MONUMENTO A URI

Cuando, después de la Ley Municipal de 2010, la comunidad quiso erigir un monumento visual para celebrar el reconocimiento de la coreanaidad del barrio, se encontraron con obstáculos en varios frentes por parte de los organismos públicos y paraestatales involucrados en el esfuerzo. En resumen, la presión de estos organismos fue para inhibir una identidad visual coreana para el monumento, bajo el alegato de que el barrio era multicultural y no coreano. El proyecto recién pudo implementarse en 2018, con un monumento monótono, como se ve a continuación, muy diferente de la idea inicial, que era una pareja vestida con *hanbok*:

Figura 4
Monumento URI ("nos")

Figura 5
Jangseung

El par de tótems llamados URI ("nosotros" en coreano) son caricaturas de *jangseung*, ceños fruncidos nativos erigidos frente a antiguas aldeas de Corea para ahuyentar a los malos espíritus, donde el único rastro coreano que se ve son las letras huecas en Hangul simulando un rostro con las consonantes de las palabras "Corea" y "Brasil"[4].

PROYECTO PEQUEÑO SEÚL

La idea de transformar el barrio de Bom Retiro en la Pequeña Seúl surgió de João Doria, cuando asumió como alcalde de la ciudad de São Paulo en enero de 2017, después de una visita que realizó a Seúl en abril del mismo año, profundamente impresionado por el proyecto de Cheonggyecheon, que, hasta 2005, era un arroyo contaminado y hoy es una de las principales atracciones turísticas de la ciudad. La intención del entonces alcalde, galardonado con el título de ciudadano honorario de Seúl, era atraer inversiones de siete empresas surcoreanas, entre ellas Samsung, LG y Hyundai, para limpiar el río Tietê y el río Pinheiros en São Paulo, lanzando la idea de cambiar el nombre del barrio, de Bom Retiro a Pequeño Seúl, con un proyecto para revitalizar el barrio que siempre había sido un centro de pequeñas industrias y una concentración de comercio mayorista de ropa, con paisajes poco agradables como Cracolândia (un zona de calles con concentración de adictos al *crack*), una favela (Favela do Gato) y un vertedero en sus alrededores.

Sin embargo, la noticia del posible cambio de nombre del barrio causó inmediatamente furor –incluidos algunos elogios– por parte de varios sectores de la sociedad, acusándolo de ignorar la historicidad del barrio y borrar la historia de otras comunidades que allí vivieron y dejaron su huella. El furor obligó al alcalde a mitigar rápidamente la noticia, afirmando que el barrio no cambiaría de nombre, pero que ganaría un "apodo amistoso":

> "No hay nada que cambiar en la historia, hagámoslo como en Nueva York, donde está la calle 47 y el cartel debajo dice Pequeño Brasil. El objetivo es honrar a la comunidad coreana. Mantener el nombre y un apodo amigable para quienes deseen usarlo, pero no cambiar el nombre del barrio". (Jovem Pan, 2017b)

Al frente del movimiento contrario estaba la comunidad judía del barrio, apoyada por figuras influyentes de la sociedad de origen judío: políticos, urbanistas y miembros de organismos públicos implicados

4 Recientemente, el monumento recibió una intervención con banderas nacionales, brasileñas y coreanas, una en cada tótem, para dejar clara la huella étnica.

en la materia. De todos modos, el proyecto no salió adelante porque João Doria renunció como alcalde al año siguiente para postularse para gobernador del estado.

PROYECTO DE LA CIUDAD DE COREA

El proyecto de Doria sería revisitado en 2021, con la llegada del nuevo cónsul general, Insang Hwang, que trajo la experiencia de Los Ángeles, donde vive la mayor comunidad coreana de ultramar y que contaba con la demarcación de un distrito especial llamado Koreatown en 2008. Inspirado por el ejemplo y ante la crisis comercial que atravesaba Bom Retiro en la pospandemia, el cónsul presentó una propuesta a la Secretaría Municipal de Relaciones Internacionales de São Paulo, con la idea de identificar a Bom Retiro con la identidad visual surcoreana, junto con varias mejoras en el barrio, atrayendo el patrocinio de empresas coreanas con sede en Brasil.

Comprometido hasta el punto de parecer agresivo para algunos, el cónsul general emprendió varias acciones a nivel político para solidificar la coreanidad del vecindario, resumidas en la siguiente tabla[5]:

Tabla 1

Unidad administrativa / No de la Ley	Fecha	Contenido / Nota.
Proyecto de Ley Municipal 609/2021	23/09/2021	Nombre de la calle Tres Rios para Tres Rios-Seúl (aún no aprobado)
Ley Municipal 17.760	22/03/2022	Cambio de nombre de la calle Prates a calle Prates-Corea
Ley Municipal 17.838	18/07/2022	Denominación de la Plaza Brasil-Corea
Ley Estadual 17.572	02/09/2022	Institución del "Día de la Inmigración Coreana" el 12 de febrero (Reedición de la Ley 15.466 del 26/06/2014, cambiando la antigua fecha del 23/02)

(continúa)

5 Su compromiso trascendió los límites del barrio, instaurando el Día de la Cultura Coreana en Campinas y Río de Janeiro.

Tabla 1 *(continuación)*

Unidad administrativa / No de la Ley	Fecha	Contenido / Nota.
Ley Estadual 17.571	02/09/2022	Institución del "Día de la Cultura Coreana" el 15 de agosto, Calendario Oficial del Estado (Reedición de la Ley 13.516 del 29/04/2009, cambiando la antigua fecha del 23/02)
Ley Municipal 17.956	06/06/2023	Institución del "Día del Kimchi", el 22 de noviembre, y su inclusión en el Calendario de Eventos de la Ciudad de São Paulo
Proyecto de Ley Estatal 988/2023	Protocolo en16/06/2023	Denominar la actual Estación Tiradentes "Estación Tiradentes-Corea del Sur" (aún no aprobada)
Ley Municipal	13/09/2023	Institución del "Día de la Gastronomía Coreana", el 23 de octubre, y su inclusión en el Calendario de Eventos de la Ciudad de San Pablo
Ley Municipal	07/11/2023	Institución del "Día del Hanbok", el 21/10, y su inclusión en el Calendario de Eventos de la Ciudad de San Pablo

Desde hace algún tiempo, textos periodísticos y académicos repiten la característica coreana del barrio, reproducida en el texto del Proyecto de Ley núm. 988/2023, que cambia el nombre de la estación de metro Tiradentes a "Tiradentes-Corea del Sur":

> En las últimas décadas, el comercio mayorista y productos más asequibles se instaló en Brás, mientras que las tiendas de ropa centradas en la moda femenina más sofisticada se trasladaron al barrio de Bom Retiro. Esta región, que incluye el Parque da Luz y la estación de Metro Tiradentes, tiene un perfil predominantemente coreano y se ha convertido en un importante centro económico y cultural para toda la comunidad.
>
> La contribución de los inmigrantes coreanos a la economía de São Paulo es innegable.
>
> Entre las diversas actividades económicas se destaca la industria y el comercio de prendas de vestir, donde aproximadamente el 30% de la producción de prendas de vestir femeninas en Brasil es

> realizada por empresas de la comunidad coreana. Además, existe una fuerte presencia en el comercio minorista, las industrias, el comercio electrónico, así como en las profesiones liberales y los servicios públicos.

Finalmente, el Proyecto justifica la iniciativa con el objetivo de "reconocer y honrar la significativa contribución de la comunidad coreana al desarrollo económico, cultural y social del estado de San Pablo".

REACCIÓN: ANALIZAR ESTRATEGIAS DISCURSIVAS

El apodo popular de Bom Retiro como "barrio coreano" ya era ampliamente utilizado en los medios de comunicación desde hacía muchos años, pero cuando el primer artículo periodístico sobre el proyecto Korea Town fue publicado el 08/08/2021 en Folha de São Paulo, la frase inicial del periodista William Cardoso ya demostraba una posición nada positiva: "El sueño de transformar el multicultural Bom Retiro (región central de São Paulo) en "Korea Town" no abandona la mente de los surcoreanos coreanos".

Si bien el primer proyecto en este sentido vino de João Doria y no de los coreanos, no pasó mucho tiempo antes de que se publicaran otros artículos en respuesta a él, en agencias de noticias y diarios –especialmente Folha de São Paulo–, con réplicas del mismo contenido en otras regiones. Sin ánimo de ser exhaustivos, hicimos una selección de 11 de ellos, que ahora analizamos.

En el reportaje publicado en Folha de São Paulo el 16/08/2021 por la periodista Isabella Menon, titulado "El proyecto 'Korea Town' borraría la historia de Bom Retiro, los centros culturales dicen: Para las entidades, el plan reduce la identidad de la región SP al asociarla a un solo grupo", trae las voces de las entidades Casa do Povo, Teatro de Container Mungunzá e Instituto Crie, con sede en el barrio y sus alrededores. La Casa do Povo, un centro cultural fundado por judíos progresistas en los años 50, asumió el papel de líder del movimiento reactivo, publicando una carta en las redes sociales, en la que acusa al proyecto de ser una "apropiación del barrio", "en nombre de una visión fantasiosa", dispuesto a "imponer la presencia de una ola migratoria a todos los demás, pasados y futuros", y que "fijar y etiquetar su identidad es reducir su rica diversidad, borrar su historia y poner fin a Bom mismo me retiro" (énfasis propio). El texto finaliza con la crítica de que "los nombres de las calles no son etiquetas que puedan cambiarse según deseos repentinos, ya sean individuales o de grupos específicos".

Figura 6 -
Instagram del colectivo Bom Retiro é o Muno

En primer lugar, la estrategia crítica de enumerar el mayor número de comunidades que viven y vivieron allí –o simplemente pasaron por allí–, sin considerar su tamaño, su longevidad/permanencia, o incluso la naturaleza de estos grupos, se repite en los artículos analizados, escritos por periodistas y académicos:

> Lo que todas estas propuestas de intervención urbana no toman o han tenido en cuenta es precisamente toda la historia de formación del área de Bom Retiro y las diferentes presencias humanas vinculadas a ella, que debe considerarse como punto de partida.
>
> Inicialmente llegaron italianos, españoles, portugueses, rusos, griegos, gente de Europa del Este y países árabes, al menos hasta la década de 1950. Luego, a partir de las décadas de 1960 y 1970, llegaron inmigrantes de todo Brasil, principalmente del nordeste del país y luego del interior del estado de San Pablo, a medida que se reducía el alcance del sistema ferroviario. Aun así, los inmigrantes internacionales continuaron llegando a Bom Retiro a través de sus redes de relaciones personales, trayendo a la ciudad surcoreanos, bolivianos, peruanos y paraguayos. Y hoy también traen ciudadanos de China y de varios países del continente africano (énfasis propio). (Toji, 2021)

En este pasaje, la antropóloga Simone Toji enumera las distintas etnias y otros grupos, incluidos aquellos tan pequeños que no serían conside-

rados grupos migratorios en sentido estricto, ya que son pasajeros. Es necesario considerar que el barrio terminó recibiendo tantas etnias y grupos debido a que está ubicado junto a la Estação da Luz, la primera estación de ferrocarril de la primera línea del estado de São Paulo en 1865, siendo un importante punto de conexión con el exterior, recibiendo inmigrantes extranjeros que vinieron a trabajar en las plantaciones de café en el interior de São Paulo, después de la abolición de la esclavitud en Brasil en 1888. No es casualidad que el primer albergue de inmigrantes se instalara en el barrio y, por tanto, decir que Bom Retiro recibió "n" etnias es un hecho natural debido a su ubicación. No sólo eso, los grupos internos son catalogados como nordestinos, como si fueran un grupo étnico aparte, provocando que una cuestión acusada de "étnica" se combata con un argumento de "minorías", que terminará también, más tarde, dando lugar a un argumento de "clase", como veremos más adelante. En el mismo texto, la propia investigadora considera que la presencia de coreanos es preponderante:

> De hecho, es notable la presencia de coreanos en Bom Retiro; Estudios señalan que en el barrio la llamada comunidad coreana logró establecerse como un "enclave", con una serie de espacios y servicios colectivos dirigidos exclusivamente al público coreano. Hay escuelas, iglesias, restaurantes, cafés, pequeños mercados y salones de peluquería y belleza que sustentan un entorno social regido por un estándar cultural propio, en el que, por ejemplo, es posible mantener el coreano como principal idioma de comunicación y otras etiquetas sociales específicas. Y es precisamente esta transición de transformación de un enclave cultural en acción urbanística lo que aparentemente propone llevar a cabo el proyecto de convertir Bom Retiro en "Koreatown", proceso que aquí llamamos "etnificación" del espacio urbano.

Volviendo a la carta publicada por Casa do Povo que apela a la adhesión del Teatro Mugunzá, es necesario señalar que, aunque está cerca de Bom Retiro, pertenece a un barrio vecino, Santa Ifigênia. El Instituto Criar, que también se suma al coro, pertenece al Sector 3, fuera del alcance del enclave coreano. Este procedimiento de "ampliación del espacio discutido" fuera de los Sectores 1 y 2 se puede encontrar en otros artículos, abarcando barrios vecinos como Santa Ifigênia, Barra Funda y República. Al hacerlo, se enumeran espacios públicos y equipamientos de otras comunidades, lo que, en general, amplía la lista y reduce el porcentaje de equipamiento coreano en el conjunto. En los 11 artículos analizados se mencionan: Escola Marechal Deodoro, los círculos de samba de Rua Mamoré, escuela de samba Gaviões da Fiel y Teatro Popular União do Setor 3, Centro Paula Souza, institu-

ciones del eje "Luz Cultural", como las sesiones de samba y choro en la tienda de instrumentos musicales Contemporânea, el mencionado Teatro Mugunzá, en el barrio de Santa Ifigênia, escuela de samba Tom Maior en el barrio de Barra Funda y Teatro Olho Vivo de Cia. Pessoal do Faroeste, en el barrio República.

También es necesario señalar una fuerte radicalización –como se evidencia en las partes subrayadas de la carta de Casa do Povo –, como si la afirmación de la coreanidad de Bom Retiro fuera un acto de "dominar", "borrar", "pisotear" y "acabar" algo, imponiendo una "monocultura", un "folclore", una "etnificación". Considerando que la propia formación de São Paulo se debió a la llegada de extranjeros, ni siquiera sería posible tener una porción urbana "etnizada", como queremos imaginar y combatir. La radicalización choca con las ofensas: un texto de Douglas Nascimento[6] en el blog São Paulo Antiga el 03/02/2023, bajo el título "Por el respeto a la diversidad cultural de Bom Retiro: la cultura coreana no puede pisotear la diversidad de São Paulo", acusa de "patética" y "de mal gusto" la "idea vil" de João Doria de 2017, y que la idea del cónsul roza la xenofobia, con la eliminación de la identidad de judíos, italianos, griegos, húngaros, latinoamericanos y muchos otros (énfasis propio), y califica el cambio del nombre de una de sus calles principales, Prates, a Prates-Corea, como una "herida a la historia del barrio", calificando el nuevo nombre de "ridículo" por su duplicidad, sin escatimar ataques personales al cónsul general y al diputado que propuso la Ley.

La cuestión, como ya planteó Casa do Povo, afirmando que "los nombres de las calles no son etiquetas que puedan cambiarse según deseos repentinos, individuales o de grupos específicos", hay que considerarlo recordando que existen nombres de calles en el barrio como "Rua dos Italianos", "Praça Jerusalén" y "Rua Sólon" (uno de los Siete Sabios de la Antigua Grecia), además de "Rua Talmud Thorá" que era "Rua Tocantins" pero que fue cambiada en 1978 y La "Rua Lubavitch" que era "Rua Correia dos Santos", cambió en 1989. De estos ejemplos, se puede concluir que el cambio de nombre "Rua Prates" a "Rua Prates-Coreia" parece ser más respetuoso con el pasado –que Rua Prates era la entrada a la hacienda de Fidélis Nepomuceno de Carvalho Prates, uno de los más importantes y respetados residentes de São Paulo en el siglo XIX, como señaló Douglas Nascimento– que el borrado total del nombre anterior, como ocurrió con "Rua Talmud". Thorá" y "Rua Lubavitch". Lo mismo se puede decir de los proyectos de ley que

6 Periodista y activista, creador de São Paulo Antiga, instituto cultural y portal periodístico, que ofrece imágenes e historias de lugares de la capital paulista.

proponían cambiar el nombre de "Rua Três Rios" a "Rua Três Rios-Seúl" y el nombre de la estación "Tiradentes" a "Tiradentes-Corea del Sur", recordando que la estación de Metro Liberdade pasó a llamarse en 2022 a "Japón-Liberdad", y no a "Liberdad-Japón", es necesario señalar[7]. El texto de Douglas Nascimento continúa criticando el nombre de "Plaza Brasil-Corea", un pequeño tramo de acera sin nombre que lleva el nombre del monumento URI:

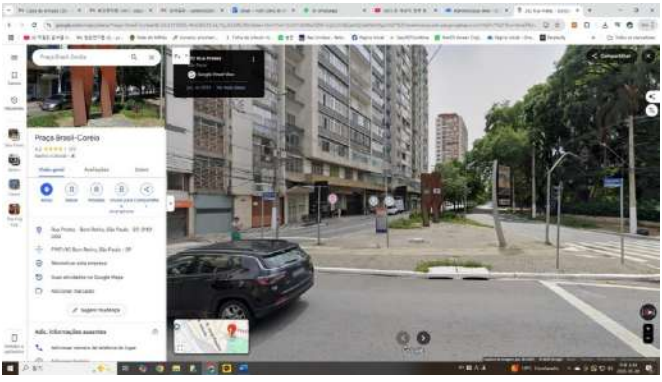
> El doble nombre también está en el paseo que patéticamente el alcalde de São Paulo, Ricardo Nunes, y el consulado decidieron llamar plaza Brasil-Corea sólo para instalar un monumento que, además de vulgar, desprecia las otras culturas del barrio. ¿Ese cuadrado? Un edificio de hormigón de poco más de 10 metros cuadrados.

Calificando el procedimiento de "intercambio de nombres pornográficos", termina afirmando con el estribillo antes mencionado: "Finalmente, por mucho que los coreanos quieran e insistan, el barrio de Bom Retiro nunca será coreano". Sin mencionar el tono francamente hostil y agresivo, es necesario señalar que tal posición contradice la existencia de la Plaza de Jerusalén, ubicada en el Sector 3, es tan pequeña que, a diferencia de Praça Brasil-Korea, no hay ninguna razón visual que justifique su nombre.

Figura 7 - Praça Jerusalém

7 En su momento, hubo fuertes críticas porque eclipsaba la historia del barrio que, antes de la llegada de los japoneses, fue refugio de esclavos africanos.

Figura 8 - Praça Brasil-Coreia



El ridículo del proyecto ganó fuertes partidarios, como Raquel Rolnik, una reconocida urbanista y profesora de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de San Pablo y directora de Planificación del gobierno municipal de San Pablo entre 1989 y 1992, así como secretaria nacional de Programas Urbanos del Ministerio de las Ciudades entre 2003 y 2007, y Sarah Feldman, también urbanista que trabajó en organismos de planificación de São Paulo y ayuntamientos. En San Pablo relacionado con políticas públicas sobre el patrimonio histórico, cultural y turístico de São Paulo. Cabe señalar que las dos celebridades son de origen judío, siendo esta última, miembro del Consejo de Colecciones del Instituto Cultural Israelita Brasileiro-Casa do Povo, mientras que Raquel Rolnik es madre de Iara Rolnik del citado IPHAN, quien ejerció sus influencias políticas y se sumó al coro contra la afirmación de la coreanidad del barrio. En un artículo publicado en los periódicos de la USP los días 24/11/2022 y 06/11/2023, Raquel Rolnik repite "Bom Retiro no es ni será nunca una Corea", "Bom Retiro nunca fue para los coreanos", voz profundizada por Sarah Feldman en la entrevista concedida a la Agência Brasil de Notícias el 25/06/2023: "ni los judíos ni los coreanos fueron nunca los mayoría de la población de Bom Retiro", aunque, líneas más adelante, se ve obligada a considerar: "Aunque no son el grupo más numeroso que vive hoy en el barrio, son los coreanos por los que actualmente Bom Retiro es más conocido" (Cruz, 2023).

Raquel Rolnik elogia el colectivo denominado "Bom Retiro é o Mundo", creado a finales de 2022 bajo el liderazgo de Casa do Povo, junto con el Teatro Mugunzá y el Instituto Crea, que "reúne a vecinos y asiduos y se ha movilizado no sólo para resistir el proyecto 'Korea

Town', sino también para imaginar colectivamente un plan popular que dialogue con las múltiples demandas del lugar", que replantea el tema como un choque entre opresor y resistencia, y como si Bom Retiro estuviera formado sólo por residentes.

A veces la estrategia es más sutil. Por ejemplo, al dar la noticia de que la Rua Três Rios, la calle principal del Sector 2, había sido elegida como una de las más *cool* del mundo por la revista inglesa *Time Out*, el tema se planteó de la siguiente manera: "de varias comunidades de inmigrantes que desde el siglo XIX han unido a judíos, griegos, italianos y más recientemente bolivianos, colombianos y coreanos". Nótese que en esta secuencia hay una obliteración de información, al ubicar a los coreanos como el último grupo, después de los bolivianos y colombianos, como si su presencia fuera la menor de las enumeradas.

CONSIDERACIONES FINALES

Como señaló Truzzi, buena parte de las primeras oleadas migratorias a Brasil –portuguesas, españolas, italianas– resultaron en mestizaje y el consecuente "crisol de razas" brasileño. Los grupos que llegaron más tarde a Bom Retiro, especialmente judíos y coreanos, eran grupos muy distintos que no fomentaron el mismo proceso, pero que habrían encontrado una forma de convivencia relativamente libre de conflictos. La situación que ha surgido en el barrio en las últimas décadas, con la llegada de bolivianos, chinos y otros grupos más pequeños, es descrita por Simone Toji como "cosmopolitismo desde abajo":

> Bom Retiro es uno de los pocos lugares de São Paulo que materializó lo que algunos teóricos consideran como "cosmopolitismo desde abajo", que la resiliencia y la tensión entre los diversos grupos sociales presentes y pasados llegaron a esta parte de la ciudad, conectando lo global y lo local a través de vidas de migrantes de los más variados orígenes. (Toji, 2021)

Como se vio anteriormente, las estrategias de incluir al mayor número de comunidades –incluyendo algunos grupos étnicos y no étnicos que ni siquiera formaban comunidad–; y ampliar los límites del barrio para incluir establecimientos no étnicos, como círculos de samba, teatro popular, escuelas, etc., da como resultado un cambio de enfoque hacia un tema tan de moda estos días: las minorías. Así, la resistencia contra el proyecto Korea Town sería la de una minoría contra una mayoría –de los coreanos, el lado del opresor–, recurriendo también al discurso de la lucha de clases, de las minorías pobres y marginadas contra una elite coreana, de los dueños del *establishment*.

Otro elemento recurrente en los argumentos analizados fue enfatizar a los "residentes", especialmente a los marginados, descuidando la porción comercial/industrial del Sector 1, como si se tratara de un barrio predominantemente residencial. Como hemos visto, Bom Retiro nació trabajador y se volvió industrial/comercial (característico de la confección), con parte del Sector 2 migrando hoy al tercer sector, combinado con el proceso de turistificación. Los argumentos analizados evalúan este proceso como algo que hay que combatir a toda costa, cuando, por otro lado, hay varios grupos y personas, muchas de ellas dentro de Bom Retiro, que saludan el proyecto. Según anunció Bruno Kim, más de 50 entidades y asociaciones firmaron el Manifiesto "Projeto Prates-Coreia", un proyecto que pretendía renovar la acera e instalar iluminación con motivos coreanos en sólo dos manzanas de la Rua Prates-Coreia, con el siguiente texto:

> Las comunidades, entidades, asociaciones y otros grupos que se enumeran a continuación, con sede y/o que operan en el barrio de Bom Retiro, están a favor del proyecto de reacondicionamiento de las aceras y la iluminación de dos bloques de la Rua Prates-Coreia de la comunidad coreana, sin sobrecargar a las autoridades públicas. Entienden que un proyecto así no promueve la eliminación del multiculturalismo del barrio, sino que, por el contrario, lo realza y mejora.
>
> Creemos que la iniciativa ayuda y alienta a todos a cuidar nuestro espacio y estamos a favor de toda iniciativa que fortalezca la representación y traiga mejoras a Bom Retiro, un lugar donde la comunidad coreana está presente desde hace más de 50 años, siempre en armonía con otras comunidades extranjeras y brasileñas, colaborando para mejorarlo para todos los que viven y trabajan allí.

La petición lleva firmas de la Sociedade Brasileira Israelita Brasileira Talmud Thorá, Instituição Beneficente Israelita Ten Yad, Sinagoga Beit Itzchak Elchonon, Congregação Beit Mashiach y Confederação Israelita do Brasil (CONIB), todas ubicadas en el barrio, con excepción de esta última, pero que representa a toda la comunidad judía; Además de ellos, firmaron el manifiesto 5 entidades chinas y 1 boliviana, además del Colégio Luminova, entre otros.[8]

8 La petición online, impulsada por la Asociación Brasileña de Coreanos, cuenta actualmente con 15.000 firmas https://www.change.org/p/%ED%95%9C%EA%B8%80%EB%B2%88%EC%97%AD%EB%B3%B8-%ED%95%98%EB%8B%A8-%EC%B0%B8%EC%A1%B0-apoio-%C3%A0-reforma-da-cal%C3%A7ada-e-%C3%A0-instala%C3%A7%C3%A3o-de-lumin%C3%A1rias-na-rua-prates-coreia. Después de mucho tira

En las discusiones también se incluye la versión de que, como centro del "cosmopolitismo desde abajo" en el barrio, la migración parcial del Sector 2 al sector terciario ha sido operada por manos externas –una especie de "coreanización desde abajo", por seguidores del *Hallyu*– que, junto con los medios de comunicación, consagraron a Bom Retiro como el barrio coreano.

Al final, queda la impresión de que hubo una reacción étnica –en realidad, una parte de la comunidad judía– que logró amplificar su influencia política y mediática, atrayendo voces y colectivos que terminaron desviando el foco. Sin pretender negar su multiculturalidad, cabe preguntarse si realmente se debe rechazar la coreanidad del barrio, cuando el 50% de sus propiedades son propiedad de coreanos (Cardoso, 2021).

En el libro "Viva Brasil, Viva Corea", publicado recientemente por el Cónsul General Insang Hwang, quien ahora regresó a Corea, relata su esfuerzo por intentar explicar que las propuestas de mejora pretendían abrir el camino para que otras comunidades del barrio piensen y diseñen sus propias formas de hacer visible su presencia, haciendo de Bom Retiro un espacio verdadera y visiblemente multicultural: "no se trata de inhibir el multiculturalismo, sino, al contrario, de enfatizarlo y promoverlo" (Hwang, 2025) Desde su punto de vista, lo ideal sería que todas las comunidades del barrio tuvieran su parte reconocida y expresada visiblemente, a través de monumentos, murales e intervenciones, formando un verdadero parque multicultural, proponiendo, incluso ayudando a otros proyectos, propuesta que no fue escuchada, ni siquiera cuando visitó al director de la Casa do Povo, invitándolo a participar en la limpieza semanal de las aceras de Bom Retiro, los viernes por la mañana, promovida por los coreanos con la participación del propio cónsul general. Por lo tanto, queda por preguntarse si la verdadera motivación de la feroz reacción que se vio fue, de hecho, una búsqueda para salvaguardar un multiculturalismo amenazado por los coreanos.

BIBLIOGRAFÍA

Bergamo, M. (12 de agosto de 2021). *Casa do Povo critica projeto de transformar o Bom Retiro em Korea Town*. Folha de S.Paulo. https://www1.folha.uol.com.br/colunas/monicabergamo/2021/08/

---

y afloja, las luminarias fueron aprobadas con la condición de que fueran despojadas de los colores coreanos, azul y rojo, mediante la intervención del IPHAN (Instituto del Patrimonio Histórico y Artístico Nacional), que tiene la facultad de evaluar y aprobar/desaprobar intervenciones urbanas en torno a áreas catalogadas como de protección histórica, en este caso, el Parque da Luz.

casa-do-povo-critica-projeto-de-transformar-o-bom-retiro-em-korea-town.shtml

Cardoso, W. (8 de agosto de 2021). *Cônsul quer transformar o multicultural Bom Retiro em Korea Town*. Folha de S.Paulo. https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2021/08/consul-quer-transformar-o-multicultural-bom-retiro-em-korea-town.shtml

Casa do Povo. (n.d.). *O Bom Retiro é o Mundo: um podcast original do bairro*. https://casadopovo.org.br/o-bom-retiro-e-o-mundo-um-podcast-original-do-bairro/

Casa do Povo. (13 de Agosto de 2021). *O Bom Retiro é de Todo Mundo*. https://www.instagram.com/p/CSh38zZJzUM/?utm_source=ig_embed&ig_rid=3b16cebf-580e-4b7f-a601-b01a25201675&img_index=1

Chi, J. Y. (2016). O Bom Retiro dos coreanos: descrição de um enclave étnico [Dissertação de mestrado, Universidade de São Paulo]. https://teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16135/tde-05092016-133007/pt-br.php

Choi, K. J. (1991). Além do arco-íris: a imigração coreana no Brasil [Dissertação de mestrado, Universidade de São Paulo] https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8138/tde-21102022-112422/pt-br.php

CNN Brasil. (10 de junho de 2021). *Rua de São Paulo é eleita uma das mais legais do mundo*. https://www.cnnbrasil.com.br/viagemegastronomia/viagem/rua-de-sao-paulo-e-eleita-uma-das-mais-legais-do-mundo/

Cruz, E. P., Feldman, S., & Rogante. (25 de junho de 2023). *Multicultural Bom Retiro tem projeto de se tornar bairro de coreanos*. Agência Brasil. https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2023-06/multicultural-bom-retiro-tem-projeto-de-se-tornar-bairro-de-coreanos

Delfim, R. B. (17 de abril de 2017). *"Little Seul": proposta sobre o nome do Bom Retiro contraria história e realidade do bairro paulistano*. MigraMundo. https://migramundo.com/little-seul-proposta-sobre-o-nome-do-bom-retiro-contraria-historia-e-realidade-do-bairro-paulistano/

Folha de S.Paulo. (2018, dezembro). *Casa do Povo vive renascimento como centro de caldeirão cultural*. https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2018/12/casa-do-povo-vive-renascimento-como-centro-de-caldeirao-cultural.shtml

Gazeta de São Paulo. (10 de agosto de 2021). *Bom Retiro: cônsul quer que bairro se transforme em Korea Town*. https://www.gazetasp.com.br/cotidiano/bom-retiro-consul-quer-que-bairro-se-transforme-em-korea-town/1093799/

Granconato, E. (29 de setembro de 2019). *Bom Retiro é apontado como o bairro mais descolado do país*. Agora. https://agora.folha.uol.com.br/sao-paulo/2019/09/bom-retiro-e-apontado-como-o-bairro-mais-descolado-do-pais.shtml

Hwang. I. S. (2025). Biba Beuraziu, biba Koreia (trad.: Viva Brasil, Viva Coreia). Goyang: Brighten

Izidoro, A. (13 de abril de 2017). *Doria fala em mudar nome de bairro tradicional para Bom Retiro Little Seul*. Folha de S.Paulo. https://www1.folha.uol.com.br/paywall/login.shtml?https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2017/04/1875261-doria-fala-em-mudar-nome-de-bairro-tradicional-para-bom-retiro-little-seul.shtml

Jovem Pan. (13 de abril de 2017). *Além de reformar, Doria quer mudar nome de bairro do Bom Retiro para Little Seul*. https://jovempan.com.br/programas/alem-de-reformar-doria-quer-mudar-nome-de-bairro-do-bom-retiro-para-little-seul.html

Jovem Pan. (14 de abril de 2017). *Doria esclarece que bairro não terá nome alterado: 'Little Seul' é apelido simpático*. https://jovempan.com.br/programas/doria-esclarece-que-bairro-nao-tera-nome-alterado-little-seul-e-apelido-simpatico.html

Lee, B. (25 de janeiro de 2020). *Bom Retiro recebeu ao menos cinco ondas de imigrantes no último século*. Revista São Paulo. https://saopaulo.folha.uol.com.br/revista/2020/01/bom-retiro-recebeu-ao-menos-cinco-ondas-de-imigrantes-no-ultimo-seculo.shtml

Leite, E. P. (2020). Mobilidades e turismo urbano: estudo sobre o legado étnico da comunidade coreana no Bom Retiro (São Paulo/Brasil) [Dissertação de mestrado, Universidade de São Paulo] https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/100/100140/tde-27012020-173735/publico/Dissertacao.pdf

Lores, R. J. (11 de maio de 2023). *Projeto que quer transformar Bom Retiro em Korea Town é criticado por moradores e pesquisadores* [Áudio]. CBN. https://m.cbn.globoradio.globo.com/media/audio/408250/projeto-que-quer-transformar-bom-retiro-em-korea-t.htm

Menon, I. (16 de agosto de 2021). *Projeto Korea Town apagaria história do Bom Retiro, dizem centros culturais*. Folha de S.Paulo.

https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2021/08/projeto-korea-town-apagaria-historia-do-bom-retiro-dizem-centros-culturais.shtml

Milanez, A. (23 de setembro de 2017). *Bom Retiro coreano é só uma ideia; Itália restaura fonte na Praça Ramos*. Folha de S.Paulo. https://www1.folha.uol.com.br/seminariosfolha/2017/09/1920880-bom-retiro-coreano-e-so-uma-ideia-italia-restaura-fonte-na-praca-ramos.shtml

Moreira, J., & Araújo, D. (14 de abril de 2017). *Não podemos nomear o Bom Retiro como bairro de um povo, alertam moradores*. Educação & Território. https://educacaoeterriFetorio.org.br/reportagens/nao-podemos-nomear-o-bom-retiro-como-bairro-de-um-povo-alertam-moradores/

Nascimento, D. (3 de fevereiro de 2023). *Pelo respeito à diversidade cultural do Bom Retiro*. Folha de S.Paulo. https://www1.folha.uol.com.br/blogs/sao-paulo-antiga/2023/02/pelo-respeito-a-diversidade-cultural-do-bom-retiro.shtml

Rolnik, R. (2 de setembro de 2021). *Botafogo vira Coca-Cola e Bom Retiro, Korea Town*. LabCidade. https://www.labcidade.fau.usp.br/a-cidade-e-nossa-com-raquel-rolnik-45-botafogo-vira-coca-cola-e-bom-retiro-korea-town/

Rolnik, R. (24 de novembro de 2022). *De Bom Retiro a Korea Town: projeto exclui outros povos e ignora problemas reais*. LabCidade. https://www.labcidade.fau.usp.br/de-bom-retiro-a-korea-town-projeto-exclui-outros-povos-e-ignora-problemas-reais/

Rolnik, R. (24 de novembro de 2022). *Consulado da Coreia do Sul quer mudanças no Bom Retiro*. Jornal da USP. https://jornal.usp.br/radio-usp/consulado-da-coreia-do-sul-quer-mudancas-no-bom-retiro/

Rolnik, R. (2 de novembro de 2023). *Por que transformar o bairro do Bom Retiro em Korea Town?* Jornal da USP. https://jornal.usp.br/radio-usp/por-que-transformar-o-bairro-do-bom-retiro-em-korea-town/

Toji, S. (2 de julho de 2017). *São Paulo: Little Seul e Nova Luz*. Le Monde Diplomatique Brasil. https://vermelho.org.br/2017/07/02/sao-paulo-little-seul-e-nova-luz/

Toji, S. (27 de agosto de 2021). *Koreatown: entre a cidade de enclaves e a urbe cosmopolita*. Le Monde Diplomatique Brasil. https://di-

plomatique.org.br/koreatown-entre-a-cidade-de-enclaves-e-a-urbe-cosmopolita/

Truzzi. O. (2001) Etnias em convívio: o bairro do Bom Retiro em São Paulo. Revista Estudos Históricos, v. 2 n. 28, 143-166. https://periodicos.fgv.br/reh/article/view/2144

Gabriela Cecilia Cho

LA FANTASÍA DEL *OPPA* Y DEL NOVIO COREANO: UN ANÁLISIS SOBRE LA CONSTRUCCIÓN LATINOAMERICANA DE LA COREANIDAD EN LAS REDES SOCIALES

INTRODUCCIÓN

Pese a que la popularidad de la lengua y cultura coreanas a nivel global, una consecuencia directa del Hallyu (la ola coreana), data de varios años antes de la pandemia del COVID-19, durante y luego de este período se ha observado un interés aún más extendido en Latinoamérica. Como resultado, nos encontramos con nuevos tipos de discursos que afianzan el carácter de otredad en torno a la coreanidad: la idealización de su cultura, el deseo por tener la piel coreana, y la fantasía de conseguir un oppa o un novio coreano, entre otros.

En el siguiente trabajo, examinaremos la construcción de la coreanidad en el imaginario colectivo latinoamericano, enfocándonos en el análisis del concepto novio coreano, su construcción y sus mecanismos en los discursos digitales, y en específico, en las redes sociales. Para llevar a cabo este trabajo seleccionamos la red social X como fuente principal, e Instagram y TikTok como complementarias. En el caso de que sea pertinente, se tendrán en cuenta publicaciones de otras plataformas para enriquecer el análisis.

Es menester mencionar que, en una primera instancia, nuestro objetivo era analizar específicamente el fenómeno en la Argentina. Sin embargo, debido a que la misma naturaleza de las redes sociales permite interacciones entre usuarios más allá de los límites geográficos en tiempo real y, por ende, una constante influencia e intercambio de

ideas entre sujetos de distintas nacionalidades, observamos que el uso del término excedía al territorio nacional. Por lo tanto, consideramos no sólo pertinente, sino también necesario extender el análisis del fenómeno de la fantasía del novio coreano y del uso del término *oppa* al marco de Latinoamérica. De esta manera, además, podremos comprender su construcción y sus mecanismos en el contexto argentino.

En torno a lo anterior, surge la interrogante de si el criterio de selección de las publicaciones examinadas también debería incluir a los hispanoparlantes europeos. Si bien no fueron descartadas *a priori*, es menester mencionar dos cuestiones que conllevaron a enfocarnos principalmente en usuarias latinoamericanas.[1] En primer lugar, durante la recolección de datos, pese a que se especificó "en cualquier lugar" en la categoría de ubicación de la búsqueda avanzada, las publicaciones que utilizaban variantes lingüísticas de la península Ibérica aparecían esporádicamente. Por su parte, proliferaban aquellas con variantes del español latinoamericano, por lo que nuestro material de análisis *per se* delimitó el objeto de estudio a los hablantes de las últimas. En segundo lugar, en base a nuestro análisis, se observó una tendencia de emparejamiento de carácter romántico entre hombres coreanos y mujeres latinoamericanas. Pese a que no es exclusiva a la región, ya que ocurre en el marco de una frecuente unión amorosa entre hombres coreanos y mujeres occidentales en general, consideramos adecuado analizar de manera puntual el primer tipo de parejas mencionado debido a que se presentan ciertos imaginarios y preconceptos de la mujer latina, que podrían influir en la construcción del fenómeno novio coreano y de la coreanidad.

LAS REDES SOCIALES Y EL TRABAJO DE ARCHIVO: DESAFÍOS A TENER EN CUENTA

En este trabajo utilizaremos los discursos presentes en X, que será tomado como la plataforma principal, y en Instagram y TikTok, en calidad de secundarias. Pese a que hay otras, como Youtube, Facebook, y Threads, se seleccionarán las tres primeras indicadas por las siguientes razones. En primer lugar, llevar a cabo un análisis de todas las plataformas existentes nos llevaría a extendernos del límite requerido. Asimismo, cada plataforma presenta una lógica propia, por lo cual, el trabajo se volvería innecesariamente rizomático en el caso de querer abarcar a todas al mismo tiempo. Como consecuencia, nos desviaríamos de nuestro objetivo principal: analizar la construcción y

1 Se tuvo en cuenta la nacionalidad y no el estado de residencia de las usuarias, ya que se observó una cantidad importante de las mencionadas residiendo en Corea del Sur que generaba el tipo de publicaciones que nos compete analizar.

los mecanismos de los discursos actuales en torno al concepto novio coreano.

En segundo lugar, seleccionamos X como la principal por presentar características que nos sirven para nuestro propósito. Según De Luca, Godoy, Magadán y Rizzo, es una "red social de *microblogging* que se caracteriza por la inmediatez y brevedad de sus mensajes, así como por la comunicación multidireccional «en tiempo real», que permite una retroalimentación constante entre usuarias/os dispersas/os a lo largo de todo el mundo" (2023, p. 125). De todas las características mencionadas, lo que nos interesa principalmente es su brevedad, ya que esto condiciona lo que se decide publicar, el cómo, y lo que se decide omitir. Otra característica que consideramos relevante es su similitud a la de un foro, al permitir el desarrollo de una discusión o intercambio de ideas, lo cual invita a los usuarios a ser contundentes e incluso polémicos, más allá de si, efectivamente, ocurre un debate o interacción una vez publicado un tuit.

En cuanto al enfoque metodológico, decidimos apelar al relevamiento de datos por medio del trabajo de archivo.[2] Teniendo en cuenta que nuestro objetivo es analizar tanto la construcción como los mecanismos discursivos del concepto *oppa* y novio coreano en relación con la percepción de la coreanidad, se optó como metodología de recolección de datos la herramienta de búsqueda avanzada de X, ya que:

> permite la selección de tuits por palabras clave, frases exactas, *hashtags* o etiquetas, idioma, cuentas de emisión y recepción, mínimo de respuestas, me gusta o retuits, rango de fechas, entre otras opciones. Los objetivos y las preguntas de la investigación guiarán la pertinencia de los criterios de selección del corpus. (De Luca *et al*. 2023, p.126)

Debido a la naturaleza cualitativa del análisis, se utilizará un *corpus* acotado, y se priorizarán los discursos más recurrentes. Teniendo esto

2 "Los materiales de archivo son textos escritos u orales, también pueden ser materiales de audio, visuales o audiovisuales, no diseñados durante la investigación sino ya disponibles, obtenidos a partir de un proceso de búsqueda y selección guiado por las preguntas y los propósitos de estudio" (De Luca *et al*., 2023, p.125). Según estas autoras, hay dos formas de abordar las redes sociales para analizar discursos digitales: el trabajo de archivo, por un lado, y la etnografía digital, por el otro. En torno al último, señalan: "Por un lado, para los estudios que requieren la «inmersión» en las prácticas de las/os usuarias/os en entornos virtuales es posible recurrir a una etnografía digital a partir de la observación, por ejemplo, de un grupo de Facebook con intereses comunes o de una cuenta de Twitter creada con fines educativos para la comunicación docente-estudiantes" (2023, p. 125).

en cuenta, se recopilaron alrededor de 100 posteos de X como fuente principal, y 63 videos de TikTok y *reels* de Instagram como complementarios. Debemos tener en vista que algunos de los tuits citan otros que también hacen referencia al concepto novio coreano y/u *oppa*, y fueron contabilizados como publicaciones en sí y no sólo como citas de otro tuit. En cuanto al recorte temporal, llevamos a cabo un relevamiento de publicaciones realizadas desde el 2017 hasta la actualidad. La gran mayoría de los tuits que utilizaban el término para referirse a la idea de tener una pareja coreana no famosa fue publicada entre los años 2020 hasta la fecha, junto con algunas esporádicas entre el 2017 y el 2019.[3]

Un factor a tener en cuenta al recoger y analizar este tipo de material es su carácter fluctuante, en tanto su preservación es inestable. Esto es porque las mismas plataformas permiten ciertas modificaciones en las publicaciones, ya sea la edición posterior o borramiento de los elementos publicados, la aparición de mensajes nuevos en calidad de respuesta o cita de publicaciones anteriores, cambios de datos de un perfil, cierre de cuentas o el pasaje de una cuenta pública a privada, o viceversa, entre otras. Por esta misma razón, para el resguardo de datos, se utilizó la captura de pantalla y se registró la fecha exacta en la que se lo hizo.

Además de lo mencionado, se suma otro factor para optar por este método: si tenemos en cuenta la importancia de la multimodalidad en los análisis discursivos y el impacto que tienen las diversas plataformas en estos últimos, debemos considerar los numerosos elementos de cada red social y no sólo el lenguaje verbal.[4] Tales componentes y sus respectivos funcionamientos serán examinados con más detalle conforme vayamos analizando nuestro *corpus*. Si bien es pertinente destacar la importancia de la multimodalidad en todo análisis

3 Cuando especificamos fechas anteriores a estas (a partir del 2010), encontramos el uso de novio coreano y/u *oppa* para referirse predominantemente si no exclusivamente a celebridades coreanas, por lo que podemos constatar que el uso de ambos términos en referencia a hombres coreanos no famosos tuvo su inicio unos años antes de la pandemia y ganó tracción a partir de la misma en el 2020 en adelante.

4 En el caso de X, las autoras enumeran los siguientes: "en cuanto a los perfiles de usuarias/os: nombre, imagen de perfil y de portada, texto de presentación; en relación con los tuits: segmentos verbales, hipervínculos, *hashtags* y variados recursos como *flyers*, memes, imágenes, videos o emojis. Asimismo, si el interés está puesto en la dimensión interaccional, será necesario considerar los tuits y los distintos intercambios que estos generan a modo de «conversaciones». El proceso de investigación también orienta ciertos recorridos durante los cuales pueden surgir nuevas preguntas de investigación o intervenir otros materiales discursivos" (De Luca *et al.*, 2023, pp. 126-127).

de discursos[5], incluso antes de la llegada de las pantallas, no hay que ignorar el rol de las últimas al llevar a cabo un tipo de trabajo como el nuestro, que se centrará en los discursos digitales de las redes sociales.[6] La razón de este énfasis se basa en que se utilizarán como fuentes no sólo la plataforma X sino también Instagram y TikTok, pese a que sea a modo de complementarias. Si bien la primera ya posibilita el uso del discurso no verbal, las otras dos se caracterizan por ser redes principalmente audiovisuales.

LA FANTASÍA DEL NOVIO COREANO: CONSTRUCCIÓN Y MECANISMOS DEL DISCURSO DIGITAL SOBRE LA COREANIDAD EN EL CONTEXTO LATINOAMERICANO

A mediados de los años 2000, los productos culturales del país asiático ya habían tomado protagonismo a nivel global, como resultado del *Hallyu* o la ola coreana[7], en un principio con el *k-pop* y los *k-dramas*, para luego diversificarse con la industria cinematográfica, la literatura, la gastronomía y el cuidado personal, entre otras áreas.[8] Actualmente, este interés se ha extendido hacia los hombres coreanos como potenciales parejas románticas. Una de las razones es el furor que generaron y siguen generando las *boybands* coreanas, entre las cuales se destaca BTS, que posee uno de los *fandoms* más extensos mundialmente. La popularidad de las telenovelas coreanas o el *k-drama* es otro factor a tener en cuenta: si bien con los años el interés se extendió a series de todo tipo de géneros, la chispa inicial surgió a partir de aquellas donde la trama era principalmente romántica. En este tipo de

5 "No sería válido confinar la visualidad y la multimodalidad a los tiempos y espacios digitales de hoy. Los discursos siempre han sido multimodales porque el lenguaje está enmarcado semióticamente; por lo tanto, sería limitado abordar la multimodalidad como un «acompañamiento» para estudiar el lenguaje (Scollon y Scollon, 2011). Entonces, si los discursos y las prácticas sociales son multimodales es necesario comprender que en todas las culturas y en todas las épocas encontraremos formas de decir y hacer multimodales, disponibles para ser estudiadas, siempre en su contexto" (De Luca *et al*., 2023, p. 117).

6 "En la actualidad, la dominación cultural del libro ha cedido espacio a la pantalla (Kress, 2005). Este cambio acarrea consecuencias en las prácticas discursivas y comunicativas ya que en muchos casos la construcción de significados va a estar supeditada a una lógica visual, ya sea en pantallas, textos escritos impresos y en muchos otros dominios de la comunicación pública que anteriormente estaban bajo la lógica de la hegemonía verbal" (De Luca & Godoy, 2018, p. 380).

7 Según Kim Bok-rae (2015), el *Hallyu* estuvo en boga en el continente asiático a fines de los 90, y a partir de los 2000 se observó su globalización progresiva.

8 Desde *Parasite* a la recién ganadora del Premio Nobel de Literatura, Han Kang, Corea del Sur sigue generando interés internacional con sus productos culturales.

productos, prevalece el amor romántico[9] de una pareja heterosexual[10], que ya desde un inicio está determinada como la principal y que, en general, se espera que terminen juntos y felices al final de la serie, pese a potenciales competencias amorosas y obstáculos de diversa índole. Aunque pueden variar de una u otra manera, la mayoría de los protagonistas masculinos tiene algo en común: está perdidamente enamorado de su interés romántico, y está dispuesto a sacrificarse por su amada.[11] Este es uno de los aspectos más atractivos para la audiencia de estos productos culturales, especialmente la femenina.

La fanatización tanto por los grupos musicales masculinos como por los actores principales de los *k-dramas* contribuyeron en el uso constante del sintagma "novio coreano" y del honorífico *oppa*, que serán nuestro principal objeto de análisis. En cuanto a la primera, se usó de manera tan frecuente que devino en una frase fija y en un concepto que condensa ciertas características e implicancias. Por un lado, es hombre, en general percibido como heterosexual[12], y, por el otro, coreano. Surge aquí una interrogante sobre lo último: ¿se refiere

9 El concepto de ideal romántico "gira en torno a una construcción social que se encarga de idealizar, con la finalidad de que las mujeres sueñen con la figura del príncipe azul, proyectan a una mujer potenciada por el amor, con una entrega incondicional, sumamente dependiente de la figura del hombre, necesitada de su protección y afecto. Estos comportamientos se integran con otros anhelos que construyen la subjetividad de las mujeres, haciendo surgir ideales específicos, como el matrimonio, ya que, con la llegada del amor romántico, el matrimonio se convierte en una demostración de amor, en tanto que ahora es una elección de la pareja, o el ideal maternal que puede llegar a fundamentar la feminidad de las mujeres y que mantiene una estrecha relación con el amor" (Flores Fonseca, 2019, p. 285). Si bien podemos observar otras variables culturales en juego, es innegable la predominancia del amor romántico en los *k-dramas*.

10 Una característica fundamental del amor romántico es que las relaciones sexoafectivas deben cumplir ciertos mandatos, entre ellos, el de la heterosexualidad y el de la monogamia.

11 Es de interés examinar en un trabajo futuro cuáles podrían ser las características diferenciales de las telenovelas coreanas y los protagonistas masculinos, con respecto a las occidentales de manera más exhaustiva. De esta forma podríamos comprender el porqué del efecto que generan en el público no coreano, y en específico, el latinoamericano.

12 Decimos que son percibidos como tal y no que lo son efectivamente, debido a que la posibilidad de que no lo sean no queda contemplada por las usuarias en general, y queda supuesta la heterosexualidad de los sujetos deseados. Esto puede ser comprendido por la centralidad que tiene el concepto del amor romántico, que, como ya lo hemos indicado anteriormente, implica el cumplimiento del mandato de la heterosexualidad. Sin embargo, no se descarta la posibilidad de que se utilice el término en la comunidad LGBTQIA+, un factor que podría ser tenido en un futuro trabajo. En el presente nos enfocaremos principalmente en las relaciones heterosexuales, debido a su predominancia en el tipo de publicaciones que surgieron en la búsqueda.

a los coreanos nacidos en el país asiático y/o a los coreanos nacidos en el extranjero? A partir de las publicaciones analizadas, podemos constatar que el primer grupo está incluido en el concepto: lo vemos en el hecho de que se menciona la fantasía de ir a Corea y allí "conseguirse" un novio coreano (como lo vemos en el Tuit 1), y en las usuarias que comparten alguna actitud en particular de su pareja que conocieron en el país en cuestión, entre otros factores que trataremos más adelante. En cuanto a los coreanos latinoamericanos y en su extensión, coreanos-argentinos, no son especificados en los tuits donde se utiliza el término que estamos analizando.[13]

Tuit 1

Última consulta: 31/05/2025

A la par, observamos el uso constante del término *oppa,* que en la lengua coreana significa "hermano mayor", y es un honorífico utilizado por las mujeres no sólo para referirse a uno biológico, sino también a todo hombre mayor con el que mantienen una relación de cierta cercanía y familiaridad. Este uso se extiende incluso a aquellos hombres mayores devenidos en sus parejas. En esta sección, analizaremos los términos novio coreano y *oppa*, su construcción, usos y mecanismos en los discursos digitales presentes principalmente en X, y como fuentes complementarias, Instagram y TikTok.

En el caso de X, al momento de buscar "novio coreano" y "*oppa*" por separado, y luego los dos juntos, hemos encontrado tres tipos de publicaciones. El primer grupo (A) consiste en tuits que utilizan los términos en un contexto de deseo; dentro de esta categoría observamos otros dos subgrupos: por un lado, aquellos que se refieren a un

13 Para determinar si son efectivamente incluidos o no, deberíamos extender el estudio a las demás plataformas con el mismo nivel de exhaustividad, algo que podría realizarse en futuros trabajos. En este trabajo, nos concentraremos en los coreanos nacidos en el país asiático debido a los límites de extensión, pero utilizaremos tanto el concepto de nacionalidad como el de etnia para no excluir premeditadamente a aquellos nacidos fuera de Corea.

hombre coreano en general (A.1.), y, por el otro, a famosos de nacionalidad coreana (A.2.).[14]

En los casos del primer subgrupo, se observa un patrón en el uso de ciertas palabras que acompañan al término. Por un lado, los verbos más frecuentes son "quiero", "tengo" y "denme/dame", donde el novio coreano siempre ocupa el lugar del objeto directo en la oración. Esta elección de palabras y la estructura sintáctica mencionada reflejan una cosificación del novio coreano, que carece de agencia y voluntad; algo que se exacerba aún más con el verbo "dar", utilizado para expresar la transferencia de algo a una persona, especialmente de manera gratuita. Otro patrón identificado es el pronombre posesivo "mi" y el artículo "un". En cuanto al primero, se refiere ya sea a las parejas reales de quienes publican el tuit o a cualquier hombre coreano genérico que llegara a ser su pareja. En este último caso, podemos ver el uso del pronombre en cuestión como una forma de enfatizar el deseo de posesión, ya que en el caso de la frase "quiero mi novio coreano", una de las posibles combinaciones que observamos, no se está refiriendo a un hombre real que es efectivamente pareja de la enunciadora, por lo que no expresaría una posesión real, sino un énfasis en el deseo de poseerlo. En el caso del uso del "un", la misma palabra nos da la información necesaria para comprender la concepción que se tiene del novio coreano. Al ser un artículo indefinido utilizado para referirse a un sustantivo no específico, el "un" subraya que se busca, se desea y/o se tiene cualquier hombre que sea de nacionalidad y/o ascendencia coreana, sin importar quién sea o qué otras características tenga. El término novio coreano ya es de por sí una categoría genérica que puede ocupar cualquier hombre coreano. El artículo "un" resalta aún más esta genericidad y su cualidad de reemplazable: no importa quién sea, sólo tiene que ser hombre y coreano. Se podría argumentar que es común la expresión "mi novio" y "quiero un novio" en general, entre otras, pero entonces podemos preguntarnos: ¿cuál es la función y/o necesidad de mencionar la nacionalidad/etnia? ¿Qué inferencias pueden surgir y a qué expectativas se refieren al decir "novio coreano" y no sólo "novio"?

Sumado a las dos características mencionadas, observamos otras dos que no siempre son explicitadas, pero sí implicadas: por un lado, que son atractivos físicamente y, por el otro, que mantener una relación

14 Estos dos subgrupos están relacionados entre sí: el segundo podría ser considerado el origen del primero, ya que, en un principio, se utilizaban los términos por parte de los fandoms al referirse a sus idols y actores favoritos, como se ha indicado previamente. Con el tiempo, se observó que la práctica se extendió a hombres coreanos no famosos. Consideramos analizar este fenómeno más adelante en otro posible trabajo. En el presente, nos enfocaremos en el primer subgrupo.

amorosa con ellos asegura un tipo de experiencia romántica representado en los *k-dramas*. En otras palabras, ambos aspectos son considerados como consecuencia directa de su nacionalidad/etnia. En cuanto a este amor de telenovela que, como ya se ha señalado anteriormente, es incondicional y sacrificado, implica que haya situaciones estereotípicas propias de los productos culturales en cuestión. En otras palabras, tener un novio coreano, sin importar quién sea, asegura y/o equivale a vivir un *k-drama*, como si de un *pack* o combo se tratase:

Tuit 2

Última consulta: 31/05/2025

Además, no hay que olvidarnos de la multimodalidad, que, como ya lo hemos subrayado anteriormente, enriquece los análisis discursivos, especialmente si tenemos en cuenta que en los formatos digitales, y más específicamente en las redes sociales, se posibilita aún más el uso de múltiples elementos no verbales no sólo para comunicar sino también generar interacción inmediata. En el caso de los tuits recogidos, observamos un gran uso de memes y *gifs*.[15] En cuanto al primer grupo de tuits mencionado (A), este utiliza las imágenes que expresan angustia y/o desesperación, o enamoramiento extremo, resaltando así el deseo y la necesidad fervientes por tener una pareja coreana, como las siguientes.

15 Tanto los *gifs* como los memes son herramientas de la comunicación digital para expresar ideas o emociones. Mientras que los primeros se caracterizan por ser estrictamente imágenes en movimiento en *loop*, los memes pueden ser imágenes sin movimiento. "Generalmente, se presenta una característica definitoria de los memes de internet que actúa como plantilla y brinda a los usuarios un molde preexistente para expresar nuevos pensamientos e ideas de una manera familiar. La viralidad y la repetición son dos características inherentes a este género discursivo multimodal en línea: los memes se replican como una forma de expresión identitaria y/o como una opinión con respecto a circunstancias determinadas." (De Luca, 2021, p. 6). Teniendo esto en cuenta, en muchas ocasiones, un *gif* puede funcionar como un meme, pero para que este último sea un *gif*, debe ser una imagen en movimiento.

Tuit 3

Última consulta: 31/05/2025

Tuit 4

Última consulta: 31/05/2025

A diferencia de estas, podemos distinguir otro grupo, en donde los *gifs* y memes denotan disgusto, incredulidad y a veces horror, como los que se muestran a continuación:

Tuit 5

Última consulta: 31/05/2025

Tuit 6

Última consulta: 31/05/2025

Aquí ya nos encontramos con el segundo grupo (B)[16] de tuits donde aparecen los conceptos novio coreano y/u *oppa*: en este caso, critican

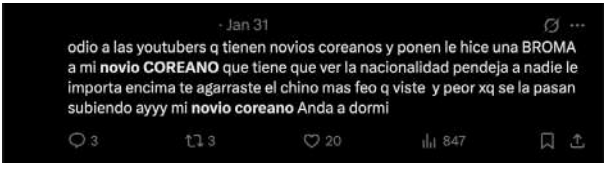
16 Esto no implica que todo este grupo utilice el recurso de los memes y los *gifs*.

el uso de estos términos especialmente cuando se observa una actitud obsesiva por parte de las mujeres latinas hacia los hombres coreanos. Las críticas más comunes en torno a este novio coreano consisten en:

1. La fealdad del novio real (tuit 7), haciendo hincapié en que el único criterio de selección de pareja es que sea un hombre coreano.

2. La misoginia y el machismo de los hombres coreanos en general, y en algunos casos, de toda la cultura coreana (tuit 6).

Tuit 7



Última consulta: 31/05/2025

Nos detendremos a examinar el tuit 6 que, bajo el lente de la multimodalidad, nos aporta una mejor comprensión de cómo está construido y funciona el concepto novio coreano desde la óptica del segundo grupo (B).

Al analizar la publicación, debemos tener en cuenta que esta cita a otra, una función que permite la plataforma con respecto a publicaciones tanto de otros usuarios como de los propios, a modo de aclaración, actualización y/o respuesta, permitiendo la interacción multidireccional. Comenzaremos analizando el tuit citado (6.1.), y luego retomaremos el que cita (6.2.).[17] En el primero, podemos ver un formato discursivo en tendencia, el "yo cuando", que se usa en conjunto a una imagen, frecuentemente un meme o un *gif*, o en una publicación citando o mencionando otra. Este tipo de formato es utilizado para indicar la reacción y/o actitud que tendría el enunciador ante cierta situación: la frase que incluye el "yo cuando" se

17 A pesar de que en la práctica la publicación que cita es la primera que ven los usuarios en general y luego la citada (al menos que haya una imagen en la última), analizar en primer lugar la última es pertinente para los objetivos de este trabajo al permitirnos examinar más ordenadamente el uso del término novio coreano sin que el foco se desvíe a los mecanismos de las redes sociales como objetivo principal.

refiere a lo último, mientras que el contenido que lo acompaña (sea audiovisual o verbal), a la primera. Además, podemos observar un caso de intertextualidad, donde se utiliza la escena de la serie *El juego del calamar*. El momento al que hace alusión la imagen es cuando el protagonista, tras volver a entrar al juego de supervivencia, grita constantemente: "¡Yo ya estuve en estos juegos!", alertando a sus compañeros que están en peligro de muerte. Más allá de que, al ver la imagen sin haber consumido la serie, podamos comprender de alguna manera el tono negativo del tuit, saber de qué se trata y cuál es su contexto le otorga más capas de significado a lo que quiere transmitir la usuaria. En primer lugar, el mensaje es una advertencia y una disuasión: así como el protagonista de la serie quiere advertir a sus compañeros del peligro de participar en los juegos y convencerlos de que no lo hagan, la usuaria estaría intentando lo mismo con su compañera de la universidad con respecto a tener una pareja coreana. En segundo lugar, el uso de este meme en específico nos sugiere la posibilidad de que la usuaria "ya estuvo" en estos juegos, es decir, ya pasó por la misma experiencia que su compañera: entró al mundo *k-pop*, quiso salir con un coreano y vivir en Corea, y romantizó a los asiáticos. Surge otra capa de interpretación si retomamos el hecho de que la misma enunciadora utilizó la función de citar un tuit y, en este caso, su propia publicación a modo de actualización al decir "chicos no es joda la mina": "no es joda" como expresión de énfasis para convencer a los enunciatarios del tuit citado ("chicos") de la veracidad del 6.1., y "mina", haciendo referencia a su compañera de la universidad. Es justamente por medio del 6.2. que la usuaria especifica a qué tipo de peligro se refiere en la advertencia expresada en el 6.1.: "FLACA LOS WACHOS DE TU BARRIO SON MENOS MISÓGINOS QUE LOS ASIÁTICOS". En otras palabras, para la usuaria, involucrarse con hombres coreanos en tanto mujer implica sufrir situaciones machistas y misóginas; una de las críticas más frecuentes hacia el concepto novio coreano por parte de este segundo grupo de tuits. Asimismo, el uso de las mayúsculas en el posible grito que le dirigiría a su compañera enfatiza más que una necesidad. Resalta la desesperación de advertir y, además, la sensación de impotencia, también expresada en la imagen utilizada: justamente algo que caracteriza la escena en cuestión es la impotencia que siente el personaje principal al ver que sus compañeros de juego no entienden la gravedad de la situación.

Algo que no podemos ignorar es una constante alternancia entre las nacionalidades y culturas coreana, china y japonesa, ya sea mencionándolas verbalmente o utilizando imágenes de cualquier asiático. Esta falta de distinción entre las nacionalidades/etnias se

enfatiza aún más al momento de utilizar el término asiático cuando se estaba hablando de una nacionalidad asiática en específico, como lo vemos en el tuit 6.2.: de hablar sobre el "novio coreano" que desea tener su compañera, la enunciadora le "grita" en la publicación que los asiáticos son más misóginos que sus vecinos.

A pesar de que a simple vista los tuits de los dos grupos principales analizados parecen ser diferentes, podemos identificar un punto en común entre sí: tanto los pertenecientes al tipo (A) como al (B) conciben y representan a los hombres coreanos de manera homogénea (ya sea idealizada o de manera negativa), y apelan a su coreanidad como causa de tales características. Es decir, así como para el primer grupo los hombres coreanos son atractivos y garantizarían una relación perfecta similar a la de un *k-drama* porque son coreanos, por esta misma razón, para el segundo grupo, todos los hombres coreanos son en realidad misóginos. En otras palabras, pese a que por fuera parezcan dos reacciones diferentes, en realidad no distan entre sí en cuanto a su construcción y sus mecanismos: ambos implican generalizar a un conjunto de sujetos por su nacionalidad/etnia. Son, en el fondo, las dos caras de la misma moneda. Asimismo, en relación con la idea de que la coreanidad es la causa de las características mencionadas, podemos traer a Balibar (1991), quien señala que, para el nuevo tipo de racismo existente, "la cultura puede también funcionar como una naturaleza, y puede funcionar particularmente como una forma de fijar a individuos y grupos *a priori* en una genealogía, en una determinación que es inmutable e intangible" (p. 22).

Si bien se podría alegar que romantizar es mejor que criticar negativamente, al no concebir el problema de base como tal, este último sigue sin ser abordado adecuadamente. Podríamos señalar que justamente una gran parte del grupo (B) es resultado del (A): como toda idealización, al no estar basada en un conocimiento real sino en preconcepciones fabricadas y originadas en el deseo de quien idealiza, se derrumba ante la experiencia real de los sujetos con el objeto idealizado. Este resquebrajamiento, por extensión, influye en cómo conciben la cultura coreana en su totalidad: en los últimos años se observaron publicaciones en las que creadores de contenido afirmaban con frases de carácter simplista y sin contexto que Corea era "retrógrada", "cerrada", "machista", etc., con la intención de "desmitificar" la concepción romantizada del país en cuestión. Este tipo de contenido se caracteriza por pretender hacer un análisis sociológico y antropológico sobre una cultura que apenas conocen, muchas veces desde una perspectiva occidental y eurocéntrica, sólo en base a experiencias personales, sin conocimientos sobre las cuestiones históricas y socio-

culturales del país y, en muchos de los casos, con una nula competencia lingüística del coreano.[18]

Además de estos dos grupos, observamos otro (C), que justamente señala el problema de base del concepto novio coreano mencionado anteriormente: la cosificación y fetichización de un grupo por su nacionalidad/etnia.

Tuit 8

Última consulta: 31/05/2025

Tuit 9

Última consulta: 31/05/2025

NOVIAS CREADORAS DE CONTENIDO: EL NOVIO COREANO COMO *COMMODITY*

Además de las críticas al novio coreano *per se*, podemos identificar otras por parte de los grupos (B) y (C) dirigidas específicamente al comportamiento de las mujeres que lo idealizan, las mismas que utilizan el término con una connotación positiva. Aunque el tuit 6 se refiere a una persona puntual (la compañera de universidad), al momento de utilizar la herramienta de búsqueda avanzada, el término novio coreano tiene como resultado una gran cantidad de publicaciones que

18 Este tipo de tendencia debe ser tenido en cuenta no sólo en el marco de la era digital, y, en especial de las redes sociales, sino también en un contexto en el que el contenido generado sobre Corea y su cultura es considerado como altamente rentable por su creciente popularidad en los últimos años. Nos resulta relevante llevar a cabo futuros trabajos en torno al tema en cuestión en pos de ampliar el fenómeno del "novio coreano" en las redes sociales.

lo utilizan de manera irónica, haciendo énfasis en lo ridículo que les parece a algunos usuarios la actitud de las mujeres enamoradas de coreanos. Analizaremos dos de los tipos más frecuentes de críticas.

Por un lado, identificamos a los que imitan la tendencia de aquellas mujeres que mencionan la nacionalidad coreana de manera constante en su contenido. Un ejemplo es el (5): "'grwm[19] para salir con mi NOVIO COREANO" "probando dulces con mi NOVIO COREANO" "comprando con mi NOVIO COREANO STFUUU[20]". Pese a que se puede entender el tuit como una crítica gracias a la repetición exagerada del término "novio coreano" que, además, está enfatizado por el uso de mayúsculas, debemos tener en cuenta que hace referencia a un fenómeno muy común en las redes sociales por parte de algunas mujeres latinoamericanas: crear contenido en redes donde se muestran haciendo cualquier tipo de actividad, incluso hasta la más cotidiana y trivial, junto a sus parejas coreanas. Por un lado, la principal crítica que se les hace es la constante aclaración de la nacionalidad de su pareja sin que sea un dato relevante para el contexto en el que se lo menciona, como lo señala el tuit 7 al decir: "BROMA a mi novio COREANO que tiene que ver la nacionalidad". Si tenemos en cuenta la creencia de que tener un novio coreano garantiza tener automáticamente una pareja atractiva físicamente y vivir una experiencia parecida a un *k-drama*, podríamos inferir que, al mencionar constantemente la nacionalidad de su pareja, la usuaria está a la vez anunciando o recordándole a su audiencia que ella misma está experimentando tales promesas. El novio coreano funcionaría, entonces, como un bien codiciado y "tener", "conseguir" o que le "den" uno (sin importar qué otra cualidad tenga) significaría no sólo cumplir el sueño de vivir como en una telenovela coreana sino también elevar su estatus en las redes. En

19 El término "grwm" es el acrónimo de la expresión *"get ready with me"*, que significa literalmente "prepárate/prepárense conmigo". Es un formato en tendencia en las redes sociales, especialmente en contenido audiovisual, donde el/la enunciador/a se dirige a su audiencia para que lo/a acompañen mientras se prepara (generalmente con la vestimenta, el maquillaje, etc.) para una actividad posterior (puede ser desde algo cotidiano como ir a clases hasta eventos importantes como una fiesta). En este tipo de contenido, el/la enunciador/a se prepara mientras comparte algún chisme, o simplemente muestra el proceso de preparación a modo de generar interacción con su audiencia, e incluso puede promocionar algún producto que vaya a utilizar en la misma publicación. El objetivo es generar una sensación de cercanía con su audiencia, sea seguidor o no.

20 La expresión "STFU" es el acrónimo de "shut the f*ck up", cuyo equivalente en el español rioplatense sería "cerrá el *r*o".

otras palabras, para cierto tipo de (potenciales) creadoras de contenido, tener un novio coreano equivale a acumular capital social.[21]

La siguiente crítica común hacia este grupo de mujeres se vincula con otro tipo de contenido que fue tendencia en el 2020. El mismo consiste en llamar a su respectivo novio coreano *oppa* y grabar la reacción del último:

Tuit 10

Última consulta: 31/05/2025

Tuit 11

Última consulta: 31/05/2025

A partir de los tuits analizados, podemos constatar que la tendencia de llamar *oppa* a su pareja coreana está estrechamente vinculado, también en este caso, con la ilusión de vivir en un *k-drama*. Como ya lo hemos mencionado, el uso del honorífico en cuestión por parte de las mujeres para referirse a sus parejas en casos donde las últimas son hombres y mayores corresponde a solo una de las acepciones del término: es en principio utilizado para referirse a sus hermanos mayores biológicos y a todo hombre relativamente mayor que ellas (en casos donde hay cierta cercanía y familiaridad). Sin embargo, por medio de esta tendencia en las redes se observa una tergiversación del término, donde el uso romántico resulta en la principal sino única acepción. Como consecuencia, el término *oppa* se vuelve un sinónimo o el equivalente de novio, y, en algunos casos, en hombre coreano, como en el siguiente caso:

21 Según Bourdieu, el capital social "está constituido por la totalidad de los recursos potenciales o actuales asociados a la posesión de una red duradera de relaciones más o menos institucionalizadas de conocimiento y reconocimiento mutuos" (2001, p.148).

Tuit 12

Última consulta: 31/05/2025

Esta tergiversación es resaltada aún más cuando vemos casos en donde las mujeres llaman a sus novios *oppa* incluso aunque ellas sean mayores, como lo vemos en el tuit 11. En base al análisis que realizamos sobre la perspectiva de los tuits que romantizan el tener un novio coreano y sus implicancias, podemos constatar que el llamarle *oppa* a su pareja coreana es otra forma más de cumplir el sueño de sentirse protagonista de un *k-drama* y sentir que efectivamente se tiene un novio coreano. Podemos observar esto por medio de publicaciones de otras plataformas que tratan sobre el tema, como en un hilo de Reddit[22], titulado: "¿Puedo llamarle *oppa* a mi novio menor que yo?".[23] Entre los comentarios de la publicación, examinamos aquí dos que confirman nuestros argumentos:

Comentarios de Reddit 1

Última consulta: 31/05/2025

22 Reddit es una red social similar a X, donde es común que los usuarios hagan preguntas y/o compartan alguna experiencia personal pidiendo consejos.

23 Fuente: https://www.reddit.com/r/Korean/comments/2lojdk/can_i_call_my_younger_boyfriend_oppa/?tl=es-419 (Última consulta: 01/06/25)

Comentario de Reddit 2

Última consulta: 31/05/2025

Entonces, en un intento de emular a las protagonistas de los *k-dramas*, el término *oppa*, que es originalmente un honorífico, y que tiene como primera acepción 'hermano mayor', es utilizado por las mujeres latinoamericanas como el equivalente de novio. Esto se observa en otra tendencia de X, donde los usuarios usan un mismo formato de publicación con algunos cambios en los datos más puntuales. Aunque no analizaremos la tendencia en sí por los límites de extensión, lo que nos interesa en este caso es la mención explícita de que *oppa* significa 'novio' en coreano por parte de una gran cantidad de usuarios, tal como se ve en las siguientes publicaciones:

Tuits 13, 14 y 15

Última consulta: 01/06/2025

No debemos ignorar que los dos tipos de críticas más frecuentes que hemos mencionado son en torno a tendencias virales en las redes sociales. Y tienen otro factor en común: surgen de un fenómeno en el que las mujeres se vuelven creadoras de contenido sobre su experiencia como mujeres latinoamericanas en Corea del Sur, y, en muchas ocasiones, el tema principal de su contenido es específicamente su experiencia amorosa con un hombre coreano, ya sea una relación casual o una estable. Si bien el tuit 7 critica puntualmente a las *youtubers*, este fenómeno es transversal a prácticamente todas las redes sociales principales, e incluso es el único tipo de contenido que crean algunas usuarias. Esto se refuerza aún más si examinamos las biografías de las cuentas que las publican: hay una tendencia a enfatizar la idea de la pareja interracial y/o internacional (ya sea utilizando estos mismos términos o combinando la nacionalidad coreana con la de la creadora de contenido, como por ejemplo: "pareja latina+coreana", "argencorea", "coreargenta", entre otros), la de estar compartiendo su vida cotidiana como si fuera un estilo de vida particular ("Compartimos nuestra vida [argencoreana]", "mi vida en corea", "latina en corea", etc.), y/o frases al estilo aspiracional o de entretenimiento ("te cuento cómo vivir en corea", "tu kdrama favorito", refiriéndose a su vida). Aunque este fenómeno es más común en Instagram y TikTok, las publicaciones de X exponen las opiniones al respecto. Y pese a que la mayoría de los tuits expuestos muestran esta tendencia a modo de crítica[24], hay incluso aquellos que expresan transparentemente el deseo de tener un novio coreano específicamente para generar contenido:

Tuit 16

Última consulta: 31/05/2025

Entonces, otra función del novio coreano, además de ser un bien, como lo mencionamos anteriormente, sería el tema o nicho de su carrera como creadora de contenido. Es decir, un *commodity*: tener uno le aseguraría acumular seguidores, ser viral, y poder vivir de hacer

24 Ver tuits (5), (7), (8), (9), (10) y (12).

publicaciones sobre una cultura que muchas veces desconoce y, por ende, incluso simplifica por medio de preconceptos. En otras palabras, se observa una explotación económica del novio coreano por parte de su pareja latinoamericana, quien acumula, entonces, no sólo capital social sino también económico (Bourdieu, 2001).[25]

Sumado a esto, en relación con la mencionada simplificación de la cultura coreana, nos compete tomar una vez más a Balibar, quien sostiene:

> Y detrás de esta situación subyacen apenas reformuladas variaciones de la idea de que las culturas históricas de la humanidad pueden ser divididas en dos grupos principales: las que se asumen como universales y progresistas; y las que se suponen como irremediablemente particularistas y primitivas (...) lo que reintroduce inmediatamente la vieja distinción entre sociedades "cerradas" y "abiertas", "estáticas" y "emprendedoras", "frías" y "calientes", "gregarias" e "individualistas". (Balibar, 1991, p. 25)[26]

Esta dicotomía determinista entre culturas "cerradas", "frías", por un lado, y "abiertas", "calientes", por el otro, es la base de la gran mayoría del contenido por parte de las creadoras en cuestión. La misma es materializada y explotada en una constante demostración de las diferencias y/o "choques culturales" entre la coreana y la latinoamericana, especialmente en cuestiones cotidianas y en particular, sobre las demostraciones de afecto, como en el siguiente tuit y el video de TikTok 1:

25 Tras realizar nuestro análisis, es menester preguntarnos cuáles son las motivaciones por las que la pareja coreana decide tener y mantener el tipo de relación mencionada. Consideramos analizarlas en un posible trabajo futuro para enriquecer lo examinado en el presente.

26 Utilizamos la traducción de Kim (2010).

Tuit 17

Última consulta: 31/05/2025

Video 1

Última consulta: 31/05/2025

Esta dicotomía esencialista es remarcada aún más en los casos donde se cree que si un coreano no actúa como se espera, es decir, sin presentar las cualidades de una cultura "fría" y "cerrada", se "latinoamericanizó" "gracias" a la influencia de la mujer latina. Hacemos un énfasis en el "gracias" en tanto este proceso de latinoamericanización del novio coreano es retratado muchas veces en los videos analizados como un progreso cultural.

CONCLUSIONES

A partir de nuestro análisis, podemos distinguir entonces tres tipos de publicaciones en las que se utilizan los términos novio coreano y *oppa* por separado o juntos. Por un lado, tenemos aquellas donde se expresa un "querer", deseo de "tener" o de que le "den" un novio coreano/ *oppa*. En las combinaciones observadas, estos últimos cumplen la función de objeto directo, reforzándose de esta manera la cosificación y la falta de agencia de los hombres coreanos. Otro patrón identificado consiste en el uso del pronombre posesivo "mi" y del artículo "un": mientras que el primero muchas veces enfatiza el deseo de poseer una pareja coreana en casos donde se lo usa sin que se refiera a un novio real, el segundo subraya la genericidad que ya connota el término novio coreano. En otras palabras, esta categoría puede ser ocupada por cualquier hombre que sea de nacionalidad y/o ascendencia coreana, sin importar quién sea o qué otras características tenga. Además, que sean atractivos físi-

camente y que provean una relación similar a las representadas en los *k-dramas* son las promesas que parece garantizar su coreanidad desde el punto de vista de las usuarias del primer grupo.

El segundo grupo de tuits se distingue del primero al criticar la romantización del novio coreano y apunta a desmitificarla. Sin embargo, hemos observado que tanto este tipo de publicaciones, como la primera, comparten una misma base: ambos consideran a los coreanos como un conjunto homogéneo. A partir de esto, podemos constatar que muchas veces la misma idealización expresada en el primer grupo puede resultar en un rechazo visceral hacia los hombres coreanos e incluso hacia la cultura coreana en general.

Sumado a estos dos grupos de tuits, observamos otro que apunta al problema de base señalando que se trata a los hombres coreanos como si de una raza de perro o de extraterrestres se trataran. En torno a esto, el concepto de novio coreano no es el único blanco de críticas de los dos últimos tipos de publicaciones: el rol cosificador de las mujeres que desean tener uno es cuestionado fuertemente.

Finalmente, a partir del análisis del material relevado, observamos que el perfil que presentan generalmente las usuarias del grupo (A) es el de la creadora de contenido que muestra su experiencia como mujer latinoamericana en Corea del Sur y, en muchas ocasiones, su relación amorosa con un hombre coreano es el tema principal y a veces único de sus publicaciones. De esta manera, el novio coreano no sería simplemente un bien sino también un recurso humano para las usuarias en cuestión, un *commodity* a partir del cual construyen toda su carrera como creadoras de contenido, imagen pública y, en algunos casos, su identidad. En otras palabras, sumado a la ausencia de agencia y a la cosificación del novio coreano, podemos observar que se ejerce una explotación económica por parte de sus parejas latinoamericanas, que logran aumentar no sólo su capital económico sino también el social.

BIBLIOGRAFÍA

Balibar, É. (1991). "Is There a Neo-Racism?". En Balibar É. y Wallerstein I., *Race, Nation, Class: Ambiguous Identities* (pp.17-28). Verso.

Bourdieu, P. (2001). *Las formas del capital. Poder Derecho y Clases Sociales*. Desclée De Brouwer. S. A.

De Luca, N. (2021). "El marcador conversacional ahre en memes: hacia la definición del marcador-meme en interacciones digitales de dos comunidades de práctica juveniles". *Pragmática Sociocultural: Revista Internacional sobre Lingüística del Español*, Vol.

9, Nº. 1, 76-95. Recuperado el 20 de agosto de 2025: https://doi.org/10.1515/soprag-2021-0008

De Luca, N. & Godoy, L. (2018). "Más que palabras. Análisis del Discurso Multimodal". En Marafioti, R. y Bonnin, J. E. (Eds.) *Voces en conflicto. Enunciación y teoría de la argumentación en la audiencia por la Ley de Medios*. UNM Editora. pp. 377 - 422.

De Luca, N. Godoy, L. Magadán, C. Rizzo, M. F. (2023). "Los desafíos de investigar discursos digitales: el decir y hacer multimodal en redes sociales y plataformas colaborativas". En Baretta M. y Tallatta C. (Comps.) - *Lenguaje en uso. De la teoría a la práctica,* UNSAM Edita. pp. 114 - 148.

Flores Fonseca, V. M. (2019). Mecanismos en la construcción del amor romántico. *La ventana. Revista de estudios de género*, *6*(50), 282-305. Recuperado el 20 de octubre de 2025, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-94362019000200282&lng=es&tlng=es.

Kim, B. (2015). "Past, present and future of Hallyu (Korean Wave)". *American International Journal of Contemporary Research*, *5*(5), 154–160.

Kim, J. V. (2010). "Desarticulando el 'mito blanco': Inmigración coreana en Buenos Aires e imaginarios nacionales". *Revista Crítica Literaria Latinoamericana*, *36*(71), 169–193.

Jessica Lissette Quijano Herrera

IDENTIDADES ESTUDIANTILES EN TRANSFORMACIÓN: LA INFLUENCIA DE LA OLA COREANA EN LA IMAGEN CONATIVA DE MOVILIDAD ACADÉMICA HACIA COREA DEL SUR

I. INTRODUCCIÓN

La Ola Coreana (*Hallyu*) ha sido empleada por Corea del Sur como una herramienta clave dentro de su estrategia de marca país y diplomacia cultural (Holt, 2004). Este fenómeno se define como el conjunto de productos de entretenimiento coreano –películas, dramas televisivos, música pop, videojuegos, entre otros– que han ganado notoriedad internacional desde finales de los años noventa (Oh, 2018), transformándose en un instrumento eficaz de *soft power* (Nye, 1990)

Mas allá de la dimensión cultural y económica, el *Hallyu* ha comenzado a influir en los patrones de movilidad académica. La exposición a estos tipos de productos incrementa el interés de jóvenes extranjeros por cursar estudios superiores en Corea del Sur, operando así como un imán académico que moldea las expectativas educativas (Jon & Kim, 2011; Nguyen, 2016; Jang & Choi, 2020 y Kang, 2023). Adicionalmente, el consumo de cultura coreana puede generar efectos identitarios a través de la percepción simbólica del país (Park *et al.*, 2021). En particular los estudiantes internacionales desarrollan identidades transnacionales al negociar elementos culturales de sus países de origen con aquellos del país anfitrión (Kim, 2012; Marginson, 2014).

A partir de este marco, el presente estudio introduce el análisis de la imagen conativa del país, entendida como las intenciones de

comportamiento asociadas a un destino, tales como recomendarlo, expresarse positivamente sobre él o visitarlo nuevamente y/o permanecer en él (Agapito *et al*., 2013).

Pese al creciente interés por el *Hallyu* como factor de atracción educativa, pocos estudios han articulado de forma simultánea el análisis de su impacto sobre la imagen conativa de Corea como destino académico y la construcción de identidades transnacionales especialmente desde una perspectiva orientada a la acción y a la experiencia vivida de los estudiantes (Kang, 2023; Jang & Choi, 2020).

En este contexto, este estudio propone responder ¿cómo influye el consumo de productos culturales coreanos en la imagen conativa de Corea del Sur como destino académico y en la construcción de identidades estudiantiles transnacionales? A través de un análisis empírico de la relación entre la exposición al *Hallyu*, la imagen conativa académica de Corea del Sur y la identidad transnacional de estudiantes internacionales, aportando evidencia al debate sobre diplomacia educativa, marca país y *soft power* en el marco de la internacionalización de la educación superior.

Cabe señalar que, durante el desarrollo metodológico del estudio, se optó por sustituir el enfoque inicial centrado en las motivaciones *push/pull* por la variable "imagen conativa" como dimensión principal de análisis conductual. Esta decisión respondió a dos razones fundamentales: en primer lugar, se identificaron limitaciones en la operacionalización empírica de las motivaciones *push/pull*, dada su alta dependencia de contextos individuales y su bajo poder explicativo en los análisis piloto. En segundo lugar, la imagen conativa permite captar intenciones de comportamiento (como la recomendación o la intención de retorno) más directamente asociadas al consumo simbólico-cultural del *Hallyu*. Así, el cambio permitió no solo una mayor coherencia con el diseño estadístico aplicado, sino también una contribución teórica más novedosa a los estudios de diplomacia educativa y marca país, al integrar variables de percepción e intención dentro de un marco de análisis cultural.

II. MARCO TEÓRICO

II.I INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR Y MOVILIDAD ACADÉMICA EN COREA DEL SUR

Según la OCDE (2025), Corea del Sur avanza para posicionarse como un *hub* académico en Asia pues en los últimos datos recientes la proporción de estudiantes internacionales respecto al total de la matrícula terciaria en Corea pasó de 1.66% en 2013 a 3.72% en 2020 y de forma complementaria, la UNESCO (2025) reporta que la Inbound

Mobility Rate del país pasó de 0.1 en el año 2000 a 4.4 en 2022, lo que demuestra un fortalecimiento de sus capacidades como país anfitrión.

La atracción de estudiantes internacionales como estrategia de internacionalización de la educación superior ha sido respaldado por políticas públicas orientadas a eliminar barreras de entrada y fomentar el acceso académico a través de incentivos. Entre las principales estrategias destacan la creación de programas de becas como la Global Korea Scholarship (GKS), la expansión de la oferta académica en inglés, la flexibilización de requisitos de admisión, y la participación en plataformas de movilidad regional como CAMPUS Asia y UMAP (Byun & Kim, 2011; Lee, 2017; Park, 2019) y la articulación con elementos simbólicos, culturales y de imagen país. Este contexto justifica el interés por comprender cómo el consumo cultural asociado al *Hallyu* puede incidir en la construcción de identidad, en la percepción del país como destino educativo, y en la atracción efectiva de estudiantes internacionales, elementos que conforman el modelo analítico de esta investigación.

II.II LA OLA COREANA COMO HERRAMIENTA DE PODER BLANDO Y ATRACCIÓN CULTURAL

Entendiendo el *soft power* como la capacidad de un país para atraer e influir sin recurrir a la coerción, basándose en su cultura, valores y políticas (Nye, 1990) la adopción del *Hallyu* por el gobierno surcoreano ha contribuido a mejorar la imagen del país, generar empatía con la cultura coreana, y posicionar a Corea del Sur como un referente aspiracional para las juventudes a nivel mundial (Geun, 2009; Jang & Paik, 2012; Nye & Kim, 2019).

La influencia del *Hallyu* se ha extendido hacia el ámbito académico. Según Oh, (2018); Kim & Nye, (2021) el consumo cultural de productos coreanos puede motivar a individuos a aprender el idioma, conocer más sobre la historia y las costumbres de Corea, o incluso considerar el país como destino de estudios superiores. Esta influencia simbólica transforma el consumo en un vínculo emocional con Corea, que a su vez puede incidir en decisiones concretas como la elección de una universidad coreana o la participación en programas de intercambio.

En este estudio, la Ola Coreana se analiza como una variable independiente que representa el nivel de consumo cultural de productos coreanos por parte de los estudiantes internacionales. A través de este enfoque, se pretende examinar en qué medida dicho consumo tiene un efecto sobre la identidad transnacional y la imagen conativa de país, contribuyendo así a una mejor comprensión del poder simbólico-cultural en los procesos de internacionalización educativa.

II.III IDENTIDAD TRANSNACIONAL EN CONTEXTOS DE MOVILIDAD ESTUDIANTIL

La identidad transnacional se refiere a la construcción dinámica del sentido del yo que emerge cuando los individuos participan en contextos culturales y geográficos múltiples, desbordando las fronteras nacionales tradicionales (Kim, 2005). En el caso de los estudiantes internacionales en Corea del Sur, esta identidad se forma a través de experiencias cotidianas de aculturación, integración parcial y negociación constante de sus referentes culturales (Kudaibergenov, 2023). El proceso de autoformación identitaria se ve influenciado tanto por las expectativas personales como por los marcos institucionales que moldean las interacciones académicas y sociales (J. J. Kim, 2019).

Las universidades coreanas, en su esfuerzo por internacionalizarse, promueven un entorno multicultural que muchas veces entra en conflicto con las estructuras jerárquicas y homogeneizadoras de la cultura académica local (T. Kim, 2005). Esto genera tensiones que inciden directamente en la forma en que los estudiantes se posicionan dentro de la sociedad coreana, oscilando entre la adaptación estratégica y la resistencia simbólica (Rabbidge & Banerjee, 2024). En este sentido, la identidad transnacional no es solo la mezcla de varias identidades nacionales, sino que es un espacio donde las personas viven entre varias culturas, combinan elementos de cada una y están en un proceso constante de adaptación y cambio (Takeda, 2020).

Además, el consumo de productos *Hallyu* también desempeñan un papel significativo en este proceso, al permitir que los estudiantes construyan vínculos afectivos e imaginarios con Corea aún antes de su llegada (Park, 2019). Estos lazos se fortalecen mientras la persona está en el país, ya que participa en actividades culturales, convive con personas locales y empieza a ver de otra manera algunos elementos típicos de la cultura, dándoles nuevos significados según su propia experiencia (Collins, 2014). La identidad transnacional no solo muestra un cambio personal, sino que también representa una forma de sentirse parte de varios lugares al mismo tiempo, influida por el hecho de estudiar en otro país y por el contacto con culturas de todo el mundo (Kudaibergenov, 2023).

II.IV IMAGEN CONATIVA DE PAÍS: LA INTENCIÓN DE INTERACCIÓN Y RECOMENDACIÓN

La imagen conativa de un país se refiere a las intenciones conductuales que una persona manifiesta hacia un destino, tales como recomendarlo, expresarse positivamente sobre él y visitarlo o revisitarlo (Agapito *et al*., 2013; Michael *et al*., 2018). Este tipo de imagen se construye

a partir de las percepciones cognitivas (información y conocimiento) y afectivas (emociones y sentimientos) que un individuo desarrolla en torno al país en cuestión (Yang *et al.*, 2022). La imagen conativa ha sido ampliamente estudiada en marketing turístico y educativo, ya que representa el componente decisivo que moviliza la acción del consumidor o del estudiante potencial (Lam & Ariffin, 2019).

En contextos de educación superior, la imagen conativa es clave para explicar las decisiones de los estudiantes internacionales sobre su lugar de estudio, especialmente cuando se percibe que un destino tiene atributos favorables académica y culturalmente (Manzuma-Ndaaba *et al.*, 2016). Países emergentes como Corea del Sur han apostado por construir una imagen país positiva a través de estrategias de diplomacia pública, cultura popular y políticas de internacionalización de la educación, elementos que inciden directamente en la formación de una imagen conativa favorable entre potenciales estudiantes internacionales (Yang *et al.*, 2022; Lam & Ariffin, 2019).

La construcción de esta imagen conativa se potencia cuando el país es percibido no solo como eficiente académicamente, sino también como culturalmente atractivo y globalmente conectado, lo que incrementa las intenciones de recomendación, permanencia y retorno por parte de los estudiantes internacionales (Michael *et al.*, 2018). En este contexto, Corea del Sur es un ejemplo importante, ya que su creciente influencia en la cultura y la educación a nivel mundial ha hecho que se convierta en un destino académico muy atractivo, especialmente para quienes ya han tenido contacto con el fenómeno *Hallyu* (Manzuma-Ndaaba *et al.*, 2016).

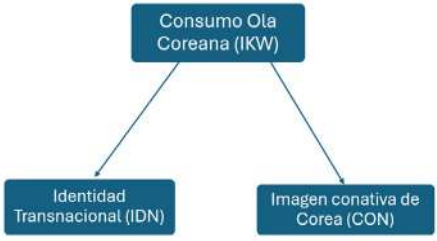
A partir de la revisión teórica expuesta, se plantean las siguientes hipótesis:

H1. El consumo de productos culturales coreanos (*Hallyu*) se asocia positivamente con la identidad transnacional de los estudiantes internacionales en Corea.

H2. El consumo de productos culturales coreanos se asocia positivamente con la imagen conativa académica de Corea del Sur.

Estas relaciones como se observan en la Figura 1, se evaluarán empíricamente mediante análisis correlacional y regresiones lineales, con el fin de aportar evidencia al debate sobre el papel del *soft power* cultural en los procesos de internacionalización educativa.

Figura 1
Modelo conceptual de la investigación

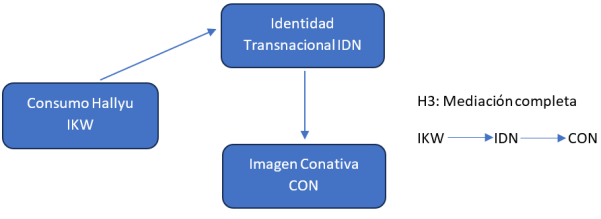


Además, se propuso un modelo complementario para analizar si la relación entre el consumo cultural coreano (*Hallyu*) y la imagen conativa académica del país está mediada por la identidad transnacional. Esta hipótesis, basada en los aportes de Park *et al*. (2021) y Yang *et al*. (2022), plantea que la construcción identitaria actúa como un canal simbólico y afectivo que transforma la atracción cultural en comportamientos conativos.

H3. La identidad transnacional media la relación entre el consumo cultural de Corea y la imagen conativa académica de Corea del Sur.

La Figura 2 muestra este modelo de mediación propuesto.

Figura 2
Modelo de mediación



Nota: Se plantea una mediación completa, donde el efecto de IKW sobre CON desaparece al controlar por IDN.

III. METODOLOGÍA

Dado que el objetivo de esta investigación es analizar cómo el consumo cultural asociado al fenómeno *Hallyu* se relaciona con la construcción de identidades transnacionales y en la imagen conativa de Corea del Sur como destino académico, en primer lugar, se delimita el perfil de la

población estudiada. En este caso, se considera como estudiante internacional a toda persona que se encuentra temporalmente residiendo en Corea del Sur con fines académicos, ya sea en programas de grado, intercambio o estancias cortas. Esta definición se alinea con la proporcionada por el Instituto de Estadísticas de la UNESCO, que define a los estudiantes internacionales como aquellos que han recibido su educación previa en otro país y no residen permanentemente en el país anfitrión de sus estudios (UNESCO Institute for Statistics, n.d.). Todos los participantes han estado expuestos al entorno cultural coreano y forman parte activa del sistema educativo superior del país. La Tabla 1 presenta una síntesis de las características metodológicas clave del estudio.

Tabla 1
Principales características técnicas del estudio

Universo	Estudiantes internacionales en universidades de Corea del Sur matriculados en programas de grado, intercambio o estancias cortas
Enfoque	Cuantitativo transversal
Ámbito geográfico	Nacional (Corea del Sur)
Tipo de muestreo	No probabilístico intencional por conveniencia
Periodo de realización del estudio	Abril - mayo de 2024
Tamaño muestral	191 estudiantes internacionales
Error muestral	No aplicable (muestra no probabilística)
Diseño muestral	Encuesta en línea administrada por Google Forms.
Información recogida	Consumo cultural asociado al *Hallyu* (Ola Coreana) Identidad transnacional Imagen conativa de país (recomendación, intención de retorno, etc.) Variables sociodemográficas (nacionalidad, tipo de programa, etc.)
Análisis previo	Limpieza y depuración de datos (ausencias y errores atípicos)
Técnicas estadísticas	- Análisis descriptivo - Análisis de confiabilidad (alfa de Cronbach) - Análisis factorial exploratorio (KMO y Bartlett) - Regresión lineal simple
Programa estadístico	Micro*soft* Excel R versión 4.3.0

III.I ANÁLISIS COMPLEMENTARIO DE MEDIACIÓN

Además del análisis principal basado en regresiones lineales simples para evaluar las hipótesis H1 y H2, se incorporó un análisis complementario de mediación con el objetivo de explorar posibles mecanismos indirectos que expliquen la relación entre el consumo cultural de la Ola Coreana (IKW) y la imagen conativa académica de Corea del Sur (CON).

En particular, se evaluó la hipótesis H3, que plantea que la identidad transnacional (IDN) actúa como variable mediadora entre IKW y CON. Esta aproximación teórica se apoya en estudios recientes que destacan el rol de la identidad como canal simbólico y afectivo que transforma la atracción cultural en intención conductual (Park *et al*., 2021; Lam & Ariffin, 2019; Yang *et al*., 2022).

El análisis se realizó siguiendo el procedimiento propuesto por Baron y Kenny (1986), que incluye los siguientes pasos:

1. Estimar la relación entre IKW e IDN (modelo directo H1),
2. Estimar la relación entre IKW y CON (modelo directo H2),
3. Estimar la relación entre IDN y CON,
4. Incluir simultáneamente IKW e IDN como predictores de CON, observando si el efecto directo de IKW se reduce o desaparece.

Las regresiones fueron ejecutadas en R (modelo H1) y en Micro*soft* Excel (modelos H2 y H3), utilizando análisis de regresión lineal simple en todos los casos. Dado que se trató de un análisis complementario de tipo exploratorio, se optó por esta combinación de herramientas según la disponibilidad técnica en cada etapa del procesamiento.

III.II INSTRUMENTO

El instrumento de recolección de datos fue un cuestionario con siete bloques temáticos; para el presente artículo se analizan exclusivamente los constructos de Consumo de la Ola Coreana (*Hallyu*) (IKW), Identidad Transnacional (IDN) e Imagen conativa de país (CON). El resto de constructos se reservan para futuros trabajos. Todos los ítems se respondieron en una escala Likert de 7 puntos (1 = «Totalmente en desacuerdo»; 7 = «Totalmente de acuerdo»). Se utilizaron escalas validadas previamente por autores según la Tabla 2 y antes de la aplicación definitiva, el cuestionario fue piloteado con 12 estudiantes internacionales para garantizar la comprensión semántica y el tiempo estimado de respuesta.

Para la recopilación de datos, el enlace al cuestionario se distribuyó a través de profesores y en grupos de KakaoTalk y Facebook destinados a alumnado extranjero. La investigación cumplió con las directrices éticas para estudios en ciencias sociales, asegurando que la participación fuera voluntaria, anónima y sin incentivos, como se in-

dicó en la declaración inicial del cuestionario. No se recopilaron datos personales sensibles. Para reducir el sesgo común del método (Common Method Bias), se incluyó una pregunta irrelevante entre bloques temáticos; los análisis posteriores confirmaron que no presentó correlaciones significativas con las variables centrales del estudio, lo que indica un bajo riesgo de sesgo metodológico.

Tabla 2

Ítems utilizados para medir los constructos del modelo

Constructo	Ítems	Fuente original	Preguntas
Consumo de la Ola Coreana (*Hallyu*) (IKW)	5	Park, Simon & Kazimoto (2021)	Debido a la Ola Coreana, ahora deseo viajar por Corea.
			La Ola Coreana me ha hecho interesarme en la comida coreana.
			La Ola Coreana ha aumentado mi interés por la moda y belleza coreana.
			La Ola Coreana me ha hecho querer experimentar la cultura tradicional coreana.
			Debido a la Ola Coreana, me convertí en consumidor de productos coreanos.
Identidad transnacional (IDN)	5	Park, Simon & Kazimoto (2021)	La Ola Coreana ha influido en mi imagen sobre Corea.
			Debido a la Ola Coreana, estoy interesado en hacer amistades coreanas.
			La Ola Coreana me ha hecho interesarme en el idioma coreano.
			Debido a la Ola Coreana, quise estudiar en Corea.
			Debido a la Ola Coreana, quiero estudiar sobre Corea.
Imagen conativa de país (CON)	3	Agapito, Valle & Costa Mendes (2013)	Recomendaré la educación superior de Corea a otras personas.
			Expresaré comentarios positivos sobre la educación superior coreana.
			Tengo la intención de volver a visitar Corea.

IV. ANÁLISIS DE DATOS

Los datos fueron depurados inicialmente en Microsoft Excel, eliminando casos incompletos o inconsistentes, y posteriormente analizados con el *software* R (versión 4.3.0). Se realizaron análisis descriptivos para caracterizar la muestra y los patrones de respuesta.

Para asegurar la calidad de las mediciones, se evaluó la coherencia interna de cada grupo de ítems (constructos) mediante el coeficiente alfa de Cronbach, considerando aceptables aquellos valores superiores a 0.70. También se exploró la estructura interna de los instrumentos aplicando un análisis factorial exploratorio (EFA), respaldado por dos pruebas estándar: la medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) y la prueba de esfericidad de Bartlett. Estos indicadores permitieron confirmar que los datos eran apropiados para este tipo de análisis.

Una vez validadas las escalas, se procedió a probar las hipótesis mediante regresiones lineales simples, manteniendo un nivel de significancia estadística de $\alpha = 0.05$. Las hipótesis contrastadas fueron:

H1: El consumo de productos culturales coreanos «Ola Coreana (*Hallyu*) - (IKW)» influye en la identidad transnacional (IDN).

H2: El consumo de productos culturales coreanos «Ola Coreana (*Hallyu*) - (IKW)» influye en la imagen conativa del país (CON).

Para cada modelo, las variables se construyeron como promedios de los ítems que integran cada constructo, todos previamente validados. Los análisis también incluyeron una revisión de posibles valores atípicos o problemas de colinealidad, sin encontrar evidencia que afectara la validez de las estimaciones.

Adicionalmente, se contrastó la hipótesis H3, que plantea una relación mediada entre el consumo cultural (IKW) y la imagen conativa del país (CON), a través de la identidad transnacional (IDN). Para ello, se aplicaron regresiones secuenciales siguiendo el procedimiento de Baron y Kenny (1986), evaluando: (1) el efecto directo de IKW sobre IDN (H1); (2) el efecto directo de IKW sobre CON (H2); (3) el efecto de IDN sobre CON, y (4) el modelo combinado con ambas variables predictoras. Dado el enfoque exploratorio del modelo de mediación y la limitación de recursos técnicos, el análisis fue implementado en R (para H1) y Excel (para H2 y H3), sin aplicación de técnicas de *bootstrapping*. El objetivo de esta prueba adicional fue identificar si la identidad transnacional funciona como mecanismo explicativo del vínculo entre consumo cultural y comportamiento conativo en estudiantes internacionales.

V. RESULTADOS

Se evaluó la fiabilidad interna de las escalas mediante el alfa de Cronbach, con valores entre .83 y .92, lo que indica una consistencia in-

terna adecuada (Tabla 3). Las medias oscilaron entre 4.65 y 5.48, sin evidencia de sesgos extremos.

La validez estructural se exploró mediante un análisis factorial exploratorio (EFA), confirmándose la unidimensionalidad de cada constructo y una adecuada varianza explicada. Los indicadores globales de KMO (.91) y la prueba de esfericidad de Bartlett (χ^2 = 1935.9, p < .001) confirmaron la idoneidad de los datos para este análisis.

Tabla 3

Descriptivos y fiabilidad de las escalas aplicadas

Escala	A	Media	DE	Sesgo	Curtosis	KMO
Consumo de Ola Coreana (*Hallyu*) (IKW)	.91	4.74	1.55	–0.92	0.28	.91
Identidad Transnacional (IDN)	.92	4.65	1.68	–0.82	–0.20	.93
Imagen conativa de país (CON)	.83	5.48	1.30	1.60	0.09	.88

Nota. KMO global = 0.91; prueba de Bartlett $\chi^2(78)$ = 1935.9, p < .001.

En cuanto a las relaciones entre variables, como se refleja en la Tabla 4, se observaron correlaciones altas entre el consumo de Ola Coreana (*Hallyu*) (IKW) y la identidad transnacional (IDN; r = .87, p < .001), así como correlaciones moderadas con la imagen conativa del país (CON; r = .32, p < .001).

Tabla 4

Matriz de correlaciones de Pearson entre constructos

	Consumo de Ola Coreana (*Hallyu*) (IKW)	Identidad Transnacional (IDN)	Imagen conativa de país (CON)
Consumo de Ola Coreana (*Hallyu*) (IKW)	—	.865***	.320***
Identidad Transnacional (IDN)		—	.353***
Imagen conativa de país (CON)			—

Las pruebas de hipótesis mediante regresión lineal simple respaldaron ambos modelos: el consumo de Ola Coreana (*Hallyu*) explicó un 75 % de la varianza en identidad (β = .86, p < .001), y un 10 % en imagen conativa (β = .32, p < .001). (Tabla 5)

Tabla 5

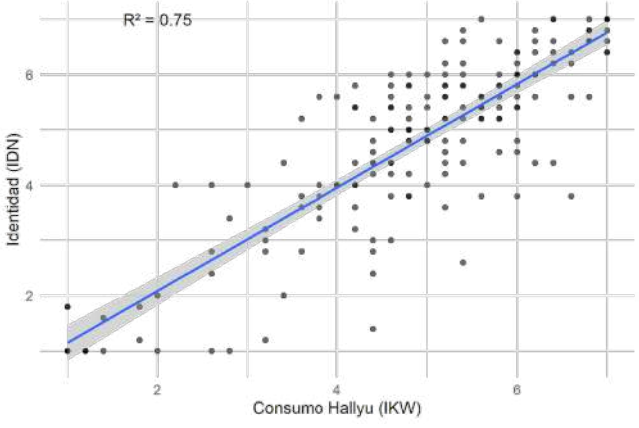
Resultados de las regresiones lineales simples

Dependiente	Predictor	β	B	EE	IC 95% B	t	p	R^2 aj.
Identidad Transnacional (IDN)	Consumo de Ola Coreana (*Hallyu*) (IKW)	.86	0.94	0.04	[0.86, 1.01]	23.62	<.001	.747
Imagen conativa de país (CON)	Consumo de Ola Coreana (*Hallyu*) (IKW)	.32	0.27	0.06	[0.15, 0.38]	4.62	<.001	.097

H1 quedó respaldada: el consumo de Ola Coreana (*Hallyu*) explica el 75 % de la varianza en identidad. H2 también se confirmó, aunque con un tamaño de efecto moderado y un 10 % de varianza explicada en imagen conativa. Las Figuras 3 y 4 ilustran estas relaciones.

Figura 3

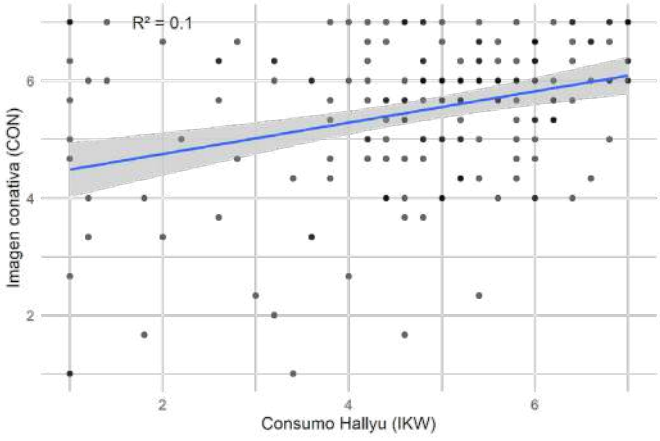
Relación entre el consumo de la Ola Coreana (IKW) y la Identidad Transnacional (IDN)



Nota: La figura muestra la recta de regresión lineal simple con intervalo de confianza al 95 %. Se observa un ajuste fuerte (R^2 = .75), lo que indica una relación positiva significativa entre el consumo cultural coreano y la construcción de identidad transnacional.

Figura 4

Relación entre el consumo de la Ola Coreana (IKW) y la imagen conativa de país (CON)



Nota: La figura presenta la regresión lineal simple con su intervalo de confianza al 95 %. El consumo cultural coreano muestra una asociación positiva, aunque más moderada, con las intenciones conductuales hacia Corea como destino académico (R^2 = .10).

V.I ANÁLISIS COMPLEMENTARIO: MODELO DE MEDIACIÓN DE LA IDENTIDAD TRANSNACIONAL

A partir de los resultados anteriores, se exploró la hipótesis H3, que propone que la relación entre el consumo de la Ola Coreana (IKW) y la imagen conativa del país (CON) está mediada por la identidad transnacional (IDN). El análisis, basado en regresiones secuenciales, arrojó los resultados que se presentan en la Tabla 6.

Tabla 6

Resultados del análisis de mediación (regresiones secuenciales)

Modelo	Relación	β	R^2	p	Interpretación
1	IKW → IDN	**.86**	**.75**	< .001	Fuerte y significativa (H1 confirmada)
2	IKW → CON	**.32**	**.10**	< .001	Significativa, efecto moderado (H2 confirmada)
3	IDN → CON	**.23**	**.125**	.027	Significativa, IDN influye en CON
4	IKW + IDN → CON	**IKW: .05 (ns) IDN: .23***	**.125**	.67 / .027	Mediación completa confirmada (H3)

Nota: ns = no significativa; * p < .05.

Los coeficientes α para H1 y H2 se retomaron directamente de las regresiones reportadas en la Tabla 5. Los valores de H3 provienen del modelo combinado, lo que demuestra que el efecto directo de IKW sobre CON desaparece al introducir la variable mediadora IDN, indicando una mediación completa.

Estos resultados respaldan la hipótesis H3 y permiten reinterpretar los hallazgos previamente obtenidos para H2. Aunque el consumo cultural coreano (IKW) mostró inicialmente un efecto directo moderado sobre la imagen conativa del país (CON), este efecto desaparece cuando se incorpora la identidad transnacional (IDN) como variable mediadora. Esto sugiere que el impacto del *Hallyu* sobre las intenciones conductuales de los estudiantes internacionales está condicionado por su grado de identificación simbólica con Corea del Sur. En conjunto, los resultados del modelo de mediación aportan una comprensión más matizada del papel del *soft power* cultural en los procesos de movilidad académica y diplomacia educativa.

VI. DISCUSIÓN

Los resultados de este estudio aportan evidencia empírica sobre el papel de la Ola Coreana (*Hallyu*) como mecanismo simbólico en los procesos de internacionalización educativa y formación identitaria entre estudiantes internacionales en Corea del Sur.

En primer lugar, la hipótesis H1 fue confirmada: se encontró una relación sólida entre el consumo de productos culturales coreanos (IKW) y el desarrollo de una identidad transnacional (IDN), con un coeficiente $\alpha = .86$ y un alto poder explicativo ($R^2 = .75$). Este hallazgo respalda la idea de que la exposición sostenida al *Hallyu* no solo genera afinidad cultural, sino que también promueve procesos de identificación simbólica con la sociedad coreana. Estudios previos han señalado que el consumo de K-dramas, K-pop y otras manifestaciones culturales facilita la apropiación subjetiva de valores, estilos de vida y referentes identitarios (Park *et al*., 2021; Kim, 2012; Marginson, 2014). Desde esta perspectiva, el *Hallyu* actúa como un puente narrativo y emocional entre los estudiantes y la cultura anfitriona, en línea con el planteamiento de Nye (1990) sobre el poder blando como estrategia de atracción.

En contraste, la hipótesis H2 no fue respaldada de manera contundente. Si bien la relación entre el consumo de *Hallyu* y la imagen conativa académica de Corea (CON) fue estadísticamente significativa ($\alpha = .32$; $p < .001$), su capacidad explicativa fue limitada ($R^2 = .10$). Esto sugiere que el impacto del *Hallyu* sobre la intención de recomendar o estudiar en Corea es modesto, posiblemente influido por factores externos como la percepción de calidad educativa, costos, idioma

o barreras institucionales. Además, es plausible que esta relación opere de forma indirecta o mediada –por ejemplo, a través de la identidad transnacional o la imagen afectiva del país– como proponen Lam & Ariffin (2019) y Yang *et al*. (2022).

Este resultado difiere de investigaciones que postulan una conexión directa entre el consumo cultural y la elección de Corea como destino académico (Jang & Choi, 2020; Kang, 2023), lo que subraya la necesidad de emplear modelos más complejos que integren variables mediadoras o moderadoras. Asimismo, invita a reconsiderar la capacidad del *Hallyu* como único factor de atracción, destacando la importancia de políticas públicas y estrategias institucionales que acompañen el interés cultural con una oferta educativa atractiva y accesible.

En conjunto, los hallazgos permiten replantear el rol del *Hallyu* no solo como una herramienta de marketing cultural, sino como un detonante identitario con implicaciones para la diplomacia educativa y la sostenibilidad de la internacionalización. La identidad transnacional emerge como un activo simbólico clave para la integración del estudiante internacional, mientras que la imagen conativa requiere intervenciones más estructurales para consolidar la decisión académica.

Complementando este hallazgo, el análisis de mediación reveló que la identidad transnacional (IDN) actúa como un canal fundamental a través del cual el consumo de la Ola Coreana (IKW) impacta en la imagen conativa académica de Corea del Sur (CON). El efecto directo de IKW sobre CON desapareció al incluir IDN como variable mediadora, lo que indica una mediación completa. Esto sugiere que la atracción cultural generada por el *Hallyu* no se traduce automáticamente en intención conductual positiva, sino que requiere un proceso de identificación simbólica con la cultura anfitriona. Este hallazgo coincide con planteamientos recientes que destacan el papel mediador de la identidad en la relación entre imagen cultural y comportamiento (Yang *et al*., 2022; Lam & Ariffin, 2019), y refuerza la necesidad de articular políticas de *soft power* con entornos educativos que favorezcan la apropiación simbólica, el arraigo identitario y la integración intercultural de los estudiantes internacionales.

VII. CONCLUSIONES

Este estudio examinó la relación entre el consumo de productos culturales coreanos (*Hallyu*), la construcción de una identidad transnacional y la imagen conativa de Corea del Sur como destino académico. A partir de un análisis cuantitativo realizado con estudiantes internacionales residentes en Corea, se encontró que el consumo cultural ejerce un impacto significativo en la identificación cultural y en el desarrollo

de un sentido de pertenencia híbrido, fortaleciendo procesos identitarios más allá de las fronteras nacionales. Este resultado refuerza la eficacia del *Hallyu* como un catalizador simbólico en contextos de movilidad educativa y como vehículo del *soft power* cultural.

En contraste, no se halló una asociación sustantiva entre el consumo de *Hallyu* y la imagen conativa del país, entendida como la intención de recomendar Corea del Sur como destino de estudios. Esta divergencia sugiere que, si bien el atractivo cultural puede motivar el interés inicial, no es suficiente por sí solo para consolidar una percepción favorable a largo plazo. La experiencia educativa real, influida por factores como la calidad institucional, las barreras lingüísticas, el grado de inclusión social y el cumplimiento de expectativas, parece desempeñar un rol más determinante en la construcción de dicha imagen.

En este sentido, los hallazgos indican que el *Hallyu*, aunque potente como estímulo inicial, requiere ser acompañado de políticas públicas coherentes y esfuerzos institucionales tangibles que garanticen experiencias académicas satisfactorias. Articular de forma integrada la diplomacia cultural con estrategias educativas resulta fundamental para transformar el interés simbólico en lealtad y promoción activa. Este estudio, por tanto, amplía la comprensión del *soft power* en el ámbito educativo y subraya que la atracción cultural debe sostenerse con condiciones estructurales que aseguren inclusión, bienestar y calidad académica para construir una imagen país sólida y duradera.

Además, el análisis complementario de mediación evidenció que la identidad transnacional cumple un papel central como mecanismo explicativo. El consumo cultural no impacta directamente en la intención de recomendar Corea del Sur como destino académico, sino que lo hace de manera indirecta, a través de la apropiación simbólica y la identificación cultural con el país anfitrión. Este hallazgo aporta una perspectiva más compleja sobre el funcionamiento del *soft power* en contextos educativos, al mostrar que la eficacia del *Hallyu* depende en gran medida de su capacidad para integrarse en procesos profundos de subjetivación. En consecuencia, las estrategias de diplomacia cultural deben estar acompañadas por entornos educativos que fomenten el arraigo identitario y la interacción significativa con la cultura local.

VIII. IMPLICACIONES PRÁCTICAS

Los resultados de este estudio ofrecen aportes relevantes para el diseño de estrategias de internacionalización en la educación superior. En particular, revelan que el consumo de productos culturales coreanos contribuye a la construcción de una identidad transnacional, y que esta identidad media significativamente la relación entre el interés cultural y la disposición a recomendar Corea del Sur como destino

educativo. Este hallazgo sugiere que las campañas de atracción estudiantil no deberían limitarse a promocionar elementos del *Hallyu* de forma superficial, sino integrarlos en estrategias que fomenten la identificación cultural profunda y experiencias inmersivas. Universidades e instituciones públicas podrían diseñar programas que conecten el interés por la cultura popular coreana con vivencias académicas significativas y espacios de interacción intercultural. Esto fortalecería el posicionamiento de Corea del Sur como un destino educativo con sentido de pertenencia, más allá del atractivo inicial. Asimismo, estos hallazgos ofrecen orientación para gestores de políticas educativas internacionales que buscan articular la diplomacia cultural con experiencias académicas transformadoras.

IX. LÍNEAS FUTURAS DE INVESTIGACIÓN

Futuros estudios podrían profundizar en modelos más complejos que incluyan variables mediadoras o moderadoras, como la percepción de calidad académica, el bienestar estudiantil o la autoeficacia intercultural, para entender con mayor precisión los mecanismos psicológicos y sociales que vinculan el consumo cultural con la elección de destino académico. En particular, sería relevante validar el modelo de mediación propuesto en este estudio en otros contextos educativos, o expandirlo hacia modelos de mediación múltiple que incluyan variables emocionales o institucionales. Además, aplicar diseños longitudinales permitiría observar cómo evoluciona la identidad transnacional y su efecto en la imagen del país a lo largo del tiempo, especialmente durante el proceso de adaptación e integración. Finalmente, replicar el estudio en otros países asiáticos con fuerte presencia cultural internacional (como Japón, China o Tailandia) permitiría contrastar la eficacia del *soft power* en distintos entornos regionales.

X. LIMITACIONES DEL ESTUDIO

Este estudio presenta algunas limitaciones metodológicas que deben considerarse al interpretar los resultados. En primer lugar, el análisis estadístico se basó en regresiones lineales simples y en una aproximación exploratoria al modelo de mediación propuesto, sin aplicación de *bootstrapping* ni validación estructural. Aunque se observó una mediación completa, los resultados deben interpretarse con cautela hasta que sean replicados con técnicas más robustas como modelos de ecuaciones estructurales o análisis de mediación con remuestreo. En segundo lugar, la muestra utilizada fue no probabilística y estuvo compuesta exclusivamente por estudiantes internacionales en Corea del Sur, lo que limita tanto la representatividad como la posibilidad de generalizar los hallazgos a otros contextos educativos. Ampliar la muestra a otras re-

giones o tipos de estudiantes (grado, posgrado, movilidad breve) podría fortalecer la robustez del análisis. Por último, aunque el estudio se centró en tres constructos clave –consumo cultural, identidad transnacional e imagen conativa–, es probable que existan otras variables relevantes que influyan en las decisiones de los estudiantes internacionales, como el nivel de apoyo institucional, la integración social o las oportunidades laborales percibidas. Incluir estos factores en futuros modelos permitiría una comprensión más integral del fenómeno.

BIBLIOGRAFÍA

Agapito, D., Valle, P. O. D., & Mendes, J. C. (2013). The cognitive-affective-conative model of destination image: A confirmatory analysis. *Journal of Travel & Tourism Marketing, 30*(5), 471–481.

Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology, 51*(6), 1173–1182.

Byun, K., & Kim, M. (2011). Shifting patterns of the government's policies for the internationalization of Korean higher education. *Journal of Studies in International Education, 15*(5), 467–486.

Collins, F. (2014). Globalising higher education in and through urban spaces: Higher education projects, international student mobilities and trans-local connections in Seoul. *Asia Pacific Viewpoint, 55*(2), 242–257.

Geun, L. (2009). South Korea's soft power and the Korean Wave. *Korean Social Science Journal, 36*(1), 109–126.

Holt, D. B. (2004). *How brands become icons: The principles of cultural branding*. Harvard Business School Press.

Jang, G., & Paik, W. K. (2012). Korean Wave as tool for Korea's new cultural diplomacy. *Advances in Applied Sociology, 2*(3), 196–202.

Jang, H., & Choi, Y. (2020). Influence of Hallyu on international students' decision to study in Korea. *Journal of Contemporary Eastern Asia, 19*(1), 27–41.

Jon, J.-E., & Kim, E. (2011). What it takes to internationalize higher education in Korea. *Asia Pacific Education Review, 12*, 387–397.

Kang, S. (2023). Using the gravity model to determine the impact of Hallyu on international students' decisions to attend South Korean universities. *Asia Pacific Journal of Education, 43*(1), 91–107.

Kim, J. J. (2019). Conceptualising global competence: Situating cosmopolitan student identities within internationalising South Korean universities. *Globalisation, Societies and Education, 17*(5), 622–637.

Kim, T. (2005). Internationalisation of higher education in South Korea: Reality, rhetoric, and disparity in academic culture and identities. *Australian Journal of Education, 49*(1), 89–103.

Kim, T. (2012). Transnational academic mobility, internationalization and interculturality in higher education. *Intercultural Education, 23*(5), 397–403.

Kim, Y., & Nye, J. S. (2021). Soft power and the Korean Wave: Hallyu as strategic communication. In Y. Kim (Ed.), *The Korean Wave: Evolution, fandom, and transnationality* (pp. 15–30). Routledge.

Kudaibergenov, M. (2023). "Because we all change, right?": A narrative inquiry of an international student's self-formation in South Korea. *International Journal of Educational Development, 96,* 102708.

Lam, J. M., & Ariffin, A. A. M. (2019). Do travel images affect international students' on-site academic value? New evidence from Malaysia's 'higher edutourism' destination. *Journal of Vacation Marketing, 25*(4), 499–514.

Lee, S. (2017). Korean higher education: Policies for foreign students and their implications. *KEDI Journal of Educational Policy, 14*(1), 3–22.

Manzuma-Ndaaba, N. M., Harada, Y., & Shamsudin, A. S. (2016). Cognitive, affective and conative loyalty in higher education marketing: Proposed model for emerging destinations. *International Review of Management and Marketing, 6*(4), 168–175.

Marginson, S. (2014). Student self-formation in international education. *Journal of Studies in International Education, 18*(1), 6–22.

Michael, N., James, R., & Michael, I. (2018). Australia's cognitive, affective and conative destination image: An Emirati tourist perspective. *Journal of Islamic Marketing, 9*(1), 36–59.

Nguyen, M. H. (2016). The Korean Wave and the appeal of studying in Korea: A study of Vietnamese students in Korean universities. *International Journal of Education, Culture and Society, 1*(2), 60–66.

Nye, J. S. (1990). Soft power. *Foreign Policy, 80,* 153–171.

Nye, J. S., & Kim, Y. (2019). Soft power and the Korean Wave. In Y. Kim (Ed.), *South Korean popular culture and North Korea* (pp. 15–26). Lexington Books.

OECD. (2025). *Education at a glance 2025: OECD indicators*. Organisation for Economic Co-operation and Development.

Oh, I. (2018). Hallyu and the global expansion of Korean popular culture. In Y. Kuwahara (Ed.), *The Korean Wave: Korean popular culture in global context* (pp. 11–26). Palgrave Macmillan.

Park, G., Lim, C., & Kim, Y. (2021). Influence of Korean Wave on country image and behavioral intentions of international students. *Journal of International and Area Studies, 28*(2), 47–64.

Park, J., Simon, M. J., & Kazimoto, P. M. (2021). Cultural influence and consumer identity: Exploring the impact of Hallyu among international students in Korea. *International Journal of Cultural Studies, 24*(3), 389–406.

Park, S. (2019). Analysis of international student policies in Korean higher education. *Journal of International Students, 9*(2), 567–586.

Park, S. C. (2019). Conflicts over knowledge transfer across the border: Korean international students and the conversion of cultural capital. *Global Networks, 19*(1), 101–118.

Rabbidge, M., & Banerjee, M. (2024). Positional identities of an international student in South Korea: Denied rights and neglected duties. *Journal of Language, Identity & Education, 23*(5), 613–626.

Takeda, A. (2020). Transnational mobility to South Korea among Japanese students: When popular culture meets international education. *Asian Anthropology, 19*(4), 273–290.

UNESCO Institute for Statistics. (2025). Inbound mobility rate. http://uis.unesco.org/

UNESCO Institute for Statistics. (n.d.). Internationally mobile students (in tertiary education). UNESCO. https://databrowser.uis.unesco.org/resources/glossary/3242

Yang, S., Isa, S. M., Yao, Y., Xia, J., & Liu, D. (2022). Cognitive image, affective image, cultural dimensions, and conative image: A new conceptual framework. *Frontiers in Psychology, 13,* 935814.

María del Valle Guerra

LA HIBRIDACIÓN CULTURAL DEL *K-POP* EN ARGENTINA

I. INTRODUCCIÓN

El *k-pop* (pop coreano) ha emergido en las últimas dos décadas como un fenómeno global capaz de trascender fronteras nacionales, lingüísticas y culturales, consolidándose como una fuerza cultural que influye no solo en la industria musical, sino también en las dinámicas sociales y culturales de diversas regiones del mundo. En Argentina, su expansión ha sido particularmente notable durante la última década, donde se manifiesta a través de festivales, comunidades digitales, clubes de *fans*, grupos de danza y canto, y múltiples expresiones culturales híbridas (García Canclini, 1990).

Este trabajo se propone analizar el *k-pop* desde una perspectiva sociológica y filosófica, con énfasis en el proceso de hibridación cultural que se produce en su apropiación y resignificación dentro del contexto argentino. El presente enfoque implica comprender cómo un fenómeno global que implica temporalidad en su círculo inmediato a la vez que puede ser integrado y transformado por las realidades locales, dando lugar a nuevas formas de identidad y sociabilidad.

Para ello, se plantean preguntas clave que guían esta investigación: ¿De qué manera los jóvenes argentinos se apropian del *k-pop*, resignificando sus elementos desde sus propias experiencias y contextos sociales? ¿Cuáles son las modalidades específicas de glocalización que se manifiestan en el consumo cultural de estas comunidades de *fans*?

¿Cómo influyen estas prácticas en la transformación de valores, vínculos y expresiones culturales cotidianas? Finalmente, ¿de qué modo el *k-pop* puede ser concebido como un espacio para la construcción identitaria que trasciende su origen surcoreano y dialoga con las particularidades locales? (Guerra, 2018).

Estas interrogantes se abordarán con el sustento teórico de autores como García Canclini (1990), Appadurai (1996), Hall (1997), Iwabuchi (2002), Byung-Chul Han (2014), Castoriadis (1987), Fernández (2015), Segura (2019), y la incorporación del análisis crítico de Guerra (2018), quien aporta una mirada profunda sobre los procesos de globalización cultural y apropiación en contextos juveniles. Asimismo, se identifica el análisis de campo como un proceso continuo de aprendizaje teniendo en cuenta el contexto y el relieve que cuantifica la dimensión de los verdaderos protagonistas: los *k-popers* argentinos.

II. MARCO TEÓRICO

Para comprender el fenómeno del *k-pop* en Argentina desde una perspectiva sociológica y filosófica, resulta fundamental apoyarse en conceptos clave como hibridación cultural, glocalización, identidad cultural y tradición ética, desarrollados por diversos autores.

García Canclini define la hibridación cultural como un proceso dinámico donde elementos culturales de distintos orígenes se mezclan y resignifican sin que se produzca una homogeneización. Según él, "la hibridación implica una mezcla que no homogeneiza, sino que crea nuevas identidades en tensión" (1990, p. 37). Este concepto permite entender cómo la cultura global, como el *k-pop*, puede integrarse en contextos locales generando expresiones culturales originales.

El concepto de glocalización, propuesto por Robertson, resulta asimismo clave para analizar la simultaneidad entre las influencias globales y las adaptaciones locales. El autor señala que "la glocalización se entiende como la simultánea influencia y negociación entre lo global y lo local" (1995, p. 173), lo cual resulta fundamental para examinar cómo los jóvenes argentinos incorporan el *k-pop* en sus prácticas culturales particulares.

Appadurai (1996) introduce la idea de "paisajes culturales" que destacan los flujos y movimientos complejos de la cultura en la era de la globalización. En este sentido, las identidades se construyen en la intersección de lo local y lo global. Viene a complementar este marco cuando se destaca que "las identidades son siempre procesos abiertos y en construcción, marcados por la diferencia cultural" (Hall, 1997, p. 25), un punto que enfatiza la dinámica y la flexibilidad de las identidades culturales juveniles.

En este marco, Guerra (2018) aporta que los jóvenes, a través de la apropiación cultural en contextos globalizados, actúan como agentes activos que generan espacios para la creatividad y la resistencia simbólica. Por tanto, no se vislumbra una perspectiva donde se presenta una resistencia a los cambios sino más bien, se homogeneiza y apropia la idea cultural extranjera a lo local.

Desde una perspectiva filosófica, el análisis se enriquece con las reflexiones de Byung-Chul Han (2014), quien describe la sociedad contemporánea como una sociedad del rendimiento y la sobreexposición informativa, lo que influye en las formas de consumo cultural y socialización juvenil. Además, Castoriadis aporta la noción de imaginación social, entendida como "el motor de la creación de nuevas formas de organización social y sentido" (1987, p. 89), lo que ayuda a explicar cómo los jóvenes construyen nuevas comunidades culturales en torno al *k-pop*.

En este contexto, resulta pertinente considerar también el trasfondo ético-filosófico confuciano presente en la cultura coreana. Como señala Yao (2001, 2003), el confucianismo ha moldeado profundamente las estructuras sociales, los valores comunitarios y las formas de expresión cultural en Asia Oriental, incluyendo Corea del Sur. Esta tradición enfatiza la armonía social, el respeto jerárquico y la responsabilidad colectiva, elementos que pueden rastrearse en las dinámicas de los grupos de *k-pop*, sus narrativas estéticas y la manera en que los *fans* se organizan en comunidades reguladas por normas tácitas de lealtad y reciprocidad.

Por otro lado, el trabajo de Oh & Lee (2013) permite vincular el desarrollo del *k-pop* con los cambios estructurales en la sociedad coreana posdesarrollista. Según los autores, el *k-pop* no solo representa una industria cultural globalizada, sino también una fuerza que redefine las relaciones entre mercado, identidad nacional y juventud. La expansión del *k-pop* hacia mercados internacionales refleja no solo una estrategia económica, sino también una forma de *soft power* cultural que proyecta valores, estilos y comportamientos que impactan en los modos de subjetivación juvenil fuera de Corea, como es el caso en Argentina.

Finalmente, los trabajos de Fernández (2015) y Segura (2019) complementan esta visión desde la filosofía de la cultura y la identidad, ofreciendo herramientas para entender cómo la cultura popular y juvenil reconfigura las categorías tradicionales de pertenencia y expresión social.

III. APROPIACIÓN DEL K-POP EN ARGENTINA: PRÁCTICAS Y RESIGNIFICACIONES

El fenómeno del *k-pop* en Argentina no puede entenderse únicamente como una importación pasiva de un producto cultural extranjero,

sino como un proceso activo de apropiación, resignificación e innovación simbólica, realizado principalmente por jóvenes *fans* –conocidos como *k-popers*–. Estos grupos no solo consumen la música, sino que también participan de un abanico de prácticas culturales que incluyen la formación de clubes de *fans*, la organización de eventos temáticos, la producción de contenidos en redes sociales, y la práctica de danza y canto inspirados en grupos surcoreanos (Guerra, 2024). Estas prácticas no son meras imitaciones, sino resignificaciones situadas en contextos locales, que revelan una forma de agencia cultural juvenil.

Esta apropiación activa se inscribe en una lógica transnacional que, como señalan Oh y Lee (2013), caracteriza a la propia industria del *k-pop*, la cual "incorpora activamente a sus audiencias extranjeras no solo como consumidoras, sino también como productoras simbólicas" (p. 106). En este marco, la recepción del *k-pop* en Argentina debe leerse en términos de hibridación (García Canclini, 1990) y glocalización (Robertson, 1995): el producto global se adapta a través de códigos locales, y el resultado es una práctica cultural híbrida que reconfigura significados, afectos y estéticas.

Guerra (2024) entiende que la apropiación cultural en los grupos de jóvenes se refuerza en contenidos locales a partir de movimientos de consumos activos de contenidos globales. En el caso argentino, esto implica una reinterpretación del *k-pop* atravesada por experiencias sociales, económicas y culturales propias, dotando al fenómeno de rasgos distintivos. En este proceso, valores como la disciplina, la dedicación al trabajo artístico, el respeto por el grupo y la aspiración a la excelencia –todos ellos centrales en la industria del *k-pop*– son reconfigurados desde coordenadas locales, operando como elementos de formación identitaria y comunitaria.

Appadurai (1996) aporta que "la cultura global puede ser reinterpretada desde lo local para construir identidades híbridas" (p. 53), lo cual se evidencia en el modo en que los *fans* argentinos integran valores y estéticas coreanas en sus propias prácticas cotidianas. Entre estos valores, algunos provienen de una matriz ética confuciana que subyace en la cultura coreana y que, como sostiene Yao (2001), promueve principios como la armonía colectiva, el respeto jerárquico, la autorregulación y la centralidad de los vínculos familiares y comunitarios. Estos principios, aunque descontextualizados, son resignificados por los *k-popers* en formas de organización grupal, códigos de comportamiento y formas de lealtad simbólica.

En esta línea, Yao (2003) subraya que el confucianismo, lejos de ser una doctrina estrictamente moral o religiosa, funciona como una estructura ética que regula lo social, y que se expresa también en productos culturales. La manera en que los *fans* argentinos asumen,

traducen y negocian ciertos comportamientos –como la dedicación a los ensayos, el trabajo colectivo, la jerarquía simbólica dentro de los *fandoms* o el respeto por los ídolos– puede leerse como una forma de apropiación ética-estética que remite a esta matriz confuciana, aun cuando se resignifique en el cruce con valores locales, como la horizontalidad, la espontaneidad o la politicidad del cuerpo.

Desde una perspectiva estructural, Oh y Lee (2013) explican que el *k-pop* ha adoptado una "estrategia posdesarrollista que combina valores tradicionales coreanos con una estética cosmopolita dirigida al mercado global" (p. 111), lo que facilita su traducción intercultural. Este carácter híbrido del *k-pop*, que oscila entre lo tradicional y lo moderno, entre lo local y lo global, abre un espacio de negociación simbólica donde los *fans* no solo adaptan formas, sino que también producen sentidos, afectos e identidades.

La circulación de estas expresiones híbridas se ve potenciada por las plataformas digitales como YouTube, TikTok o Instagram, que permiten visibilizar las prácticas locales, conectar con otras comunidades transnacionales y crear nuevas formas de pertenencia. Como indica Fernández (2015), esta visibilidad potencia una identidad cultural juvenil que se construye entre lo local y lo global, articulando lo performativo con lo afectivo. A su vez, Oh & Lee señalan que estas redes no solo amplifican el alcance del *k-pop*, sino que también "crean un espacio de interacción transnacional en el que los *fans* participan en la creación de significados y legitiman sus propias versiones del *k-pop*" (2013, p. 117).

En suma, la apropiación del *k-pop* en Argentina constituye un claro ejemplo de cómo la globalización cultural no implica una recepción pasiva, sino una participación activa, situada y creativa. Este proceso resignifica no solo prácticas estéticas y performativas, sino también valores y éticas implícitas, que, al traducirse en nuevos marcos locales, contribuyen a la configuración de subjetividades juveniles, identidades híbridas y comunidades afectivas.

IV. FORMAS DE GLOCALIZACIÓN Y CONSTRUCCIÓN IDENTITARIA

El fenómeno del *k-pop* en Argentina puede analizarse a través del concepto de glocalización, que describe la interacción simultánea y dialéctica entre las dimensiones globales y locales de la cultura. Roland Robertson (1995) define la glocalización como "la simultánea influencia y negociación entre lo global y lo local" (p. 173), un marco teórico especialmente útil para entender cómo los jóvenes argentinos integran elementos globales del *k-pop* en sus contextos particulares, produciendo nuevas formas de pertenencia y expresión.

En este proceso, la construcción identitaria no es un acto de simple adopción, sino un proceso complejo y dinámico. Como señala Stuart Hall, "la identidad cultural es un «producto en proceso», moldeado por flujos culturales globales y experiencias locales" (1997, p. 35). Así, los jóvenes *k-popers* argentinos no solo reproducen los códigos culturales surcoreanos, sino que los resignifican a partir de sus propias vivencias, creencias y estructuras sociales, creando identidades híbridas que combinan elementos coreanos y argentinos.

Guerra (2018) enfatiza que estos procesos de apropiación cultural generan espacios donde los jóvenes pueden negociar y construir sentidos colectivos, entendiendo a la identidad cultural como un proceso creativo que se encuentra en constante cambio adquiriendo un rol central que se reafirma en las inquietudes de los más jóvenes en particular. Esto implica que la glocalización no es un proceso unidireccional, sino un diálogo activo entre la cultura global y las particularidades locales.

Además, esta construcción identitaria híbrida se manifiesta en diversas prácticas culturales cotidianas, como la participación en eventos, la creación de contenidos digitales, y la adopción de valores y normas inspirados en el *k-pop*, los cuales dialogan con las tradiciones argentinas, fortaleciendo vínculos comunitarios y generando un sentido de pertenencia renovado (Fernández, 2015). En este sentido, los valores que estructuran la industria del *k-pop* –como la disciplina, el respeto por la jerarquía, el esfuerzo colectivo y la armonía grupal– se articulan con principios éticos del confucianismo que, según Low, "promueven la cohesión social, la autorregulación moral y un sentido de deber hacia los otros" (2013, p. 406). Estos valores, al ser apropiados por jóvenes argentinos, no solo son adaptados, sino también reinterpretados en clave local.

La influencia de valores confucianos en el *k-pop* facilita su glocalización, ya que ofrece un marco ético que puede ser resignificado por audiencias extranjeras. Low sostiene que "la ética confuciana, al centrarse en la familia, la educación y la lealtad, puede ser compatible con valores no occidentales y funcionar como un punto de identificación para públicos diversos" (2013, p. 409). Así, los *k-pop*ers en Argentina no solo reproducen una estética, sino que también dialogan con un sistema de valores que refuerza el sentido de comunidad, compromiso y respeto mutuo en sus propias prácticas sociales.

En suma, la glocalización del *k-pop* en Argentina demuestra cómo las identidades culturales juveniles son el resultado de procesos de negociación entre lo global y lo local, configurando nuevas formas de expresión y sociabilidad que enriquecen el entramado social y cultural del país.

Asimismo, la pregunta acerca de cuáles son las formas específicas de glocalización en el consumo *k-pop* se responde observando la manera en que las comunidades de *fans* organizan grupos de danza, eventos temáticos y producción audiovisual en redes sociales, construyendo así espacios colectivos de socialización y aprendizaje. En concordancia con García Canclini (1990) y Robertson (1995), esta apropiación cultural no es lineal, sino una reelaboración constante que genera nuevas expresiones identitarias y culturales, destacando el rol activo de las audiencias.

Finalmente, la indagación sobre la transformación de valores y vínculos sociales a partir de la hibridación del *k-pop* revela que esta práctica cultural propicia una renovación en las formas de sociabilidad juvenil. A partir de la perspectiva de Guerra, se observa cómo estos procesos pueden convertirse en una estrategia de resistencia simbólica frente a modelos culturales hegemónicos y un modo de construir pertenencia en un mundo globalizado y fragmentado. Así, el *k-pop* emerge no solo como entretenimiento, sino como una herramienta para la construcción comunitaria y la reflexión crítica sobre la identidad local en diálogo con lo global. En este marco, como plantea Low, las tradiciones éticas asiáticas pueden ofrecer una alternativa a los modelos individualistas dominantes, promoviendo prácticas culturales que fortalecen la comunidad y la responsabilidad social (2013, p. 410).

V. JÓVENES Y TECNOLOGÍA: GLOCALIZACIÓN, APROPIACIÓN CULTURAL Y ÉTICA CONFUCIANA

El fenómeno del *k-pop* en Argentina debe entenderse desde una perspectiva que integre la interacción compleja entre las dimensiones globales y locales de la cultura, particularmente en el contexto de las prácticas juveniles mediadas por tecnologías digitales. La glocalización, concepto fundamental para este análisis, es definida por Robertson como "la simultánea influencia y negociación entre lo global y lo local" (1995, p. 173). Este marco teórico resulta clave para comprender cómo los jóvenes argentinos no solo consumen el *k-pop* como un producto cultural global, sino que lo incorporan activamente en sus contextos particulares, generando así nuevas formas de pertenencia, expresión y sociabilidad.

La tecnología juega un papel crucial en este proceso. Plataformas digitales como YouTube, TikTok, Instagram y X permiten la circulación rápida y masiva de contenidos relacionados con el *k-pop*, facilitando la construcción de comunidades transnacionales de *fans*. Según Oh & Lee, la industria del *k-pop* ha desarrollado un modelo transnacional que no solo produce música para audiencias globales, sino que

también "incorpora activamente a sus audiencias extranjeras no solo como consumidoras, sino también como productoras simbólicas" (2013, p. 106). Así, los jóvenes argentinos no son meros receptores pasivos, sino agentes activos que resignifican los contenidos, adaptándolos a sus propias realidades y necesidades sociales.

Segura aporta una mirada local específica sobre estas comunidades *k-pop* en Argentina, resaltando cómo los jóvenes *fans* utilizan las redes sociales no solo para consumir, sino también para crear y compartir contenidos, establecer vínculos afectivos y políticos, y construir una identidad colectiva en constante negociación. Según Segura, "la mediación tecnológica es fundamental para que los jóvenes puedan tejer redes de sociabilidad que cruzan fronteras geográficas y culturales, configurando un espacio híbrido donde lo global y lo local convergen" (2021, p. 58). Este análisis subraya la importancia de las plataformas digitales como espacios donde las identidades juveniles se co-construyen y se ponen en diálogo con prácticas culturales tanto locales como globales.

En este sentido, la construcción identitaria de los *k-popers* argentinos es un proceso dinámico y multifacético. Hall sostiene que "la identidad cultural es un «producto en proceso», moldeado tanto por flujos culturales globales como por experiencias y condiciones locales" (1997, p. 35). Esta definición ayuda a explicar cómo los jóvenes combinan elementos culturales surcoreanos con sus propias vivencias, creencias y contextos sociales, generando identidades híbridas que reflejan tanto la influencia global como la especificidad local. García Canclini (1990) y Appadurai (1996) también enfatizan la naturaleza no lineal de estos procesos, destacando la creatividad y agencia de las audiencias en la producción cultural.

Un aspecto particularmente relevante para comprender este fenómeno es la dimensión ética y filosófica, en especial la influencia del confucianismo, que subyace en la cultura coreana y permea la industria del *k-pop*. Yao (2001) define el confucianismo como un sistema de pensamiento ético centrado en la armonía social, la jerarquía, el respeto filial, la autorregulación moral y el cultivo de la virtud en las relaciones interpersonales, valores que favorecen la cohesión social basada en la reciprocidad y el compromiso comunitario. En su enciclopedia, Yao amplía esta visión al destacar que el confucianismo no es un conjunto rígido de normas, sino un sistema flexible y adaptable que influye en las emociones, comportamientos y expectativas sociales, especialmente en la importancia de la educación, la familia y la responsabilidad hacia el otro (2003, p. 52).

Estos valores éticos están presentes en la dinámica interna de la industria del *k-pop*, la cual promueve la disciplina, el esfuerzo colectivo y la armonía grupal. Low argumenta que "la ética confuciana,

al centrarse en la familia, la educación y la lealtad, puede funcionar como un punto de identificación para públicos diversos, incluso fuera de Asia" (2013, p. 409). En Argentina, los jóvenes *k-pop*ers no solo adoptan la estética coreana, sino que también resignifican estos principios confucianos dentro de sus propios marcos culturales y sociales, integrándolos con normas y valores locales que refuerzan un sentido de comunidad, compromiso y responsabilidad compartida.

La glocalización, en este contexto, se manifiesta en prácticas cotidianas y colectivas, como la organización de grupos de baile, eventos temáticos, producciones audiovisuales en redes sociales y espacios de socialización digital. Fernández destaca que estas actividades "contribuyen a la formación de identidades culturales específicas que combinan lo local y lo global, generando vínculos comunitarios y nuevas formas de pertenencia" (2015, p. 102). De este modo, los espacios digitales se convierten en plataformas donde las comunidades *k-pop* argentinas negocian significados, construyen identidad y crean redes de apoyo emocional y social.

Este proceso desafía las visiones tradicionales de la globalización como homogeneización cultural. Guerra (2024) permitiendo una apropiación juvenil en la creación cultural que se manifiesta en movimientos claramente palpables en los eventos que se desarrollan a lo largo y a lo ancho de todo el país. En la Argentina contemporánea, donde la juventud enfrenta múltiples desafíos sociales y económicos, el *k-pop* se transforma en una herramienta para la creación de sentido, sociabilidad y resistencia cultural, articulando valores locales con influencias globales y éticas confucianas.

Finalmente, la articulación de estos valores y prácticas permite comprender la relevancia del *k-pop* como fenómeno cultural y social en Argentina. No se trata simplemente de un consumo pasivo de contenidos extranjeros, sino de la construcción activa de una comunidad ética y cultural que dialoga con tradiciones filosóficas profundas y contextos locales particulares. Así, la glocalización del *k-pop* ejemplifica cómo la cultura global se traduce y resignifica en la construcción identitaria juvenil en contextos periféricos, enriqueciendo el tejido social y cultural con nuevas formas de sentido, pertenencia y sociabilidad, mediadas por tecnologías digitales que amplifican estas dinámicas.

VI. TRANSFORMACIONES SOCIOCULTURALES Y COMUNITARIAS

La apropiación y resignificación del *k-pop* en Argentina no solo generan nuevas identidades culturales, sino que también producen transformaciones significativas en las prácticas sociales y en los valores que orientan la vida cotidiana de sus adherentes. La participación activa

en comunidades de *fans*, la organización de eventos temáticos, y la práctica artística basada en el *k-pop* contribuyen a la creación de espacios alternativos de sociabilidad y pertenencia que articulan tanto influencias globales como contextos locales, en un claro proceso de glocalización (Robertson, 1995).

En este sentido, la construcción de estas comunidades se inscribe en un marco más amplio de apropiación cultural juvenil, que implica no solo la recepción pasiva, sino una participación activa que resignifica contenidos globales a partir de realidades sociales concretas (Guerra, 2017). Los *k-popers* argentinos no reproducen simplemente las expresiones culturales surcoreanas, sino que las reinterpretan y adaptan, generando prácticas innovadoras que incluyen la creación de espacios digitales, la organización de grupos de baile y canto, y la producción audiovisual en redes sociales, todo ello contribuyendo a la consolidación de una identidad híbrida que combina elementos coreanos y argentinos (Fernández, 2015).

Desde una perspectiva filosófica, el marco ético del confucianismo juega un papel fundamental en esta resignificación. Los valores confucianos –como el respeto por la familia, la disciplina, la jerarquía moral y el compromiso comunitario–, presentes en la cultura coreana y la industria del *k-pop*, son apropiados y reelaborados en los contextos locales argentinos, facilitando la creación de comunidades cohesionadas que promueven la responsabilidad social y el sentido de deber hacia los otros (Yao, 2001; Low, 2013). Como señala Yao, "el confucianismo enfatiza la importancia de «ren», o humanidad benevolente, que se expresa en la armonía social y el cultivo del respeto mutuo dentro de la familia y la comunidad" (2001, p. 45), principios que se reflejan en la disciplina, el esfuerzo colectivo y la solidaridad que caracterizan a los grupos de *fans*. Así, la ética confuciana no solo legitima las dinámicas grupales dentro de estas comunidades, sino que también articula un marco de sentido que dialoga con las tradiciones culturales argentinas, enriqueciendo las formas de sociabilidad juvenil (Yao, 2003).

Desde la teoría crítica contemporánea, Byung-Chul Han subraya que la sociedad actual se encuentra marcada por la hiperexposición, la sobreinformación y el imperativo del rendimiento, condiciones que afectan profundamente la subjetividad juvenil y sus formas de consumo cultural. En este contexto, el *k-pop* funciona como un refugio simbólico y un espacio de resistencia contra las presiones del neoliberalismo: "La participación en comunidades culturales alternativas puede ser una forma de resistencia frente a la saturación y el rendimiento impuesto por la sociedad neoliberal" (Han, 2014, p. 61). De este modo, los jóvenes argentinos encuentran en el *k-pop* un espacio

para articular valores como el respeto, la solidaridad y la disciplina, que son resignificados en sus prácticas cotidianas.

La imaginación social, tal como la plantea Castoriadis, permite entender la creatividad y la innovación presentes en estas comunidades. La imaginación social es "el motor de la creación de nuevas formas de organización social y sentido" (1987, p. 89), lo cual se evidencia en cómo los *k-popers* argentinos recrean prácticas culturales que trascienden la simple réplica y se convierten en expresiones originales que reflejan sus propias experiencias sociales y culturales.

Guerra (2018) destaca que estas transformaciones implican una renegociación y reconversión de valores tradicionales, en un marco híbrido que permite a los jóvenes negociar sentido y construir proyectos de vida con implicancias sociales y culturales concretas. Esta reconversión incluye valores como la importancia de la familia, la educación, la formación personal y el esfuerzo colectivo, valores que, además, son fundamentales en el confucianismo y que, a su vez, se encuentran integrados en la industria del *k-pop* (Low, 2013).

Estas transformaciones socioculturales impactan también en la visibilidad y el reconocimiento social de las comunidades *k-pop* en Argentina, las cuales se consolidan como espacios de creatividad, participación y expresión cultural. Esto contribuye a una mayor pluralidad cultural y a la diversificación del entramado social juvenil, favoreciendo la construcción de nuevas formas de identidad y pertenencia (Segura, 2019). Así, el *k-pop* no solo es un producto cultural globalizado, sino una plataforma para la formación de comunidades éticas y culturales que combinan influencias globales con raíces locales, enriqueciendo el paisaje sociocultural argentino y ofreciendo alternativas a modelos culturales hegemónicos.

En definitiva, la experiencia de los *k-popers* argentinos ejemplifica cómo la glocalización, la apropiación cultural y la ética confuciana se entrelazan para generar procesos comunitarios y socioculturales complejos, dinámicos y significativos, que no solo reconfiguran identidades juveniles, sino que también abren caminos para nuevas formas de sociabilidad, resistencia y sentido en la contemporaneidad.

VII. CONCLUSIONES

El análisis de la hibridación cultural del *k-pop* en Argentina revela que este fenómeno no es simplemente una moda pasajera ni una importación cultural homogénea, sino un espacio complejo y dinámico donde se articulan lo global y lo local. La apropiación activa realizada por los jóvenes argentinos a través de comunidades de *fans*, prácticas artísticas y uso intensivo de tecnologías digitales da lugar a nuevas formas identitarias híbridas que resignifican el fenómeno desde sus propias experiencias y realidades sociales (Guerra, 2018).

La glocalización se manifiesta como un proceso fundamental para entender esta resignificación, ya que los *k-popers* argentinos combinan elementos de la cultura surcoreana con sus valores y normas locales, generando expresiones culturales originales y comunidades solidarias. Además, estas prácticas provocan transformaciones socioculturales importantes, con una reconversión de valores tradicionales, fortalecimiento de vínculos comunitarios y generación de espacios alternativos de sociabilidad que funcionan como formas de resistencia simbólica en la sociedad contemporánea (Han, 2014; Castoriadis, 1987). En este sentido, los valores confucianos incorporados en el *k-pop* –como la armonía grupal, la lealtad y el respeto mutuo– pueden actuar como catalizadores de estos cambios, ya que, como sostiene Low, "el confucianismo enfatiza la cohesión social, el deber hacia la comunidad y la estabilidad relacional como principios rectores de la vida colectiva" (2013, p. 408), ofreciendo un marco ético que los jóvenes reinterpretan desde sus propias realidades.

En suma, el *k-pop* en Argentina ejemplifica la capacidad de las culturas híbridas para renovar valores y fortalecer comunidades juveniles en contextos globalizados, destacando el papel activo de los jóvenes en la creación de sentido y la producción cultural. Este fenómeno invita a repensar las categorías tradicionales de cultura, identidad y pertenencia, promoviendo una visión más dinámica y plural de la cultura contemporánea.

BIBLIOGRAFÍA

Appadurai, A. (1996). *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*. University of Minnesota Press.

Castoriadis, C. (1987). *The imaginary institution of society*. MIT Press.

Fernández, P. (2015). La cultura popular y las identidades juveniles: Nuevas formas de expresión y pertenencia. *Revista de Estudios Culturales, 12*(2), 45–60.

García Canclini, N. (1990). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Gedisa.

Guerra, M. (2018). El legado de Confucio en Latinoamérica. En X. Shicheng & E. Oviedo (Eds.), *Foro internacional sobre confucianismo* (pp. 277–288). Edicions Bellaterra.

Guerra, M. (2019). El impacto de la música pop de Corea. En L. D. Bolinaga, M. Serra, & C. Galloso (Comps.), *Paralelo 38 en el siglo XXI* (pp. 385–397). Teseo.

Guerra, M. (2022). El impacto de la música pop de Asia Oriental en América Latina: Estudio de caso de Mayday (Taiwan-China) y

Super Junior (Corea del Sur) en Argentina. Tesis doctoral. Recuperado de https://produccioncientifica.ucm.es/documentos/66a293d393f52a429609e927

Guerra, M. (2024). K-popers argentinos, un vínculo que hace bien (pp. 420–439). *Corea y Argentina frente a los nuevos desafíos en el contexto global post-pandemia*. UNT, Tucumán, Argentina.

Guerra, M., & Fernández, P. (2017). When Hallyu meets Argentina's open TV: Perceptions, awareness, and behavior change of Hallyu fans in the aftermath of K-drama viewing. *Korean Regional Sociology, 18*(2), 57–81. Recuperado de http://bit.ly/2DewkeQ

Hall, S. (1997). The question of cultural identity. En S. Hall, D. Held, & T. McGrew (Eds.), *Modernity and its futures* (pp. 273–316). Polity Press.

Han, B. C. (2014). *La sociedad del cansancio*. Herder Editorial.

Iwabuchi, K. (2002). *Recentering globalization: Popular culture and Japanese transnationalism*. Duke University Press.

Iadevito, P. (2016). Industrias culturales coreanas en Buenos Aires: Un acercamiento desde la perspectiva del consumo. *PORTES, Revista Mexicana de Estudios sobre la Cuenca del Pacífico, 10*(20), 157–180.

I Ching. (1979). R. Wilhelm (Trans.), *I Ching*. Princeton University Press.

Low, K. C. P. (2013). Materialism, Confucianism and Confucian values. *Educational Research, 4*(5), 403–412. Recuperado de http://www.interesjournals.org/full-articles/materialism-confucianism-and-confucian-values.pdf?view=inline

Oh, I., & Lee, H. (2013). K-pop in Korea: How the pop music industry is changing a post-developmental society. *Cross-Currents: East Asian History and Culture Review E-Journal, (9)*, 105–124. Recuperado de http://cross-currents.berkeley.edu/e-journal/issue-9

Robertson, R. (1995). Glocalization: Time-space and homogeneity-heterogeneity. En M. Featherstone, S. Lash, & R. Robertson (Eds.), *Global modernities* (pp. 25–44). Sage.

Segura, J. (2019). *Juventud, tecnología y cultura popular en la era digital*. Editorial Antropológica.

Yao, X. (2001). *An introduction to Confucianism*. Cambridge University Press.

Yao, X. (Ed.). (2003). Confucianism. En E. Craig (Ed.), *Routledge encyclopedia of philosophy* (Vol. 2, pp. 50–55). Routledge.

Solange Ernestina Gómez

LA GENERACIÓN BISAGRA COMO INTÉRPRETES INTERCULTURALES CONTEXTUALES ENTRE COREA Y ARGENTINA. UN ANÁLISIS DE LA COEXISTENCIA CULTURAL DIALÓGICA PACÍFICA

I. INTRODUCCIÓN

Esta investigación pretende ser una aproximación a los estudios sobre la vida de la diáspora coreana en la sociedad argentina, su pasado, presente y futuro en momentos históricos en ambos países.

Para tal empresa se realizaron, al cabo de más de ocho meses, entrevistas a miembros de la comunidad coreana que efectúan interpretación intercultural. De esta forma, la indagación se aproxima a la gran labor de intermediación que los entrevistados realizan entre ambas culturas –la argentina y la coreana–. Experiencia por la cual incrementan su sensibilidad crítica y adaptabilidad para transitar la vida en común en esos dos planos, y asumir la responsabilidad de mantener la unión de estos dos ambientes culturales de manera dialógica y de coexistencia pacífica.

A su vez, del otro lado constitutivo, se realizaron entrevistas a quienes han visto el último documental de Cecilia Kang *Partió de mí un barco llevándome*[1]. A un total de 42 personas se les preguntó sobre el *film*, sus conocimientos sobre Corea y la diáspora en Argentina, sobre la escritora Han Kang y el cineasta Im Heung Soon.

1 Documental que sigue a una joven actriz que descubre el padecimiento de las mujeres sin confort por las fuerzas de ocupación niponas durante la Segunda Guerra Mundial.

A continuación, se expone el propósito de esta investigación, se plantea la hipótesis de trabajo y se presenta la información relevante al respecto. Seguidamente, se describen los casos de estudio seleccionados y se analiza el concepto y el rol del traductor desde la perspectiva de Umberto Eco y Sun Me Yoon. Para profundizar en el análisis, se incorporan los aportes de Han Byung Chul, relativos a la crisis de la narración, la confianza y la narración como cura; de Fernando Ulloa, sobre el miramiento y la ternura para evitar el dispositivo de la crueldad; y de la Dra. Wonjung Min, en relación con el chinoismo como término peyorativo, el enroque simbólico interpretativo y la tutela interpretativa.

El análisis de los casos, junto con el diálogo entre los conceptos, se complementa con las obras de la autora y de cineastas que contextualizan la investigación. Finalmente, se presentan las conclusiones y los lineamientos que orientarán futuras investigaciones.

La hipótesis de trabajo que guía este estudio plantea que, cuando surge la necesidad de interpretación intercultural, algún miembro de la familia o de la diáspora asume dicho rol, ya sea por mandato cultural, social o familiar.[2]

Por tanto, se adelantan situaciones discriminatorias inherentes al choque cultural –chinoismo, descrito por la Dra. Min–, hasta la actual aceptación positiva del ser coreano.

Desde la visión argentina, se pasa de un total desconocimiento por Corea –confundirlos con chinos, por ejemplo– hasta el *boom* de la diplomacia cultural coreana y su *soft power*, que visibiliza su cultura y rica historia. A su vez, en la diáspora –desde la década de los ochenta hasta nuestros días– se da el querer aprender el idioma meta, mientras otros niegan el de sus ancestros, hasta estudiar sobre sus raíces y convertirse en intérpretes, traductores, actrices o cineastas, como es el caso de Cecilia Kang y Melanie Chong o los casos mencionados –A y B que a continuación se detallan–.

Gracias a estos intérpretes interculturales contextuales, este trabajo reflexiona sobre su rol de mediadores en ambas orillas y los puntos de contacto de la diáspora coreana en Argentina con la cultura

2 Cabe recordar que la correlación no implica causalidad. Para dar por válida dicha hipótesis se recurrirá a un análisis más detallado en investigaciones posteriores. En cuanto al factor externo está dado por la necesidad de contacto con integrantes o institución perteneciente a la cultura que contiene a los miembros de la diáspora coreana –en este caso– que incrementa la probabilidad de familiares o miembros de la diáspora a funcionar como agentes dialógicos interpretativos interculturales y contextuales para evitar interpretaciones erróneas.

que los cobija en una relación de superación de obstáculos y conexión intercultural a 60 años de migración coreana en Argentina.

II. OBRAS DE HAN KANG, IM HEUNG SOON Y DE CECILIA KANG COMO PARTE DE LA HIPÓTESIS

Esta investigación se basa en las obras de dichos autores para edificar la hipótesis del trabajo como dadores de contexto desde donde parten las experiencias de vida de quienes fueron entrevistados –pertenecientes a la diáspora coreana–. Es la técnica solapada de enfrentarse a un discurso, narrarlo, que hacen simultáneamente aquellos que realizan y toman para sí el rol de intérpretes interculturales. Para dar contexto interpretativo del rol del traductor también se tienen en cuenta las reflexiones de Sun Me Yoon[3], como las de Umberto Eco en esa materia. Es esa la razón dialógica de esa autora con su traductora e intérprete, junto con los cineastas elegidos que median y dan contexto al modo de trabajo y presencias en las ausencias.

En cuanto a los entrevistados por el *docufilm* de Cecilia Kang, se especificó que no tuvieran relación estrecha con formadores de intérpretes interculturales como son las instituciones culturales, de idiomas y educativas, ni editoriales con o sin financiación y/o subvención por algún estamento del gobierno de Corea del Sur –como el Instituto de Traducción Literaria de Corea (LIT) o alguna ONG coreana ni de la diáspora–. Es decir, las entrevistas en esta fase investigativa son sólo a aquellos que poseen pertenencia a la diáspora coreana y ejercen la realización de tareas interpretativas.

Por otra parte, se adelanta que el caso A da muestra de una hipersensibilidad para la interpretación intercultural, pues ahora realiza interpretación simultánea a un familiar que migró a sus 20 años a Argentina, cuyo nivel de español rioplatense es bueno, pero que carece de la sensibilidad interpretativa de las acepciones, modismos y léxicos utilizados por otros migrantes provenientes de América Latina y el Caribe –LAC a partir de ahora– en función de médicos, por ejemplo.

Esa es la razón por la cual de los doce casos se presentan en esta investigación sólo dos. Por las similitudes en la necesidad de interpretación y nivel de acompañamiento requerido por personas cuya situación societal de vinculación directa en la dinámica de las relaciones interpersonales los hace vulnerables a la hora de ejercer sus derechos humanos y a una buena comprensión en la esfera pública.

3 Intérprete y traductora de Han Kang en español.

II.I DIÁLOGO ENTRE LAS OBRAS DE HAN KANG, LOS FILMES DE CECILIA KANG E IM HEUNG SOON

De los cuarenta y dos entrevistados al finalizar la película de Cecilia Kang, se presenta una coincidencia particular: dos estudiantes de psicología a punto de recibirse eligieron el mismo pasaje y personaje de *Actos humanos –Viene el muchacho*, literal del coreano– por ser de especial presencia quien es el que lleva el relato del capítulo. Estas dos personas son mujeres de una misma franja etaria y viven en CABA: una es oriunda de una provincia patagónica y la otra es de origen peruano. Ambas ávidas lectoras de las obras de Han Kang y con la misma fascinación sobre esa voz presente que narra. También coinciden en el análisis de la película y la manera sutil de empatizar con Melanie[4], "como si fuéramos ella en búsqueda de conocer más sobre las mujeres del confort y la propia historia familiar". Estas dos entrevistadas vieron el *docufilm* en días distintos sin tener contacto alguno entre sí; la primera en el Museo de Arte Latino Americano de Buenos Aires (MALBA) –dos veces– y la segunda en el Cine Cosmos - Institución perteneciente a la Universidad de Buenos Aires (UBA)-.

Cabe señalar que tanto el museo MALBA como el cine Cosmos son ambientes culturales y circuitos en los que se permite el transitar, dialogar e intercambiar experiencias, razón por la cual hasta el mes de septiembre de 2025 se llevaron realizadas alrededor de sesenta entrevistas[5] con la doble condición: que hayan visto al menos un *docufilm* –de los cineastas Cecilia Kang e Im Heung Soon– y que hayan leído, aunque sea, una de las cuatro obras literarias de Han Kang que se analizan en este trabajo.

4 Nacida en Argentina, de padres coreanos, se presenta en su doble rol de actriz y protagonista del *docufilm* que inicia con una audición en la que lee una carta de una de las llamadas "mujeres del confort".

5 El circuito de cine en Argentina es variado, hubo reposición del Film en Centros Culturales como Junta Bar en Buenos Aires en 2025 y en el MALBA.

Imagen 1
Obras de Han Kang[6] traducidas por Sun me Yoon (derecha)

Imagen 2
Poster del *docufilm* de Im Heung Soon, *Buena Luz, Buen Aire*

6 Obras referenciales para esta investigación: *Imposible decir adiós* (2021); *La clase de griego* (2011); *Actos humanos* (2014) y *La vegetariana* (2007).

Imagen 3 - Poster del *docufilm* de Cecilia Kang, *Partió de mí un barco llevándome*

III. ANÁLISIS DE LOS CASOS DE ESTUDIO: CASO A Y CASO B

Se analizarán en profundidad dos de las doce entrevistas realizadas. Se seleccionaron a causa de la diferencia etaria –veinte años–, distintas zonas geográficas de procedencia y por las disímiles trayectorias de vida. Sin embargo, ambas personas han hecho de la interpretación intercultural algo propio e identitario en sus vidas por el bien de su familia y comunidad.

El denominado caso A llegó a Buenos Aires desde la Isla de Jeju, en 1982, con sus padres y hermanos. Mientras que en el caso B, sus padres llegaron al país a mediados de los años 70 desde Busan. Ambas relegaron su propio camino educativo y/o proyecto de vida profesional para auxiliar a familiares y/o a pedido de la propia institucionalidad comunitaria, con una diferencia etaria de 20 años.

Estos dos casos son arquetípicos porque la función interpretativa se da a diferentes miembros de la familia. El primero es de una esposa a su marido, mientras que el segundo es de una hija a su madre. Y se dan en casos similares de actuación: una visita al médico. Algo tan simple como ir al doctor sin las herramientas comunicativas básicas se puede convertir en un clásico momento de *Lost in Translation* (MovieClips, 2011) o de *Gran Torino* (2008)[7], cuando el protagonista va

7 Eastwood, C. (Director). (2008). *Gran Torino* [Película]. Malpaso Productions.

un centro de asistencia médica en el barrio que ha vivido por más de cincuenta años.

También narran el grado de vulnerabilidad en el que se halla esa persona que requiere de un intérprete para poder comunicarse hasta generar, no sólo dependencia, sino la necesidad de ese otro, para que lo asista de forma interpretativa, debido a la vulneración de sus derechos humanos comunicativos más básicos.

III.I CASO A

Esta persona de la diáspora, oriunda de la Isla de Jeju, pasó gran parte de su infancia en la isla cuidando bebés y niños menores que ella porque sus padres y compañeros de estos iban al campo a trabajar. A los once años –en 1982–, junto con sus padres y hermanos, emigraron a la Argentina en búsqueda de mejores oportunidades económicas. Ya tenían familiares viviendo en el país.

A lo largo de su vida ha ayudado a su familia y conocidos de esta con trámites burocráticos, médicos y bancarios porque "no tenía miedo a equivocarme como los demás" y gracias a maestras que alentaban su conocimiento en el idioma meta y que "adaptaban el material de clase para que aprendiéramos" (entrevista caso A). Es decir, está presente el ejercicio de ayuda y acompañamiento desde joven para el beneficio de su comunidad que también recibió de la institución educativa argentina.

Al reflexionar sobre su vida en la entrevista, se da cuenta del nuevo rol de intérprete intercultural al ser ella la intérprete simultánea para otras personas en situación de pacientes. No del coreano al español rioplatense que realizó desde los doce años, sino por la interpretación de la gran variedad de estilos y acepciones que se da en toda LAC. Por ejemplo, con médicos residentes, cuyo discurso profesional y forma de explicar conlleva su propio léxico, cadencia y estilo discursivo no rioplatense. O la gran ayuda que resultó para un pariente que daba clases de español en Corea al contextualizar términos: "los chicos allá están conectados y ven videos de LAC con palabras de acá y le preguntan a mi pariente. Ella me las manda y yo se las busco" (entrevista caso A). Esta doble vía interpretativa será analizada en la segunda y tercera parte de esta Investigación.

También reflexiona sobre el chinoismo, término acuñado por la Dra. Min (2021) –que remite al uso peyorativo del lenguaje para denostar y denigrar que utilizan quienes se sienten descendientes de Europa y eurocéntricos occidentales en detrimento de los asiáticos–, por el destrato que vivenció de joven en Argentina por una compañera del nivel medio y por el comportamiento alejado de las buenas prácticas profesionales de dos médicos argentinos hace pocos meses.

A su vez, en rol de docente en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (C.A.B.A.), reflexiona sobre el comportamiento cruel de ensañamiento contra "el distinto" en la escuela primaria donde enseña: se enteró de un ataque entre compañeros contra un chico de 10 años de origen chino y de otro, a un niño de 7, por su color de piel: "A uno era «volvete a casa chino de …», le decían y al otro le cortaron un rulo del pelo".

Al desempeñarse como docente de primaria y de nivel inicial, reconoce el alto grado de crueldad que se percibe: "en las aulas en estos meses y que los chicos gritan y no se escuchan" mientras ella los encauza a escucharse el uno al otro, a hablar en tono más bajo.

En cuanto a la lectura de obras de Han Kang señala, por un lado, el entorpecimiento en avanzar en cierto libro a raíz del tedio y la falta de tiempo. Y, por el otro, una impregnación de negación por hechos que a continuación se narran: un análisis de laboratorio en ayunas para obtener una habilitación laboral es llevado a modo de señalador en el libro de Han Kang *Actos humanos*. Por razones fuera de su voluntad, no se pudieron llevar a cabo, "con bronca y hambre fui a desayunar en una confitería cercana y no vi dónde lo perdí [tanto al libro junto con las órdenes de análisis dentro de este] si fue en la confitería o en el mismo laboratorio"[8].

III.II CASO B

A diferencia del caso A, ella es nacida en Argentina y ronda los treinta años. Este caso caracteriza a la intérprete contextual y al sacrificio para mantener la fluidez narrativa y de salud de un familiar a través del acompañamiento. El dejar en *stand by* su propia vida educativa y profesional para estar junto a su ser querido. Hija menor de tres, ella llevó adelante la labor de intérprete intercultural ayudando a sus padres y familiares "y no mi hermano como debería haber sido en la cultura coreana. Debía hacerse cargo él, pero decidió ir a estudiar afuera". De igual forma, ha ayudado con trámites bancarios y legales a diferentes miembros de su familia.

La decisión familiar de emigrar a Argentina a mediados de los años setenta se dio por la posibilidad de una mejora económica para el padre, que vio estancada su carrera profesional en Corea por no poseer título universitario, mientras otros más jóvenes que sí lo tenían, pero con poco conocimiento empresarial, prosperaban. Otro condi-

8 Esos análisis son parte de una habilitación que necesita para poder continuar con su avance profesional en otra esfera educativa.

cionante fue que su padre había quedado huérfano luego de la Guerra de Corea. Además, su madre tenía parientes viviendo en Argentina.

Al crecer y verse diferente, en su juventud como en su joven adultez, experimentó muchos casos de discriminación, de padecimientos en la vía pública –de chinoismo–, que por un tiempo cesaron y que desde hace un año muchas violencias una vez casi desterradas volvieron a aflorar. Como las burlas de ojos rasgados señalándola o haciendo que hablaban chino, de forma burlona. Es decir, hay un dispositivo social de crueldad como señala Fernando Ulloa (1995).

III.III UMBERTO ECO[9] Y SUN ME YOON: FACTORES CLAVES SOBRE EL ROL DEL INTÉRPRETE INTERCULTURAL

Eco, sobre la famosa frase italiana «*traduttore, traditore*», escribió que deriva de la historia de un emperador que, al darse cuenta de que no había sido interpretado correctamente, supuestamente, pronunció la frase "traductor, traidor". En su libro *Decir casi lo mismo: la traducción como experiencia*, el autor italiano argumenta que la traducción se basa en un proceso de negociación en el que siempre habrá una cierta pérdida ya que se renuncia a algo para obtener otra cosa; es decir, no hay literalidad en la traducción. El traductor se vuelve un artesano, un artista de la palabra (Eco, 2008).

Por tanto, se suma esta noción de la traducción como arte, dependiente de la capacidad comprensiva e interpretativa y negociadora al requerimiento curioso por el aprender. Tal como es en el caso A, y en la formación de un andamiaje en ambos idiomas, se da con claves que motorizan y acompañan al sentimiento de acompañamiento y lealtad para con los padres, cónyuges y miembros de la diáspora que requieran de su interpretación intercultural.

En este caso, cabe aclarar, que el intérprete intercultural simultáneo es tomador de decisiones en segundos, esa elección de sentido que realiza, la hace siempre por el bienestar de su comunidad.

Sun Me Yoon, traductora e intérprete de la escritora coreana Han Kang, también se encarga de formar traductores del coreano al español en el Instituto de Traducción Literaria de Corea del Sur (LTI). En agosto de 2023 presentó en Argentina, *El hombre en el desván*, de Cheon Un-yeong. Tuve la oportunidad de preguntarle por la técnica de traducción, en especial por *Actos Humanos* (Han, 2014) dado los detalles desgarradores de la historia coreana en sí, de la propia vida de su autora y las vivencias de su padre como escritor en Gwangju –en

9 Umberto Eco (1932-2016). Lingüista, filósofo, crítico literario, semiólogo y catedrático de la Universidad de Bolonia.

el momento de la masacre–, todo esto mediatizado por el modo sutil y poético que la autora presenta en su prosa. La traductora comentó que se tomaba momentos, a veces horas para llorar por la angustia que generaba tal contenido para luego continuar la traducción y ser fiel al sentido de la obra.

De igual forma que Eco, Yoon entiende el lado artesano y artístico de la traducción y la negociación que se debe realizar al elegir y mensurar las palabras.

Además, sobre el concepto de alteridad, Umberto Eco afirma la presencia de ese otro interlocutor y el respeto por esa persona, con la firme convicción de despojarnos de prejuicios para comprenderla. Por tanto, una traducción no lleva una concatenación de palabras, lleva sentido, armonía, cadencia, direccionamiento de lo que él/la autora le ha conferido. Es un arte de la negociación, diría Eco. A eso le debe lealtad el traductor e intérprete, en este caso, intérpretes interculturales, para no caer bajo la definición de «*traduttore, traditore*» para con un miembro de la familia y/o de la comunidad coreana en Argentina.

Es esa misma lealtad que tienen quienes en el rol de intérpretes interculturales realizan toda vez que son requeridos en función de bisagras culturales. Muy a menudo, suavizan las asperezas que el entorno comunicativo o el mensaje en sí mismo presentan para evitar herir a los familiares y/o miembros de la comunidad. Como es el caso de un intérprete intercultural y un comprador en un negocio en Salta: "no quise decirle exactamente lo que dijo. Igual sé que mi padre entendió que era un maltrato". Muchas veces, llevan consigo esa carga, que después encuentran otro cauce de expresión, generalmente artístico.

Por otra parte, al preguntarle a Sun Me Yoon por los estadios de elaboración de las obras que continuaron a *La vegetariana*, tras la visita de Han Kang a Buenos Aires en 2012, por ser ineluctable la aproximación no sólo de su prosa de tinte latinoamericana, sino por el contenido de información relevante que une ambas orillas, los casos y modos de tratamiento informativo, la traductora asintió sobre la necesidad que en Han Kang despertó por saber más de nuestra historia y vínculos a través de la mirada de Sun Me al volver a Corea.

Lo que fundamenta aún más la utilización dialógica de su obra con la de Cecilia Kang en esta investigación. Una desde Corea hacia Argentina; la otra desde Argentina, diáspora coreana de por medio, hacia Corea.

Sin embargo, ninguno de los entrevistados de la diáspora ni los de la salida del cine conoce a Im Heung Soon, que fue el primero en unir artísticamente ambas orillas con *Buena luz, buen aire*[10] (2020). Su

10 La historia de Argentina y Corea del Sur (Gwangju), dos países en extremos

documental cuenta lo sucedido en mayo en Gwangju –buena luz en coreano– y en Buenos Aires, a fines de los setenta durante los gobiernos de facto. La película fue exhibida tanto en el MALBA como en el Cine Cosmos durante 2023 en Argentina.

III.IV ANÁLISIS DEL ROL DE INTÉRPRETES INTERCULTURALES. TUTELA INTERPRETATIVA Y ENROQUE SIMBÓLICO INTERPRETATIVO

En términos de Wittgenstein, los signos en el lenguaje sólo pueden funcionar cuando existe la posibilidad de juzgar la corrección de su uso "por lo que el uso de [una] palabra necesita una justificación que todos comprendan, [ya que] las prioridades lingüísticas en el uso del lenguaje exhiben las formas de vida de los hablantes" (1953, p. 261).

Es decir, en estos dos casos de estudio se evidencian en quiénes necesitan recurrir a una interpretación intercultural dado el desanclaje territorial del cultural que presentan. Como también se da actualmente debido a la comunidad global a través de la internet (Gómez, 2025).

Siguiendo con estos dos casos de análisis, en aquellos receptores interpretados se da esa imposibilidad de desenvolverse libremente en la sociedad que los cobija sin la presencia de un intérprete intercultural en el cual depositan su confianza.

Una pertenencia a la diáspora que no tiene su correlato en la sociedad argentina a pesar de ser parte o cohabitante en la misma por años, por no sentir como propio el lugar –cultural– donde se habita, según Wittgenstein.

En ninguno de los casos se presenta una ayuda institucional de gobiernos locales en términos interpretativos y de acompañamiento en ámbitos de salud pública, por ejemplo.

En el caso de la madre de B, eligió a la médica de cabecera por el sólo hecho de mirarla a los ojos en el momento de explicarle los tratamientos a su madre. Ese sólo acto de dirigirse a su paciente, de buenas prácticas profesionales, bastó para ser comprendida y que se genere lo que Han Byung Chul menciona como confianza (2023). La postura corporal y una sonrisa acompañó, desde ese momento, a esa persona de la diáspora en Argentina, según relata su hija en la entrevista.

Sin embargo, puede ser que sea una excelente profesional, simplemente sea empática o que realice su labor con *rapport* mediatizado

---

opuestos del mundo, es muy similar: la historia de brutalidad y masacres perpetradas por humanos durante los regímenes militares, en una época similar de las décadas de 1970 y 1980. De las Abuelas de Plaza de Mayo a las Madres de Plaza de Mayo. Una frase en común: "Tengo miedo de que la gente se olvide de nosotras".

con lo que Han Byung Chul denomina generar confianza, con el objetivo de posibilitar la curación a través de la continuidad narrativa, con la labor de un intérprete intercultural mediante.

El trabajo, en este caso como en el caso A con su marido, es lo que denomino tutela interpretativa, ya que la persona de la diáspora requiere de esa otra que también le genera y deposita su confianza como representante de su voz para poder ser escuchado e interpretado correctamente en ese afuera que es la sociedad argentina en sí y no sentir sus derechos vulnerados (Gómez, 2025).

En cuanto al enroque simbólico interpretativo, extrapolo el concepto del intercambio de posiciones con un propósito estratégico: continuar con la propia narración como cura para los casos del hijo y del esposo de la entrevistada en el caso A. Ambos requieren de un tratamiento y acompañamiento psicológico de adhesión y compromiso cultural de aceptación.

El hijo, según las palabras de la madre "al estar argentinizado" tiene psicóloga argentina viviendo en Corea; mientras que su marido requiere la atención de un especialista en psicología y psiquiatría coreano mientras vive en Argentina. Es decir, es la necesidad de un análisis vincular simbólico interpretativo que se evidencia independientemente del anclaje geográfico, ya que el cultural es el que prima. Es lo que denomino enroque simbólico interpretativo (Gómez, 2025).

Es decir, prima la adhesión cultural. Qué cultura te contiene y te cobija para crear tu propio discurso. A diferencia de estos, quienes realizan la tarea de intérpretes interculturales habitan simultáneamente ambas ágoras culturales. La raigambre cultural pesa y gravita, no así la geográfica.

Para finalizar considero necesario señalar a la diáspora como un espacio de construcción colectiva de intérpretes interculturales. Ambos casos han hilvanado la importancia del trabajo colectivo para que sus familiares tengan calidad de vida desde una perspectiva contextual basada en prácticas solidarias en la comunidad, donde se realiza el diálogo de saberes.

De ahí emerge el caso A, con su soltura para ser intérprete intercultural. Su primo mayor fue el encargado de enseñarles el alfabeto, frases básicas, de saludo, de cortesía, de autonomía, en la escuela con docentes y compañeros de grado, apenas llegaron a la Argentina. También les enseñó frases marco para usarlas toda vez que se sentían en problemas de entendimiento, de aprendizaje, de captación del sentido. Se recurre a frases de la caja de herramientas: "sí habla muy rápido": «no entiendo»; "sí habla mucho": «no entiendo». Se necesita frases cortas y que hablen lentamente. Es decir, no ir al choque ni ser directos: "más lento, por favor", "menos comentario, por favor". Es

otro mecanismo de seguir manteniendo el respeto y el orden de conocimiento en el docente característico cultural coreano en la década de los ochenta.

En el caso A, el primo no sólo funcionó como referente comunicativo y de conocimiento, sino como bisagra intercultural. En términos de Han, sólo a través de la confianza se puede destrabar ese dique de contención que impide el flujo narrativo (2023). El hacer uso de su voz y generar el propio discurso.

Es decir, lo realizado por miembros de la comunidad coreana para con otro/s de los suyos es lo que se conoce en análisis de grupos como intervenciones psicopedagógicas en clave comunitaria en el compartir saberes. Tanto Ulloa –discípulo de Pichón Riviere– como Jung pueden dar marco teórico al respecto. También tomo la crisis de la narración que señala Han Byung Chul, que se nutre de la temática analizada por Walter Benjamin y la narración como cura, tan fundamental como fundante para una autonomía sana que generó en la entrevistada en el caso A. En este caso, a través de la intermediación de familiares como agentes contextuales dialógicos pacíficos, se llevan adelante estas relaciones comunicacionales.

En el caso B, en palabras de la entrevistada su madre no tuvo necesidad de incorporar español como segunda lengua ya que "toda su vida estuvo entre miembros de la comunidad". Salvo por cuestiones legales, bancarias y administrativas o de visita recurrente a médicos, necesitó de esa interpretación intercultural. Cabe destacar que su hija menciona que su madre no terminó la primaria en Corea. En sus palabras: "Si ni sabe cómo leer ni escribir en coreano, ¿cómo se le iba a cruzar en la mente aprender español?". En este sentido de indefensión a la no generación del propio discurso en la sociedad que los cobija tiene un cariz de vulneración en el transitar y hacer uso de los derechos humanos que le son propios sino mediante una tutela interpretativa como garante de ese ejercicio[11] (Gómez, 2025). Es decir, se hace evidente la falta de acompañamiento institucional para con estas personas en situaciones y roles sociales.

Sin embargo, se da una vuelta de tuerca con la incorporación del *soft power*, la aparición de la diplomacia cultural y la aceptación del ser coreano que cambia la perspectiva del recibimiento en la sociedad actual en Argentina. Es así como familiares jóvenes de ambas entrevistadas están ansiosas por estudiar el idioma de sus padres y abuelos hasta llegar al punto de ponerse contentas al explicar cómo les sonríen en la secundaria por tener los ojos rasgados. Todo un cambio en

11 Término acuñado en vía de formación de la figura legal correspondiente.

comparación con el padecimiento de su tía cuando era adolescente. Recuerda la entrevistada B.

IV. CONCLUSIONES

Durante el desarrollo de esta investigación, se buscó evidenciar la labor de las bisagras contextuales como intérpretes interculturales, siempre que fuera requerida por miembros de su familia o de la comunidad coreana en Argentina.

Es a través del análisis de estos dos casos, junto con ejemplos de entrevistas a la salida de la proyección del *docufilm* de Cecilia Kang *Partió de mí un barco llevándome,* que se habilitó un espacio reflexivo sobre nosotros mismos y nuestra condición humana de trato, contacto, de habitar y habilitar la palabra y el discurso en comunidad y en sociedad. Es decir, dar con destellos de la utilización de la ternura y el miramiento de Ulloa como una ética de la escucha y el respeto por la subjetividad del otro, modo de mirar que cuida, que aloja, que no invade (1995). De respeto por la alteridad tan presente en Eco y el respeto y la lealtad para quien se traduce, en este caso, se interpreta.

La excusa era simplemente dar con evidencia que respalde la hipótesis sobre miembros de familias que han tomado el rol funcional de bisagra cultural como intérpretes interculturales –de coreano y de español y el entendimiento de ambas culturas– para el fluir comunicativo y narrativo entre la sociedad meta –la Argentina– y la diáspora coreana en Argentina, de manera tal de forjarse como agentes de una coexistencia cultural dialógica pacífica. Es el narrar de nosotros a 63 años del establecimiento de las relaciones bilaterales entre Argentina y Corea del Sur.

Es el auxilio provisto por esos intérpretes interculturales a familiares que no se hallan en sintonía con el contexto situacional. A su vez, de unos un detrimento performativo social da paso, en otros, a una sobreexposición para superar obstáculos y mantener de alguna forma el flujo narrativo entre ambas culturas medianamente estables.

Es de ese esfuerzo interpretativo intercultural de personas de la diáspora coreana por amor a su familia y comunidad de lo que se nutre esta investigación para hacer honor a tan alto desempeño diario, casi inadvertido, naturalizado. Esa sensibilidad es lo que les da la capacidad interpretativa e intermediadora, tan necesaria en los tiempos actuales.

Por tanto, en las sucesivas investigaciones[12], se incorporarán entrevistas a personas de la diáspora que sí forman parte y son también

12 De las diásporas coreanas en Argentina y LAC y de las diásporas chinas, japonesas y migrantes de LAC en Argentina

formadores de intérpretes interculturales de distintas instituciones con o sin financiamiento y/o subvención del gobierno de Corea para generar buenas prácticas culturales, profesionales y comerciales entre Argentina y Corea. Además, se analizarán los puntos en común que unen ambas orillas en términos culturales y de industria cultural.

Se ahondará en la implicancia identitaria que mencionan You y Ha como "la autoconciencia de las personas que quieren aprender y enseñar el idioma por numerosas razones: históricas, culturales, económicas, políticas, orgullo de identidad o simplemente por conveniencia" (2018). Así mismo, como afirma Pym, en los esfuerzos, en este caso de los intérpretes interculturales "en la gestión del riesgo para una comunicación eficaz" (Pym, 2008).

Para dar paso a lo que Cronin (2013) entiende por globalización moderna y las modificaciones de las vidas cotidianas que también superponen la modificación lexical que, a su vez, transforma la vida de los ciudadanos coreanos como de las diásporas, a través de las propias palabras elegidas al comunicarse. También se analizará el desfasaje lexical que se genera entre miembros de las diásporas entre sí y los modismos en Corea de Sur con Latinoamérica.

Por tanto, se seguirá el caso del enroque simbólico interpretativo por la pertenencia cultural que la persona siente como propia, cuyas prioridades lingüísticas en el uso del lenguaje exhiben las formas de vida elegida (Wittgenstein, 1953). Es decir, se realiza un intercambio de posiciones con un propósito estratégico interpretativo como se vio en el caso del hijo y del esposo de A: uno necesita psicólogo nativo rioplatense, mientras que el otro, un especialista coreano de Corea para dar continuidad a la narración como cura, en términos de Han.

Además, en una investigación en curso se da paso a una definición más robusta a la noción de tutela interpretativa y cómo tornarla en figura legal que ejercen quienes son intérpretes interculturales – en este caso, para con sus familiares y personas de la diáspora coreana en Argentina con vulnerabilidad en su derecho a ser interpretados correctamente en toda situación social. Actualmente, se lleva adelante junto a la asesoría de constitucionalistas latinoamericanos[13] dentro de la Opinión Consultiva 31/2025 de la Corte Interamericana de Derechos Humanos sobre el derecho al cuidado y su interrelación con otros derechos.

Por otra parte, este trabajo investigativo dio origen a otra investigación propia de los *docufilms* y de las obras literarias de Han Kang por su intertextualidad y reinterpretaciones desde ambas orillas de

13 Constitucionalistas latinoamericanos y europeos. Dado la recién investigación sobre el Derecho al Cuidado en el Sur Global, se espera incluir a destacados constitucionalistas y de Derechos civiles e internacionales del SEA y de ASIA en general.

nuestra historia, que se enlaza literaria y fílmicamente a través de la mirada de los autores, guionistas y directores. Para seguir reflexionando sobre puntos en común en ambas orillas con superación de obstáculos y conexión intercultural.

BIBLIOGRAFÍA

Cronin, M. (2013). Translation and globalization. In C. Millán & F. Bartrina (Eds.), *The Routledge handbook of translation studies* (pp. 491-502). Routledge.

Eco, U. (2008). *Decir casi lo mismo: La traducción como experiencia*. Lumen.

Han, B. Ch. (2023). La vida narrada y Narración como curación en *La crisis de la Narración*. Herder

Han, K. (2007). *La vegetariana*. Penguin Random House.

Han, K. (2011). *La clase de griego*. Penguin Random House.

Han, K. (2014). *Actos humanos*. Penguin Random House.

Han, K. (2021). *Imposible decir adiós*. Penguin Random House.

Kang, C. (Directora). (2023). *Partió de mí un barco llevándome* [Película]. Martín Rodríguez Redondo y Cecilia Kang.

Min, W. (2021). Receiving Unfamiliar Culture in Post-Colonial Latin America in the Digital Age: Interpretations of Anime, Manga, and K-pop by Chilean Fans. In Jin, D. Y. (Ed.). *The Routledge Handbook of Digital Media and Globalization* (222-229). Routledge.

MovieClips. (30 de mayo de 2011). *Suntory Time! - Lost in Translation (1/10) Movie CLIP (2003) HD*. [Archivo de video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=FiQnH450hPM

Pym, A. (2008). On Toury's laws of how translators translate. In A. Pym, M. Shlesinger, & D. Simeoni (Eds.), *Beyond descriptive translation studies: Investigations in homage to Gideon Toury* (pp. 311-328). John Benjamins.

Soon, I. H. (Director). (2020). Buena luz, buen aire. [Película]. Seesaw Pictures.

Steve Gwapo Australian Kayaking and Vlogs. (27 de diciembre de 2024). *GRAN TORINO Wheres Doctor Philman Scene Clint Eastwood*. [Archivo de video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=RxAgHBa773M

Ulloa, F. (1995). *Novela clínica psicoanalítica. Historial de una práctica*. Libros del Zorzal.

You, C. y Ha, Y. (2018). Introduction. En *The Spread of the Korean Language*. Institute of East Asian Studies, pp. 1- 11.

Wittgenstein, L. (1953). *Philosophical Investigations*, G.E.M. Anscombe and R. Rhees (eds.), G.E.M. Anscombe (trans.), Blackwell.

Irene Yung Park

HALLYU Y LA IDENTIFICACIÓN DE LOS COREANOS DE SEGUNDA GENERACIÓN EN LAS REDES SOCIALES DE HABLA HISPANA. UN ESTUDIO DE CASO SOBRE LIRY ONNI[1]

I. INTRODUCCIÓN

Este estudio examina la autorrepresentación en las redes sociales de los coreanos hispanohablantes de segunda generación y su recepción por parte del público de lengua española bajo el impacto de la *Hallyu*. En concreto, explora los procesos de negociación y categorización identitaria de los coreanos étnicos en cuanto afectados por el renovado interés sobre la cultura coreana del público hispanohablante.

Una comprensión más profunda de la identificación étnico-cultural de los coreanos de segunda generación es una demanda de los tiempos. Actualmente, la mayoría de las comunidades que se originaron en la ola migratoria iniciada en 1962 están atravesando un relevo generacional que hace necesario considerarlas no como simples comunidades de coreanos en el extranjero, sino como grupos en formación, con identificaciones propias y diversificadas vinculadas a su peculiar realidad histórica y social. Partiendo de la premisa de que la identificación "facilita y restringe las trayectorias vitales de los individuos" (Lamont *et al*., 2014, p. 586), una mejor comprensión de cómo la expansión cultural de Corea afecta la construcción identitaria de los

1 Este trabajo fue financiado por el Ministerio de Educación de la República de Corea y la National Research Foundation of Korea (NRF-2023S1A5B5A17085082).

coreanos étnicos de generaciones más jóvenes en el extranjero puede contribuir a predecir su futuro valor como capital étnico y orientar las políticas hacia ellos de su país ancestral.

Es indudable que, en el momento actual, la *Hallyu* constituye un factor central en las categorizaciones culturales de la coreanidad que se operan fuera del país. Estudios en campos diversos como el marketing, la geografía y el turismo han arrojado luz sobre la relación entre la recepción social de la *Hallyu* y la proyección positiva de la marca Corea. Sin embargo, generalmente estos estudios no se interesan por el efecto de esa proyección sobre los coreanos étnicos que residen en esas sociedades (Bang *et al*., 2021; Choi, 2015; Choi, 2021; Iadevito, 2019; Oh, 2018; Park *et al*., 2014; Yoon, 2019). Por otro lado, en distintas áreas geográficas una incipiente investigación ha examinado la influencia de la *Hallyu* dentro del propio grupo étnico, en la construcción intra grupal de la identidad migrante (Sung, 2012; Oh, 2015). No obstante, estos estudios no abordan el impacto que esto tiene en la identificación de los coreanos étnicos ante el grupo mayoritario, ni su papel en la categorización de la etnicidad coreana en la gran sociedad.

Esto implica que, mientras el efecto de la *Hallyu* en la percepción de la coreanidad tanto en el grupo mayoritario como dentro del grupo étnico se ha establecido, el vínculo entre ambos aspectos está aún por establecer. Para el tema de la identificación de los coreanos étnicos, este punto es demasiado central para ser omitido. La identidad étnica está ciertamente vinculada al sentido de pertenencia al grupo sobre la base de un origen étnico común, que incluye tanto un origen geográfico compartido como contenidos culturales (Cornell, 1996, pp. 265-289; Sanders, 2002, pp. 327-328). Pero, además de estos elementos, la identidad étnica está compuesta por factores situacionales o fronteras relacionadas con la forma en que otros perciben al grupo (Barth, 1969, p. 15). Por esta razón, los estudios sobre identidad deben atender a la negociación de la pertenencia que ocurre en interacción dialéctica entre la autoidentificación y la categorización grupal operada por otros.

Según el enfoque de la sociología cultural, la negociación de la identidad tiene lugar dentro de sistemas sociales de significado disponibles en la cultura circundante, a través de los cuales individuos y grupos perciben y dan sentido a la realidad (Lamont *et al*., 2014, p. 574). La identificación étnica está, por tanto, discursivamente posibilitada y restringida por fuerzas institucionales y culturales, entre las cuales los medios de comunicación ocupan un lugar destacado. De hecho, son actores institucionales fundamentales en el ámbito de la categorización grupal, debido a su poder de configurar, confirmar y legitimar sistemas de clasificación.

II. LA REPRESENTACIÓN DE LOS COREANOS EN EL MUNDO HISPANOHABLANTE

La literatura sobre la imagen mediática de los coreanos étnicos es, en general, escasa, y el mundo hispanohablante no constituye una excepción. Sin embargo, estudios sobre el colectivo coreano más grande y representativo en esta área lingüística –el de Buenos Aires– muestran que, a partir de la década de 1990, los coreanos fueron retratados de manera constante como culpables de la crisis económica local, convirtiéndose en blanco de xenofobia dentro de un sistema cultural en el que el racismo no se debatía abiertamente (Bastia & vom Hau, 2014, p. 484; Grimson, 2006, p. 8; Montesinos, 2005, pp. 56-59). En el centro de esta campaña se encontraban los principales periódicos nacionales que transmitían estereotipos negativos e hiperexotizaban al grupo, exponiéndolo como el permanente "otro" (Montesinos, 2005, p. 58; Park, 2014, pp. 29-31).

Estos discursos, reproducidos y perpetuados en las interacciones cotidianas de los locales del grupo mayoritario (Bialogorski & Bargman, 1996, p. 24; Courtis, 2010, pp. 153-155), reforzaron la estigmatización de los rasgos simbólicos coreanos –lengua, comida, costumbres– y consolidaron entre los migrantes coreanos el hábito de mantener las prácticas étnicas estrictamente dentro del grupo (Jang, 2016; Park, 2014, pp. 29-31).

En los años 2000, tendencias globales de apertura a la diversidad y políticas multiculturales comenzaron a ampliar lentamente el significado de la pertenencia nacional en Argentina (Ko, 2014, 2016). Al mismo tiempo, la creciente presencia de Corea impulsada por la expansión global de su cultura popular tuvo el efecto de legitimar la raza asiática y la etnicidad coreana (Park, 2022; Choi & Maliangkay, 2015; Han, 2017; Min *et al*., 2019, pp. 608-609). Los patrones de otroización dominantes en las décadas de 1990 y 2000 –cuando los coreanos étnicos carecían de voz para responder a las acusaciones dirigidas contra ellos– dieron paso a una etapa en la que los coreanos locales adquirieron voz propia, llegando, en ocasiones, a exponer públicamente sus experiencias de estigmatización y discriminación racial (Park, 2024).

Este efecto de legitimación se ha intensificado en los últimos años, a medida que la *Hallyu* ha salido de sus nichos sociales para hacerse tendencia global. En un panorama mediático donde la proliferación de las redes sociales ha roto el monopolio sobre la representación de los grandes medios tradicionales, coreanos de segunda generación en el mundo hispanohablante están utilizando su mayor capacidad de actuación para afirmar su identidad ante el público mayoritario, asumiendo el rol de intermediarios culturales entre Corea y su propio entorno hispanohablante. Es el caso de numerosos *influencers* que

presentan contenidos coreanos en español, y que han alcanzado una gran audiencia al capitalizar la creciente popularidad de la *Hallyu*.

Los intermediarios culturales traducen una cultura restringida al ámbito general basándose en credenciales que les confieren autoridad. De este modo, "crean y son creados por categorías de legitimidad cultural" (Maguire & Matthews, 2012, p. 553). En este caso, la etnicidad coreana es la que se convierte en el rasgo identitario que legitima y sustenta su papel. Por esta razón, puede asumirse que estos *influencers* no sólo presentan elementos de la cultura coreana, sino que también representan lo coreano a través de su autorrepresentación. A su vez, su pertenencia local se evidencia en el uso nativo del idioma español y en el marco de referencias desde el cual realizan la traducción cultural.

El intento de influir en el modo en que otros me categorizan convierte la autorrepresentación en un elemento central de la dialéctica de identificación grupal. La autorrepresentación es, además, una característica esencial de YouTube desde su lanzamiento como plataforma de intercambio centrada en videos generados por los usuarios. De hecho, YouTube se ha vinculado a un potencial de autenticidad, dado que las perspectivas internas, transmitidas sin mediación de discursos mediáticos, suelen ser percibidas como constructivas de identidades reales, ejerciendo una fuerte influencia en los espectadores (Tolson, 2010, pp. 278-279; Burgess & Green, 2009, pp. 53-54).

Este estudio considera los canales de YouTube de los coreanos hispanohablantes de segunda generación que actúan como intermediarios culturales de la *Hallyu* como espacios privilegiados para explorar su autorrepresentación ante el público mayoritario. Suponiendo que YouTube ofrece una plataforma de discusión social como su cultura participativa parece implicar, estos canales se toman también como fuente de información sobre la recepción por parte de los espectadores, a través de los comentarios de los usuarios.

Para alcanzar los objetivos de la investigación, he formulado las siguientes preguntas:

1. ¿Cómo se presentan los *youtubers* de etnicidad coreana en términos de cultura y pertenencia grupal bajo el efecto de la *Hallyu*? ¿Cómo negocian su identidad en su situación fronteriza como *insiders* y *outsiders* tanto en su país de residencia como en Corea?
2. ¿Cómo reciben los espectadores la autopresentación de los *youtubers* coreanos? ¿Pueden percibirse conflictos o tensiones entre significados identitarios? ¿Qué procesos culturales de evaluación, jerarquización, exotización, inclusión/exclusión u otros se activan?

Al responder a estas preguntas el estudio busca dilucidar cómo los *influencers* coreanos de segunda generación inciden en la categorización del grupo étnico en el panorama mediático de habla hispana, negociando su identificación entre los significados que les son asignados por las percepciones dominantes de la sociedad anfitriona, las nuevas valoraciones derivadas de tendencias globales como la *Hallyu*, y sus propias narrativas.

III. MATERIALES Y MÉTODOS

Este estudio utiliza como fuente el canal en español más popular sobre la *Hallyu*, administrado por una coreana de segunda generación, Liry Onni. En la sección "Acerca de", Liry –una mujer de unos treinta años– se presenta como la *onni* (término coreano que significa "hermana mayor") que "te explica todo sobre Corea en español".

Lanzado en octubre de 2018, en enero de 2025 el canal contaba con más de 1110 videos y *shorts* con contenidos sobre la *Hallyu*, tales como noticias y comentarios sobre el entretenimiento coreano, explicaciones sobre la cultura coreana, noticias generales de Corea, clases de idioma coreano, *vlogs*, entrevistas, desafíos y charlas donde la *youtuber* comparte experiencias y reflexiones personales. El canal fue seleccionado debido al tamaño considerable de su audiencia establecida –3,23 millones de suscriptores y 1281 millones de visualizaciones acumuladas en enero de 2025– y a su constante enfoque temático en todo lo relacionado con Corea.

Tras examinar la totalidad de los videos del canal hasta enero de 2025, he seleccionado 27 videos por una duración total de 320 minutos, según su relevancia temática para el objeto de investigación. En base al formato de los videos, los materiales seleccionados fueron agrupados en tres categorías: A) *Vlogs*, B) Historia familiar, C) Charlas temáticas (monólogos o charlas). El Cuadro 1 presenta un panorama general.

Cuadro 1

Tipo de videos	Fecha de publicación aa/mm/dd	Duración (min)	Visualizaciones	Comentarios	Título	Última consulta aa/mm/dd
Vlog	190126	7	41,267	226	*Mukbang* de hoy: desayunando con la airfryer	250602
Vlog	180428	12	562,792	2,263	¿Cómo es el barrio coreano en Argentina?	250602

(continúa)

Cuadro 1 *(continuación)*

Tipo de videos	Fecha de publicación aa/mm/dd	Duración (min)	Visualizaciones	Comentarios	Título	Última consulta aa/mm/dd
Vlog	190130	11	300,692	721	Coreanos en un asado argentino. Diferencias culturales	250108
Vlog	190406	8	635,169	1,543	Coreano prueba carne argentina por primera vez. Minitour por Buenos Aires	250219
Vlog	191024	10	456,359	1,534	Día en mi vida en Argentina. Iglesia coreana. BTS fans hablando coreano	250108
Vlog	240626	20	146,437	738	Mi verdadera vida en Corea	250107
Historia familiar	190501	12	1,650,418	5,005	Mi abuela coreana comparte su historia sobre cómo escapó de Corea del Norte	250108
Historia familiar	190714	11	680,117	2,840	La increíble historia de mi abuelo de Corea del Norte	250602
Historia familiar	190719	3	359,065	2,203	La historia oculta de mi familia. Cómo mi abuelo sobrevivió a la Guerra de Corea	250602
Charla	190118	8	115,240	767	¿Los ojos asiáticos son muy pequeños? (Video *intro*, que es *kiomis*)	250108
Charla	190426	15	50,247	227	¿Cómo es vivir en Argentina como coreanos?	250107
Charla	190417	15	345,413	1,110	La experiencia de un coreano viviendo en Argentina	250107
Charla	190508	6	674,896	3,422	¿Por qué Corea y Argentina son opuestos? Qué difícil es vivir así!	250108
Charla	190604	4	1,657,588	11,211	10 razones de por qué me gusta Argentina a comparación de Corea	250107

(continúa)

Cuadro 1 *(continuación)*

Tipo de videos	Fecha de publicación aa/mm/dd	Duración (min)	Visualizaciones	Comentarios	Título	Última consulta aa/mm/dd
Charla	190818	0	1,690,664	10,105	Qué cosas son raras de los argentinos para los coreanos. 10 choques culturales	250107
Charla	190823	1	209,674	1,297	¿Por qué no tengo muchos amigos argentinos? Cómo es ser hija de inmigrantes coreanos en Argentina	250108
Charla	190906	1	403,354	1,537	Coreano fiel a la Argentina. Descubre por qué se quiere quedar a vivir	250108
Charla	190915	2	862,253	1,542	Lo que sucede cuando voy a corea 😱 mi experiencia de viaje 😳 las cosas que me chocaron	250219
Charla	191010	0	302,634	1,038	Más evidencias de que Corea y Argentina son países opuestos	250108
Charla	191212	0	603,911	2,254	Por qué NO preguntarle a un coreano si es del Norte o del Sur	250108
Charla	200103	4	782,693	4,427	50 cosas sobre mí. Liry onni cumple 1 año	250108
Charla	200109	0	235,148	1,550	¿Por qué no me voy a vivir a Corea? ¿Te irías de Argentina? Vivir como inmigrante	250108
Charla	220529	7	225,827	7,769	Mi acento español es criticado. Algunos me piden que hable un español más neutral	250108
Charla	221004	15	362,636	6,876	Me arrepiento… perdón por hacerlos preocupar	250108

(continúa)

Cuadro 1 *(continuación)*

Tipo de videos	Fecha de publicación aa/mm/dd	Duración (min)	Visualizaciones	Comentarios	Título	Última consulta aa/mm/dd
Charla	230330	3	227,979	2,042	Dicen que no soy coreana. Cómo supere mi crisis de identidad	250108
Charla	231023	0	154,583	660	Cultura coreana vs latina. ¿Cuál me gusta más?	250108
Charla	231217	5	180,555	961	¿Cómo me hice coreano? ¿Ya no soy argentino?	250108

Este cuerpo de datos fue sometido a un análisis cualitativo, codificando los contenidos mediante un sistema guiado por preguntas con el fin de identificar nociones recurrentes. Los códigos fueron posteriormente agrupados en temas principales, los cuales fueron verificados regularmente para confirmar, completar o corregir los resultados. Datos de trabajos de campo previo y bibliografía sobre los significados atribuidos localmente a la etnicidad coreana fueron empleados para un examen comparativo.

El proceso cultural de identificación puede estudiarse rastreando las microprácticas mediante las cuales los individuos y los grupos construyen sus identidades (autoidentificación), junto con las prácticas a través de las cuales sus identidades son construidas por personas ajenas al grupo (categorización del grupo) (Lamont *et al.*, 2014, p. 596). Las estadísticas del canal muestran que la gran mayoría de los seguidores son de países de habla hispana[2]. Una revisión de los comentarios confirma que la mayoría de los comentaristas son hispanohablantes no coreanos, estableciendo así al público hispanohablante no coreano como el "otro" en la negociación identitaria de la *youtuber*.

IV. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Analizando los contenidos del canal, pude establecer cuatro medios utilizados por Liry para identificarse étnicamente:

2 Aproximadamente el 25% de los seguidores proviene de México, el 20% de Argentina y el resto, de distintos países de América Latina y España. Alrededor del 80% de los seguidores son mujeres. Aproximadamente el 50% de los seguidores tienen menos de 35 años (información proporcionada por la administradora del canal en una comunicación por correo electrónico del 27 de febrero de 2025).

a) relatos biográficos,
b) comparaciones culturales,
c) uso de etiquetas u otras indicaciones verbales de pertenencia grupal,
d) identificación étnica declarada.

"Relatos biográficos" son narraciones que describen la experiencia de los migrantes de segunda generación y sus raíces familiares. Se encuentran principalmente en los *vlogs* y en los videos sobre historia familiar. Con "comparaciones culturales" me refiero a la presentación de rasgos culturales coreanos en contraste con los argentinos/latinos. Estas comparaciones suelen estructurarse en forma de charlas. El tercer medio de identificación étnica, "uso de etiquetas", alude al empleo casual y espontáneo de etiquetas identitarias como "coreano/a" o "argentino/a", u otras formas verbales de inclusión o exclusión respecto de grupos específicos, y puede rastrearse en todos los tipos de videos. Finalmente, con "identificación étnica declarada" me refiero a relatos personales y detallados de procesos de identificación étnica, presentados mayormente en charlas temáticas.

En cuanto a los comentarios, pude identificar tres tipos de reacción ante la identificación étnica de la *youtuber*:

a) aceptación,
b) adscripción, y
c) evaluación.

Por "aceptación" entiendo la toma de conciencia y reconocimiento de las narrativas de la *youtuber*. "Adscripción" se refiere a la asignación inversa de una etiqueta identitaria alternativa. Finalmente, "evaluación" nombra la atribución de valor, positivo o negativo, a una identidad étnica específica.

IV.1. RELATOS BIOGRÁFICOS

Comencemos examinando los relatos biográficos del canal. El relato más destacado se refiere a Liry misma, aunque en ocasiones se comparten experiencias de otros coreanos de primera, 1.5 o segunda generación.

Sabemos por Liry que nació en Argentina, de padres coreanos que dejaron Corea en los años 80. Su abuela se encargó de cuidarla mientras sus padres trabajaban (190428)[3], y Liry asistió a un jardín

3 En adelante, los videos se identificarán por su fecha de publicación, tal como se indica en el Cuadro 1.

de infantes coreano antes de pasar a uno local, por lo que su primer idioma fue el coreano. De hecho, continuó hablando coreano en casa hasta la adultez (190823).

Pero la brecha entre su mundo doméstico y el mundo social dominante no fue sólo lingüística. En un video titulado "¿Por qué no tengo muchos amigos argentinos? Cómo es ser hija de inmigrantes coreanos en Argentina", presenta detalles de su vida en una subcultura caracterizada por el consumo casi exclusivo de entretenimiento coreano y por el uso habitual de productos y alimentos coreanos. En sus propias palabras, su hogar era "un mundo aparte" (190823).

Liry comparte también detalles de su vida escolar, narrando cómo, aunque asistía a escuelas locales, su grupo de pares estaba compuesto por amigos de su propia etnia: "Sentía que no me podía juntar bien con argentinos, que no podía tener amigos argentinos porque me sentía muy diferente en cuanto a lo visual, obviamente también, pero en los gustos" (190823).

Su distancia con el grupo mayoritario persistía "por valores, por pensamientos, por formas de vida que quizá ese grupo tiene en común", a las cuales le resultaba difícil adaptarse. Según explica, su falta de interés por tener amigos no coreanos era correspondida, "pero no de malos, sino, simplemente, no pegás" (190823).

> Cuando me juntaba con amigos coreanos, me sentía cómoda porque ellos están en la misma situación que yo, porque tienen padres coreanos y viven acá en la Argentina, y sentía que nos entendíamos, ¿no?, que no hace falta explicar nada, te sentís parte (...) A pesar de que vivía acá en la Argentina siempre tenía esta… me sentía parte e identificada con las raíces coreanas. (190823)

A través del canal sabemos que, cuando tenía 18 años casi se muda a Corea para estudiar en la universidad, aunque finalmente eso no sucedió (200103). Sabemos también que está casada con Alex, un coreano que creció en Argentina y que aparece en muchos de sus videos (200103). A través de sus *vlogs* observamos a la pareja asistiendo a servicios religiosos en una iglesia coreana local, donde se reúne con familiares y amigos (191024), y la vemos visitando el barrio coreano para hacer compras, salir a comer o visitar a los abuelos (180428).

Liry aborda sus experiencias de racismo de manera excepcional, pero con cierto detalle, en el video "My Spanish accent is criticized. Some ask me to speak a more neutral Spanish" (220529). Allí describe las microagresiones que sufre en la calle y que ha llegado a normalizar como "el costo de tener rasgos no característicos del país donde pertenecés" (220529). Sin embargo, se centra en un nuevo tipo de racismo

que ha experimentado en línea, desde que inició su canal de YouTube. "Desde el día uno, recibo toneladas de comentarios racistas". Y agrega que nunca antes había sido atacada o burlada por tener acento argentino, como le sucede ahora:

> Sentí, por primera vez en mi vida, que me discriminaban por ser argentina (…) A medida que pasaba el tiempo me puse a reflexionar más sobre este tema y me empecé a preguntar: Pará, ¿a otros argentinos también les dirán esto? Porque hasta me pareció ridículo pedirle a un argentino que no hable como argentino. ¿Será que en el fondo no sea una discriminación por ser argentina, sino, otra vez, por ser coreana? (220529)

En sus videos sobre historia familiar, Liry investiga las vidas de sus abuelos, marcadas por los acontecimientos trágicos que definieron la reciente historia de la división de la península coreana. De este modo, expone el proceso mediante el cual redescubre sus raíces familiares y la profunda conmoción emocional que ello le genera (190501, 190714, 190719). Finalmente, en 2023, la pareja se muda a Corea y Liry adquiere la nacionalidad coreana (231217).

Las reacciones del público ante este tipo de identificación son mayoritariamente de aceptación. Los comentarios señalan realidades antes desconocidas que ahora comprenden mejor, como en los siguientes ejemplos: "No conocía nada sobre los coreanos, una confusión total sobre chinos, japoneses, coreanos..." (190915)

> Yo tengo un amigo coreano y cada vez que íbamos a verlo a capital con mis amigos sentía que era muy distinto (y se comportaba muy distinto) a nosotros, y ahora me doy cuenta que probablemente tuvo una infancia muy diferente a la de nosotros los de Buenos Aires, ahora lo entiendo un poco más. (190823)

Otros comentarios reaccionan a las experiencias de racismo que comparte Liry, empatizando con ella y lamentando la falta de sensibilidad de quienes normalizan o minimizan tales acciones (190906).

También aparecen reacciones de adscripción, tanto de identidad coreana peninsular como de identidad argentina. Las atribuciones de identidad coreana peninsular suelen ser indirectas y parecen basadas en desconocimiento sobre Liry, como cuando los espectadores le preguntan por qué eligió Argentina para vivir o manifiestan sorpresa por su buen manejo del idioma español (180428, 190604). En otras ocasiones, se le atribuyen identidades mixtas: "Yo te veo argentina, con fuertes raíces coreanas, pero argentina. Tenés lo mejor de las dos culturas." (190823)

Sin embargo, en la mayoría de los casos, los espectadores asignan a Liry la identidad cultural argentina dominante como una tarea, como en el siguiente ejemplo: "Te deseo lo mejor y espero que vos adoptes más costumbres argentinas ayudando a tus futuros hijos y tratá siempre que se adapte con la gente de acá" (190823). Las adscripciones de este tipo suelen ser el reverso de evaluaciones negativas sobre la preservación de la identidad coreana: "¿Por qué los coreanos son tan cerrados que incluso viviendo tantos años en otro país no se adaptan a otra cultura? No entiendo eso, lo mismo que con la comida" (190130).

IV.II. COMPARACIONES CULTURALES

Otra ocasión en la que Liry se identifica étnicamente es en la comparación entre la cultura coreana y la argentina o latinoamericana. Ella habla en primera persona, centrándose en sus preferencias subjetivas. El video "Cultura coreana vs latina. ¿Cuál me gusta más?" (231023), ejemplifica este caso. En la introducción de este video –señalando la idea de dualidad, pero también de equilibrio entre ambas culturas– aparecen las banderas de Argentina y Corea, una a cada lado, mientras Liry dice:

> Por mis raíces coreanas y por nacer en Argentina, puedo conocer bien las costumbres y valores de ambos países. La verdad es que me siento muy orgullosa de tener las dos culturas y siento que puedo tener lo mejor de ambos mundos. Ambas culturas me marcaron y me moldearon para ser la persona que soy hoy en día, en cómo pienso, en cómo vivo y en cómo soy (…) A veces siento que los dos países son muy diferentes y que, al ser opuestos, chocan, pero también, al tener esas dos visiones, justamente eso es lo que me permite no irme a los extremos y tomar un poquito de cada uno. (231023)

Otras veces, Liry adopta una postura neutral, identificándose ocasionalmente con un lado u otro, pero enfocándose más bien en la información y en el contraste cultural. En la introducción al video "¿Por qué Corea y Argentina son opuestos? ¡Qué difícil es vivir así!" (190508), explica:

> Estos dos países, todo al revés (…) ¿Qué hago acá en este país?, ¿qué hago con estas dos culturas que son, no diferentes, contrarias, opuestas, en un montón de sentidos? Realmente es que es toda una lucha, y no sé cómo la hago. (190508)

Es notorio cómo los videos de comparación cultural sirven para evidenciar la familiaridad y comprensión que la segunda generación tiene de ambas culturas. Al mismo tiempo, al destacar los contrastes, se

pone de relieve los desafíos que enfrentan los coreanos étnicos para conciliar tales opuestos, junto con el enriquecimiento cultural que obtienen de esa experiencia.

Liry evita cuidadosamente establecer jerarquías entre las dos culturas, aunque no oculta sus preferencias personales. En este sentido, resulta significativa la siguiente declaración al final de uno de sus videos:

> Mi intención no es poner una cultura por encima de la otra. Al contrario, lo que deseo es celebrar ambas y reconocer que, dependiendo de nuestras experiencias, de nuestros gustos, y lo que estamos acostumbrados, podemos inclinarnos más hacia una o hacia otra. (…) Me gusta estar como en medio de esas dos culturas (…) Espero no haber ofendido a nadie. (231023)

Las reacciones de los espectadores a estos videos confirman su preocupación por mantener el equilibrio en sus inclinaciones culturales. Los comentarios de aceptación son fácilmente reconocibles, como en los siguientes ejemplos: "Tu mirada es muy valiosa porque tú no miras desde afuera, eres coreana y eres latina. Ciertamente conoces ambas culturas" (231023). Pero también se encuentran comentarios que le asignan la identidad argentina o latina como dominante o definitoria, o, por el contrario, se la niegan. Entre los primeros, algunos funcionan como evaluaciones positivas o gestos de inclusión: "Ahhhh, sólo tenés cara de coreana... ¡sos Argenta!!!!!" (190604). Otros adoptan un tono más impositivo, como si la inclinación personal de Liry a identificarse con lo coreano fuera equivocada o incluso ofensiva:

> Liry, sos mitad ARGENTINA, viviste siempre acá y todavía no te adaptaste, ¿eso no es raro? ¿No crees que, a pesar de haber nacido en este país, discriminas un poco? Mamaste la cultura coreana, pero no aceptas del todo a tu país de origen (…) Soy descendiente de italianos, pero ARGENTINA es mi país, ¿por qué miras como coreana, si sos argentina? Aceptamos a todos, y lo vivís a diario, pero si no te gusta nuestro país, tu país, ¿por qué te quedas? (190818)

La negación de identidad se hace evidente en comentarios como el siguiente: "¿Quién te dijo que se come a las 11:00 y que no se come variado? Hablá de los coreanos porque de los argentinos no sabés nada. (190808)

Finalmente, algunos espectadores expresan confusión respecto a su identidad, intentando definirla de manera binaria: "Te consideras argentina o coreana? Me confundo". (190818)

IV.III. USO DE ETIQUETAS Y PERTENENCIA GRUPAL

El uso de etiquetas nacionales en el canal Liry Onni puede entenderse como otra forma de identificación étnica. Esto se debe a que, además del origen y de la cultura, la identidad étnica está vinculada a un sentido de pertenencia a los grupos que comparten dichos factores.

En su canal, Liry muestra un uso de etiquetas nacionales flexible y dependiente del contexto. Este uso situacional ya había sido observado en investigaciones previas sobre los coreanos de segunda generación en Argentina, quienes utilizaban tanto las categorías "argentino" como "coreano" para autodefinirse, aunque con significados diversos y cambiantes.

La diversificación de significados puede explicarse como efecto de la descomposición de la identidad étnica producida por la migración[4], la cual separa el significado racial, nacional y cultural de la etnicidad. De hecho, investigaciones previas muestran que las etiquetas "coreano/a" –y, en conexión, "argentino/a"– entre los coreanos de segunda generación se utilizan habitualmente separando esos tres niveles de significado[5].

---

4 Habitualmente percibida como una noción unificada, la identidad étnica es en realidad un concepto complejo, compuesto por varios elementos. La migración descompone esta noción, generando la necesidad de recomponer algunos de sus elementos duraderos con otros nuevos. En términos de pertenencia y factores sociales, la migración implica la pérdida de las redes sociales existentes, creando la necesidad de formar nuevos mundos de pertenencia, redes y capital social. En cuanto a los factores culturales, algunos comportamientos compartidos o patrones simbólicos deben ser abandonados y reemplazados por nuevos hábitos sociales. En términos psicológicos, la autopercepción del grupo étnico puede modificarse según la categorización realizada por quienes no pertenecen al grupo, mientras que el conocimiento o apego al grupo suele debilitarse con el paso del tiempo (Park, 2022).

5 El significado racial de ambas etiquetas corresponde al discurso racializante sobre la pertenencia que se ha desarrollado tanto en Corea como en Argentina. En este tipo de discurso, la etnicidad se basa en elementos objetivos y absolutos, como la ascendencia y el lugar de origen, asegurando la estabilidad y durabilidad de las fronteras étnicas (Wimmer, 2013, p. 88). Los coreanos de segunda generación se denominan a sí mismos "coreanos" en este sentido, como indicando una identidad de "sangre" predeterminada e ineludible, vinculada a rasgos fenotípicos.

El significado de nacionalidad de las etiquetas "coreano" y "argentino" indica la pertenencia a una sociedad nacional. Los coreanos de segunda generación se llaman a sí mismos "argentinos" en este sentido, señalando su apego a Argentina como lugar y subrayando su carácter de "locales".

Finalmente, el sentido cultural de ambas etiquetas abstrae la cultura de la pertenencia nacional. En este sentido, "coreano" y "argentino" no son etiquetas mutuamente excluyentes, y suelen combinarse en distintas proporciones según las diferencias personales (Park, 2022).

Analicemos brevemente el uso espontáneo de etiquetas en el *vlog* "Coreanos en un asado argentino. Diferencias culturales" (190130). Utilizaré números para indicar el significado racial [1], nacional [2] y cultural [3], respectivamente:

> Título del video: "Coreanos [1] en un asado argentino [3]".
> Tenemos re poca cultura argentina [3] nosotros [Alex y Liry] (…) Es la primera vez que nos invitan tipo argentinos [1] a comer asado.
> Sólo los argentinos [2,3] comemos esto.
> Nosotros los coreanos [1,3] (…) comemos todos del plato… los argentinos [1,3] son re individual...istas.
> En la primaria tenía una amiga argentina [1]…
> Subtítulo: Los argentinos [1] aman el helado coreano [2] Melona. (190130)

Como puede observarse en este ejemplo, Liry aplica situacionalmente las etiquetas "coreano" y "argentino" con significados diversos, incluyéndose y excluyéndose de ambos grupos según el contexto. Se identifica de manera persistente como "coreana" en sentido racial y cultural, mientras que los "otros" (los argentinos) son definidos desde los mismos significados. La única ocasión en la que Liry se identifica como "argentina", parece hacerlo en el sentido de nacionalidad y pertenencia local.

En el mismo *vlog*, Liry también expresa pertenencia o exclusión grupal de otras maneras. Al evaluar la jerarquía de edad en Corea, comenta: "Pero demasiado respetan, o sea, se pasan," distanciándose así de los coreanos nacionales en términos culturales. Sin embargo, inmediatamente después se refiere al uso argentino de llamar a los padres por su nombre, y declara que eso es, para ella, "un choque cultural": "En Corea, es para cachetada", explica, marcando así la diferencia cultural argentina desde una posición coreana.

Esto confirma los resultados de investigaciones previas, que señalan una fusión de las identidades culturales "coreana" y "argentina" como parte del proceso de identificación de la segunda generación (Park, 2022).

IV.III.I. COMENTARIOS

Pasemos ahora a las reacciones de los espectadores sobre el uso de etiquetas por parte de Liry en éste y en otros videos. Se observan acotaciones que le asignan la etiqueta "argentina", mostrando a veces confusión, como en este caso: "Liry, vos sos argentina, ¡a veces hablas como si fueras coreana! ¡Tenés el corazón de mujer argentina, sensi-

ble!" (190823), o evaluando negativamente sus elecciones de etiquetado, como en la siguiente interacción:

> "Los argentinos" dice... y ella también es argentina aunque no tenga nuestras tradiciones.
>
> Respuesta 1: No entendía nada, JAJAJA. Está refiriéndose a los argentinos en tercera persona. Hace eso para no tener que decir "nosotros" y que se le llegue a confundir.
>
> Respuesta 2: Seeeeeeee. Que se haga la importada, la perinola. Es Argenta y sinooooó. A otra cosa mariposa!!! (190818)

El siguiente comentario adopta un tono aún más contundente:

> Me sorprende que digas: "nací en Argentina", como no aceptando que sos argentina. Pero lo sos. Sos argentina. Naciste en Argentina, te criaste en Argentina, estudiaste en Argentina, tus compañeros son argentinos, etc. Siempre vas a ser argentina. (190818)

Otro comentario intenta convencerla suavemente de su identidad argentina explicando la base legal de ese hecho:

> En la República Argentina rige el concepto jurídico de "ius soli", es decir, "derecho de suelo", por lo tanto si naciste en territorio argentino, sos 100% argentina, independientemente de la ascendencia que tengas. Por otro lado, la Nación Argentina reconoce la doble nacionalidad, por lo cual (…) si la República de Corea posee el otro concepto jurídico que ordena la nacionalidad, el "ius sanguinis", o derecho de sangre, en ese caso a pesar de que suene raro, serías 100% argentina y 100% coreana, en el caso de que no lo posea, calculo que también podrías "naturalizarte" como coreana. Sinceramente me duele un poco que no te autopercibas como 100% argentina, o que te diferencies diciendo que tenés "amigos argentinos". La identidad nacional no es una "esencia" para el derecho argentino sino un "constructo", es algo que está en desarrollo y que se enriquece en muchos sentidos por los aportes culturales provenientes de cualquier parte del mundo (…) (190823)

Quien comenta intenta desvincular el significado de "argentina" de cualquier componente racial o cultural, enfatizando un entendimiento jurídico según el cual la "argentinidad" se decidiría únicamente por el lugar de nacimiento. Los contenidos de la identidad nacional se pre-

sentan como fluidos, abiertos a contribuciones culturales de cualquier parte, y compatibles así con la preservación de la identidad coreana.

IV.iv. IDENTIFICACIÓN ÉTNICA DECLARADA

La forma más directa en que Liry presenta su identidad étnica es mediante la identificación declarada, es decir, expresando sus pensamientos y compartiendo su proceso personal de identificación étnica, a menudo en respuesta a comentarios de sus seguidores. Liry hace esto en una serie de charlas dedicadas al tema. En ellas, su negociación de identidad con los significados asignados por personas externas al grupo es más explícita, mostrando cierto cierre en videos fechados en 2023, año en que se muda a Corea y adquiere la nacionalidad.

Liry confiesa que durante toda su vida cuestionó su identidad, y que sus pensamientos fueron cambiando y evolucionando con el tiempo (230330). Su confusión interna, dice, refleja la confusión en la sección de comentarios, donde se le asignan las identidades coreana, argentina y combinaciones de ambas, o se le niegan esas mismas etiquetas. "A veces me siento más de una, a veces más de otra, a veces siento que no pertenezco a ninguna y entonces, sí, pertenezco a ambas" (230330).

Liry responde a dos tipos de cuestionamientos de su identidad argentina. La primera cuestiona su fuerte cultura coreana, en contraste con la escasa presencia en ella de las idiosincrasias dominantes en Argentina. En su respuesta, reconoce y valida la lógica de asimilación sostenida por muchos de sus espectadores, pero argumenta que el caso coreano difiere del de los inmigrantes europeos, porque mientras "costumbres italianas y españolas fundidas en la cultura argentina" facilitan la incorporación, la cultura de Corea contrasta fuertemente con la local (230330). La asimilación también se ve limitada por diferencias fenotípicas, que plantean el segundo desafío a su argentinidad: "Simplemente por mis rasgos hacen que no me sienta lo suficientemente argentina. Incluso hasta el día de hoy recibo comentarios de cómo hablo tan bien el español" (230330).

Liry responde también a quienes la critican por no etiquetarse como argentina explicando la distinción entre *ius soli* e *ius sanguinis* como principios de pertenencia nacional, mostrando cómo, para la percepción coreana de pertenencia, la raza y la cultura pesan más que el lugar de nacimiento, mientras que la interpretación argentina toma el lugar de nacimiento como único criterio.

En relación con su identidad coreana, explica que también ésta es discutida, esta vez sobre la base de la distancia geográfica y temporal: "También veo comentarios que dicen que no soy coreana porque no nací ni viví en Corea". Como ella misma admite, este hecho también la apela personalmente:

> Más de una vez me he sentido que no me sentía como argentina, por ese lado me siento bastante coreana, pero también he tenido momentos en que tampoco me sentía tan coreana porque cuando iba a Corea o hablaba con gente de Corea había muchos choques. (230330)

En un video de 2019, Liry había expresado esta ambigüedad como una identificación al 50%-50%:

> Esta generación que son hijos de inmigrantes es una generación muy especial donde no se sienten 100% parte de la sociedad, del país donde nacen, y quizá tampoco 100% del país de origen de sus papás. Forman una subcultura. Yo soy 50% argentina, 50% coreana y sumando esas mitades soy un 100% que eso es lo que soy yo. (190823)

En 2023, Liry muestra una maduración en su proceso de identificación que la lleva a sentir de forma completa cada una de estas identidades.

> Hoy en día lo que quiero es ser 100% argentina y 100% coreana, ser un 200%, que uno no reste lo otro. Por más que me haya venido a vivir a Corea, mi argentinidad nunca se va a borrar (…) porque me marca como persona. Y mis raíces coreanas tampoco quiero eliminar y no las quiero perder porque me enriquecen. Llegué a un punto donde me identifico con los dos países, les tengo mucho cariño y ambos me dan mucho orgullo. Por eso me identifico como argentina y como coreana. Me siento cómoda con la etiqueta de coreana argentina. (230330)

Si examinamos los comentarios de los espectadores, hay, en primer lugar, reacciones de aceptación de su dualidad, a veces expresadas en etiquetas como "Coreargentina" (230330) o basadas en la similitud de experiencias: "Como estadounidense de padres inmigrantes, puedo entender totalmente tu experiencia" (231217). Otras se enfocan en el carácter personal de la identidad o en posturas universalistas. "Estoy muy de acuerdo con lo que dijiste, de que es muy personal la identidad cultural" (231217) o "El mundo es demasiado grande como para sentirse de un solo lugar" (231217).

Sin embargo, también se observan reacciones de asignación que exigen una identidad exclusivamente argentina, deslegitimando su identificación coreana: "En pocas palabras nació en Argentina, pero quería ser coreana" (231217), o interacciones que cuestionan su papel como intermediaria cultural:

> De argentina solo su partida de nacimiento. Ella misma cuenta que en su casa sólo hablaban en coreano, veían noticias y programas coreanos, escuchaba música coreana y probablemente todos sus amigos y conocidos fueron argentinos de ascendencia coreana, de hecho hasta su pareja lo es. Como resultado de haberse cerrado en la cultura de sus padres y abuelos, nunca hizo el mínimo intento por familiarizarse con Argentina. ¿Pero qué crees? Sus suscriptores son latinos, entre ellos muchos argentinos y ella jamás admitiría eso porque, si no, perdería todo lo que ha logrado.
>
> Respuesta 1: Tal cual, y ése es uno de los motivos por los que dejé de seguir su canal. Lo cubre, pero no es difícil ver debajo del agua. Igual, los limítrofes hacen lo mismo. Integración cero. Por eso hay que cambiar las leyes de ciudadanía y migración para que sean más restrictivas. (231217)

Finalmente, algunas evaluaciones elogian la riqueza cultural que su doble identidad le aporta (231217), mientras que otras desestiman la etnicidad como relevante para determinar el valor personal: "Liry, coreana, argentina, asiática o sudamericana, lo importante es que eres una gran persona" (230330).

V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Este estudio tenía como objetivo analizar cómo *influencers* coreanos de segunda generación afectan la categorización de su grupo étnico en el ámbito de las redes sociales en español con ocasión de la *Hallyu*, utilizando como material, contenidos selectos del canal de YouTube Liry Onni. A continuación, responderé a las preguntas de investigación planteadas y discutiré brevemente mis hallazgos.

En relación con la presentación de su identidad étnica por parte de Liry Onni, el estudio ha demostrado que utiliza *vlogs* y videos sobre la historia familiar para compartir con naturalidad la experiencia migrante y el estilo de vida del grupo migrante, información que, de otro modo, sería inaccesible a quienes no pertenecen al grupo. Al mismo tiempo, los videos en formato de charla le permiten destacar la distancia entre la cultura coreana y la cultura argentina dominante, y compartir sus procesos internos de identificación, facilitando la comprensión de comportamientos que, vistos únicamente desde fuera, podrían ser malinterpretados o considerados extraños, contrarrestando así procesos de otroización. Finalmente, Liry se posiciona en términos de pertenencia grupal mediante el uso de etiquetas y de otras manifestaciones verbales. En síntesis, Liry emplea diversos formatos comunicativos que abarcan los elementos sociales, culturales y psicológicos

que componen la identidad étnica (Isajiw, 1993), presentando así su identificación étnica en toda su riqueza y complejidad.

En cuanto a la negociación de la identidad, el estudio revela que Liry construye su identidad combinando los caracteres de "coreana + local" junto con una selección de rasgos culturales disponibles tanto en Argentina como en la comunidad migrante. Liry logra esto adoptando o distanciándose situacionalmente de las etiquetas "coreana" y "argentina", así como mediante otros signos verbales de pertenencia grupal.

La segunda pregunta de investigación se interesaba por la recepción de su autopresentación por parte de los espectadores. El análisis de la sección de comentarios del canal Liry Onni muestra que las reacciones a los aspectos externos de su autopresentación son, en general, de aceptación positiva, reflejando tanto el interés por la etnicidad coreana despertado por la *Hallyu*, como la cercanía derivada de su dominio fluido del español, su acento y modismos argentinos, y otros aspectos relacionados con su carácter "local". Este patrón se mantiene en comentarios sobre comparaciones culturales y discusiones sobre identidad, donde numerosos usuarios confirman sus observaciones sobre la cultura argentina o latina, así como sus experiencias como persona bicultural y migrante de segunda generación.

No obstante, también se observa que siempre que Liry expresa su inclinación cultural o pertenencia grupal, las reacciones de asignación –generalmente de identidad argentina– se intensifican. Cuando ella se identifica con aspectos de la cultura argentina o se reconoce como argentina, estas asignaciones se expresan habitualmente como elogios o actos de inclusión. En cambio, cuando se identifica como coreana, las respuestas suelen indicar confusión o sorpresa, sentimientos de decepción, sentido de traición o acusaciones de oportunismo o de falta de honestidad. Este tipo de asignación forzada con frecuencia conlleva evaluaciones negativas de la identidad coreana, calificada de "discriminatoria", "cerrada", "orgullosa" y, en definitiva, ilegítima en el contexto local. Además, se detectan asignaciones regulares de identidad coreana exclusiva, presumiblemente basadas en la apariencia física de Liry, que equivocadamente silencian o niegan su identidad argentina.

Estos hallazgos sugieren que, aunque el discurso argentino sobre la pertenencia nacional ha adoptado un enfoque multicultural desde la década de 2000, concepciones exclusivas de la identidad local como no étnica y la consiguiente presión hacia la asimilación cultural continúan activas, operando para silenciar los rasgos étnicos y la visibilidad de los grupos minoritarios. Asimismo, la memoria de Argentina como una nación "europea" o "europea + aborigen" persiste, excluyendo a los asiáticos de la identidad argentina.

Esta exclusión se refleja también en la persistente insistencia en considerar únicamente el lugar de nacimiento y residencia como criterios para que inmigrantes de segunda generación como Liry se identifiquen como argentinos. Otros factores como las microagresiones racistas, la otredad o la presión hacia la asimilación impuesta por la cultura dominante no se reconocen, a pesar de que los relatos biográficos de Liry Onni muestran cómo dichos factores condicionan fuertemente la pertenencia grupal.

En cualquier caso, el silenciamiento de las etnicidades locales limita severamente la posibilidad de negociar identidades complejas o compuestas. En el imaginario argentino no circulan identidades compuestas, equivalentes a "Asian-American", "African-American" o "Latino" en Estados Unidos, por lo que la identidad del argentino de etnia coreana –la identidad coreana argentina– no está reconocida. La ausencia de términos diversificados para los étnicos coreanos y los ciudadanos coreanos implica que en Argentina no existe un discurso sobre la etnicidad de ciudadanos argentinos que sean coreanos. Esta situación dificulta la expresión de identidades compuestas y perpetúa la tendencia a equiparar identidad étnica y nacional, forzando identificaciones binarias y relegando a las minorías étnicas fuera de los límites de la pertenencia nacional. El uso situacional que hace Liry de las etiquetas nacionales y la confusión que esto genera entre sus espectadores ilustran claramente este fenómeno.

En conclusión, los coreanos de segunda generación aprovechan la ola coreana para definir quiénes son. Según Wimmer (2013), la estrategia de negociación de la identidad que un individuo puede elegir está relacionada con la capacidad de imponer categorizaciones sobre otros o con entornos institucionales que legitiman ciertas categorizaciones (p. 78). Si en el pasado la capacidad de definir el significado de "coreano" en el mundo hispanohablante estaba en manos exclusivamente del grupo dominante, la expansión reciente de la *Hallyu* ha abierto oportunidades para que los coreanos de segunda generación negocien su identidad con el mundo social externo, exponiendo su experiencia de "otros" culturales y creando un amortiguador frente a la presión hacia la asimilación. Sin embargo, la *Hallyu* no determina la identidad de los locales ni parece influir en los discursos argentinos sobre pertenencia, de modo que las tensiones persistentes en la autopercepción del país continúan siendo un desafío para la identificación de los coreanos de segunda generación.

BIBLIOGRAFÍA

Bang, Y., *et al*. (2021). *Does K-pop affect Peruvians' Korean images and visit intention to Korea?* Current Issues in Tourism, 24.

Barth, F. (1969). *Ethnic Groups and Boundaries*. Little, Brown.

Bastia, T., & vom Hau, M. (2014). Migration, race and nationhood in Argentina. *Journal of Ethnic and Migration Studies, 40*.

Bialogorski, M., & Bargman, D. (1996). The gaze of the other: Koreans and Bolivians in Buenos Aires. *Patterns of Prejudice, 30*.

Burgess, J., & Green, J. (2009). *YouTube: Online video and participatory culture*. Polity.

Choi, J. (2015). Loyalty transmission and cultural enlisting of K-pop in Latin America. En J. Choi & R. Maliangkay (Eds.), *K-pop: The international rise of the Korean music industry*. Routledge.

Choi, J., & Maliangkay, R. (2015). Why fandom matters to the international rise of K-pop. En J. Choi & R. Maliangkay (Eds.), *K-pop: The international rise of the Korean music industry*. Routledge.

Choi, Y. (2021). *Korean Wave cultural contents influencing visit intention via cultural familiarity and national image: Focused on Americans consuming the Korean Wave cultural contents* (PhD dissertation). Department on Hospitality and Tourism Management, The Graduate School Sejong University.

Cornell, S. (1996). The Variable Ties that Bind: Content and Circumstances in Ethnic Processes. *Ethnic and Racial Studies* 19, 2.

Courtis, C. (2010). *Discriminación étnico-racial: Discursos públicos y experiencias cotidianas. Un estudio centrado en la colectividad coreana*. Editores del Puerto.

Grimson, A. (2006). Nuevas xenofobias, nuevas políticas étnicas en Argentina. En A. Grimson & E. Jelin (Eds.), *Migraciones regionales hacia la Argentina: Diferencia, desigualdad y derechos*. Prometeo.

Han, B. (2017). K-pop in Latin America: Transcultural fandom and digital mediation. *International Journal of Communication, 11*.

Iadevito, P. (2019). Musical cosmopolitanism: Analysis and reflections on cultural consumption, gender and identities around K-pop in Argentina. En V. Cicchelli, S. Octobre & V. Riegel (Eds.), *Aesthetic cosmopolitanism and global culture*. Brill.

Isajiw, W. (1993). Definition and dimensions of ethnicity: A theoretical framework. En Statistics Canada & U.S. Bureau of the Census (Eds.), *Challenges of measuring an ethnic world: Science, politics and reality*. U.S. Government Printing Office.

Jang, Y. (2016). *4wol satae. Ibyeonghwan oe. Aleuhentina han-in imin 50nyeonsa* ["Incidente de abril", Lee Byeong-hwan *et al*., "50 años de inmigración coreana a Argentina"]. Asociación Coreana en Asia.

Ko, Ch. T. (2014). From whiteness to diversity. Crossing the racial threshold in bicentennial Argentina. *Ethnic and Racial Studies, 37* (14).

Ko, Ch. T. (2016). Between foreigners and heroes. Asian-Argentines in a multicultural nation. En A. Paulina & E. Elena (Eds.), *Rethinking race in modern Argentina*. Cambridge University Press.

Lamont, M., Beljean, S., & Clair, M. (2014). What is missing? Cultural processes and causal pathways to inequality. *Socio-Economic Review*.

Maguire, J. S., & Matthews, J. (2012). Are we all cultural intermediaries now? An introduction to cultural intermediaries in context. *European Journal of Cultural Studies, 15*.

Min, W., DalYoung, J., & Han, B. (2019). Transcultural fandom of the Korean Wave in Latin America: Through the lens of cultural intimacy and affinity space. *Media, Culture and Society, 41* (5).

Montesinos, M. P. (2005). En torno a la diversidad sociocultural. Algunas relaciones posibles entre migraciones, Estado, sociedad y educación en Argentina. En E. Domenech (Ed.), *Migraciones contemporáneas y diversidad cultural en la Argentina*. Universidad Nacional de Córdoba.

Oh, D. (2015). *Second generation Korean-Americans and transnational media: Diasporic identifications*. Lexington.

Oh, Y. (2018). *Pop city: Korean popular culture and the selling of place*. Cornell University Press.

Park, I. Y. (2024). Hallyu and the changing representation of local Koreans. A case study in the Argentine newspaper *La Nación*. *Jaeoehan-in-yeongu [Estudios Coreanos en el Extranjero (SKA)], 66*, 133–168. https://doi.org/10.38184/ASK.2024.66.6

Park, K. (2014). The "foxes" outfoxed: Contestations between Koreans and Jews in South American textile industries. *Dialectical Anthropology, 38*.

Park, Y. (2022). *Aleuhentina han-in 2se-ui jeongcheseong hyeobsang-gwa sahoehwa* [Negociación de identidad y socialización de

coreanos de segunda generación en Argentina] (Tesis doctoral). Departamento de Sociología, Academia de Estudios Coreanos.

Sanders, J. (2002). Ethnic Boundaries and Identity in Plural Societies. *Annual Review of Sociology*, 28.

Sung, S. L. (2012). The role of Hallyu in the construction of East Asian regional identity in Vienna. *European Journal of East Asian Studies, 11*.

Tolson, A. (2010). A new authenticity? Communicative practices on YouTube. *Critical Discourse Studies, 7* (4).

Wimmer, A. (2013). *Ethnic boundary making. Institutions, power, networks*. Oxford University Press.

Yoon, K. (2019). Transnational fandom in the making: K-pop fans in Vancouver. *The International Communication Gazette, 81* (2).

Amalia Petrongolo

TURISMO Y *HAYLLU*: EL IMPACTO DE LA OLA COREANA EN ARGENTINA

1. INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, Corea del Sur ha emergido como un actor central en la economía cultural global a través del fenómeno conocido como *Hallyu* u "ola coreana". Lo que comenzó en los años noventa como exportación regional de dramas televisivos se ha transformado en un entramado transnacional que incluye música pop (*k-pop*), cine, series, plataformas digitales, moda, cosmética, gastronomía y estilos de vida. Este proceso no puede comprenderse exclusivamente como éxito comercial ni como tendencia cultural espontánea.

La expansión del *Hallyu* se encuentra articulada con políticas estatales de promoción internacional, estrategias de diplomacia cultural y consolidación de industrias creativas orientadas al mercado global. En este contexto, la cultura opera como infraestructura estratégica de inserción internacional, lo que Homi Bhabha (1994) denominaría una "narrativa de la nación" proyectada hacia el exterior. El presente artículo analiza cómo este fenómeno impacta en Argentina, particularmente en el crecimiento del turismo hacia Corea del Sur. La hipótesis central sostiene que el *Hallyu* funciona como un dispositivo de circulación transnacional de imágenes que reconfigura imaginarios locales y convierte el deseo simbólico en movilidad efectiva, articulando estudios culturales y relaciones internacionales en una dinámica de *soft power* contemporáneo.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 CULTURA, GLOBALIZACIÓN Y CIRCULACIÓN TRANSNACIONAL

Desde los estudios culturales, la globalización no implica homogeneización, sino circulación compleja de significados. Arjun Appadurai (1996) propone comprender el mundo global a partir de flujos interconectados –paisajes mediáticos, etnopaisajes– que configuran imaginarios transnacionales. En este marco, las imágenes audiovisuales no solo atraviesan fronteras, sino que producen paisajes imaginados que reconfiguran aspiraciones y deseos. El *Hallyu* puede inscribirse en estos paisajes mediáticos como productor de imaginarios aspiracionales que combinan modernidad tecnológica, tradición cultural y narrativa emocional.

Esta expansión en América Latina evidencia que los flujos culturales contemporáneos ya no se organizan exclusivamente desde el eje atlántico occidental, desafiando lo que Said (1978) identificó como el orientalismo hegemónico. Desde la perspectiva de las historias conectadas (Subrahmanyam, 2005), los procesos culturales deben analizarse como redes relacionales y no como trayectorias lineales de exportación. En esta línea, Gruzinski (2000) advierte que las imágenes, al circular globalmente, son apropiadas, resignificadas y reterritorializadas, generando lo que Bhabha (1994) llama un "tercer espacio" de hibridación cultural.

En Argentina, el consumo del *Hallyu* no implica mera recepción pasiva. Los públicos, principalmente jóvenes mujeres, construyen comunidades digitales, aprenden idioma, adoptan prácticas culturales y, en muchos casos, proyectan el viaje como culminación de una experiencia simbólica previa. Se produce así un proceso de territorialización imaginaria: el espacio geográfico se vuelve destino deseado porque ha sido previamente habitado en la esfera mediática. Néstor García Canclini (1995) subraya que el consumo cultural constituye un espacio de negociación identitaria, donde los sujetos elaboran estrategias simbólicas para situarse en un mundo globalizado. Desde esta perspectiva, el turismo inducido por el *Hallyu* puede interpretarse como práctica cultural activa donde los sujetos reconfiguran su relación con lo global.

En este proceso de circulación cultural, resulta fundamental no concebir a los públicos como receptores pasivos de flujos globales. Desde la teoría de la recepción, Stuart Hall (1980) ha señalado que todo mensaje mediático es objeto de procesos de decodificación diferenciada, donde los sujetos pueden negociar, reinterpretar o incluso oponerse a los significados dominantes. En esta línea, el consumo argentino del *Hallyu* no implica mera adhesión acrítica a un producto

cultural extranjero, sino una lectura situada que articula identificaciones, aspiraciones y resignificaciones locales.

Asimismo, los estudios sobre *fandom* han demostrado que las comunidades de seguidores constituyen espacios activos de producción cultural (Jenkins, 1992, 2006). Los *fandoms* de *k-pop* y *k-dramas* en Argentina no solo consumen contenidos, sino que traducen letras, organizan eventos, producen subtítulos, generan análisis narrativos y construyen redes digitales transnacionales. Esta agencia cultural complejiza la noción de circulación y refuerza la idea de que el turismo inducido no es simplemente resultado de una estrategia estatal, sino también efecto de dinámicas participativas y afectivas que exceden la planificación diplomática formal, lo que Ahmed (2004) conceptualiza como "economías afectivas" transnacionales.

2.2 DIPLOMACIA CULTURAL Y *SOFT POWER*

En el campo de las relaciones internacionales, Joseph Nye (2004) conceptualiza el *soft power* como la capacidad de un Estado para influir a través de la atracción cultural y la legitimidad. La cultura se convierte así en recurso estratégico capaz de modelar percepciones externas, complementando el poder militar y económico (*hard power*). Corea del Sur ha institucionalizado esta estrategia mediante organismos como la Korea Foundation, la Korean Creative Content Agency (KOCCA) y la Korea Tourism Organization (KTO). La articulación entre industrias culturales, promoción turística e imagen país revela un modelo integrado de diplomacia cultural que responde a lo que Melissen (2005) identifica como la "nueva diplomacia pública", centrada en la construcción de narrativas de marca-país (*nation branding*) a largo plazo (Anholt, 2007).

Si bien el concepto de *soft power* resulta útil para comprender la proyección cultural surcoreana, su aplicación requiere matices. El poder de atracción no siempre es plenamente controlable por el Estado, especialmente en un ecosistema mediático dominado por plataformas globales y economías digitales descentralizadas. La expansión del *Hallyu* responde tanto a políticas públicas como a dinámicas de mercado, lógicas algorítmicas y apropiaciones comunitarias que pueden escapar a la planificación diplomática tradicional.

En este sentido, la diplomacia cultural contemporánea opera en un espacio híbrido donde Estado, corporaciones culturales y audiencias digitales co-producen significado, lo que Cull (2008) describe como un ecosistema de diplomacia pública multidireccional. El *soft power*, más que instrumento lineal de influencia, debe entenderse como campo relacional donde intervienen múltiples actores y donde los efectos pueden ser contingentes, negociados o incluso contradic-

torios. Esta perspectiva evita una lectura excesivamente funcionalista del fenómeno y permite reconocer las tensiones inherentes a la circulación cultural global.

Sin embargo, la diplomacia cultural contemporánea no es exclusivamente estatal. Como señala Dal Yong Jin (2016), la expansión del *Hallyu* se apoya también en redes digitales y participación activa de audiencias globales. La atracción cultural se amplifica mediante plataformas transnacionales, *fandoms* y economías digitales, generando lo que Thussu (2007) denomina "contraflujos mediáticos" que desafían la hegemonía occidental. Desde una mirada crítica, la industria cultural fue concebida por Adorno y Horkheimer (1944) como mecanismo de estandarización ideológica. No obstante, autores como Iwabuchi (2002) sostienen que los flujos culturales asiáticos representan contra-flujos globales que disputan hegemonía simbólica en un mercado históricamente dominado por Occidente, proceso que él denomina "transnacionalismo popular recentrado".

El *Hallyu*, entonces, puede leerse como fenómeno que combina estrategia estatal, mercado global y apropiación cultural descentralizada. En este entramado, el turismo emerge como efecto estructural de la diplomacia cultural, materializando lo que Appadurai (1996) llamaría el paso del "paisaje mediático" al "paisaje étnico" a través de la movilidad concreta.

3. TURISMO CULTURAL Y DESEO MEDIADO

John Urry (1990) plantea que el turismo se organiza en torno a la "mirada del turista", configurada por expectativas narrativas previas, lo que él describe como un sistema de signos culturalmente codificado: "El turismo es una forma de consumo que se basa en la producción de diferencias, y esta diferencia es establecida y sostenida por una variedad de prácticas sociales y de signos visuales" (p. 3). MacCannell (1976), por su parte, interpreta el turismo como ritual moderno de búsqueda de autenticidad, donde el viajero busca experiencias que contrasten con la rutina de la vida moderna, señalando que "el turista es un peregrino moderno en busca de una autenticidad que siente perdida en la vida cotidiana" (p. 13).

En el caso del *Hallyu*, el consumo audiovisual precede al desplazamiento, estructurando lo que Couldry (2000) denominaría un "ritual mediático" que luego se traduce en peregrinación física. Las locaciones de dramas, estudios musicales y espacios urbanos representados en pantalla se transforman en sitios de peregrinación cultural, lo que Beeton (2005) conceptualiza como "turismo cinematográfico". Kim y Kim (2022) profundizan esta noción con el término turismo inducido por los medios (*media-induced tourism*): el turismo motiva-

do por experiencias mediáticas previas, donde la pantalla actúa como dispositivo de deseo espacial.

El turista argentino no viaja hacia lo desconocido, sino hacia un espacio previamente imaginado y emocionalmente internalizado. El viaje funciona como verificación material de una narrativa simbólica, lo que Tzanelli (2007) describe como la realización de una "fantasía cinematográfica", donde "los paisajes mediáticos se convierten en geografías del deseo, mapeando rutas de movilidad concreta" (p. 45). Este proceso implica una negociación constante entre la imagen idealizada mediática y la experiencia real del destino, generando lo que Edensor (1998) llama una "performance turística" guiada por guiones culturales preestablecidos, donde "el espacio turístico es un escenario performativo, y los turistas son tanto actores como espectadores de su propia experiencia" (p. 84).

4. METODOLOGÍA

El estudio adopta un diseño cualitativo exploratorio-descriptivo, basado en un paradigma interpretativo que busca comprender los significados y prácticas sociales en contexto (Denzin & Lincoln, 2018). Se implementó una estrategia multimétodo que incluyó:

- Análisis documental crítico de políticas culturales surcoreanas, informes de la Korea Tourism Organization (KTO) y documentos de la Korean Creative Content Agency (KOCCA), aplicando un enfoque genealógico (Foucault, 1977) para rastrear la evolución del discurso oficial sobre *Hallyu*.
- Relevamiento etnográfico virtual y análisis de contenido de agencias turísticas argentinas con oferta hacia Corea del Sur, examinando narrativas promocionales, estrategias de segmentación y uso de imaginarios vinculados al *Hallyu*.
- Análisis interpretativo y semiótico (Barthes, 1977) de productos audiovisuales de alta circulación internacional, enfocado en la construcción discursiva del espacio, la estetización del paisaje urbano y la articulación de narrativas de modernidad/tradición.
- Articulación teórica abductiva (Tavory & Timmermans, 2014) con categorías de estudios culturales, sociología del turismo y teoría de las relaciones internacionales, buscando diálogos transdisciplinarios.

Se priorizaron agencias con presencia digital activa y segmentación temática vinculada al *Hallyu*. El estudio no busca establecer causalidad estadística, sino identificar patrones interpretativos y dinámicas simbólicas, en línea con los principios de la teoría fundamentada

(Glaser & Strauss, 1967) para la generación de categorías analíticas emergentes.

El relevamiento de agencias turísticas se realizó entre 2022 y 2024, considerando un total de diez agencias con presencia digital activa y oferta específica hacia Corea del Sur. El análisis se centró en la descripción de paquetes, segmentación etaria, narrativa promocional y referencias explícitas al *Hallyu* como motivación de viaje, utilizando matrices de análisis de contenido temático (Braun & Clarke, 2006).

En cuanto al corpus audiovisual, se seleccionaron producciones de alta circulación internacional disponibles en plataformas globales de *streaming*, priorizando aquellas con fuerte presencia en rankings de audiencia latinoamericana. El análisis tuvo carácter interpretativo y temático, focalizando en representaciones espaciales, construcción estética del paisaje urbano y articulaciones entre tradición y modernidad, desde una perspectiva de análisis fílmico contextual (Bordwell & Thompson, 2017).

Estas delimitaciones metodológicas permiten sostener la coherencia del estudio sin pretensión de exhaustividad estadística, reforzando su carácter exploratorio y analítico dentro de los marcos de la investigación cualitativa en ciencias sociales.

5. EL CASO ARGENTINO: SEGMENTACIÓN, EXPERIENCIA Y TENDENCIAS DE CONSUMO

El relevamiento empírico, basado en el análisis de la oferta de agencias turísticas argentinas, datos de la Korea Tourism Organization (KTO) y estudios de consumo cultural, permitió identificar patrones socioculturales y económicos significativos que evidencian cómo el *Hallyu* se ha convertido en un poderoso motor de movilidad física. Estos hallazgos no solo cuantifican el fenómeno, sino que lo sitúan dentro de marcos teóricos que explican la conversión del capital simbólico en práctica concreta.

5.1. TENDENCIAS CUANTITATIVAS Y CICLOS DE DEMANDA

Los datos macro del turismo receptor en Corea del Sur ofrecen un contexto indispensable. Como se observa en el Gráfico 1, la evolución del turismo internacional hacia Corea muestra una trayectoria elocuente:

Pico pre-pandemia (2018-2019): Coincide con la fase de consolidación global del *Hallyu* 3.0 (Jin, 2016), impulsada por el éxito masivo de grupos como BTS y plataformas de *streaming*.

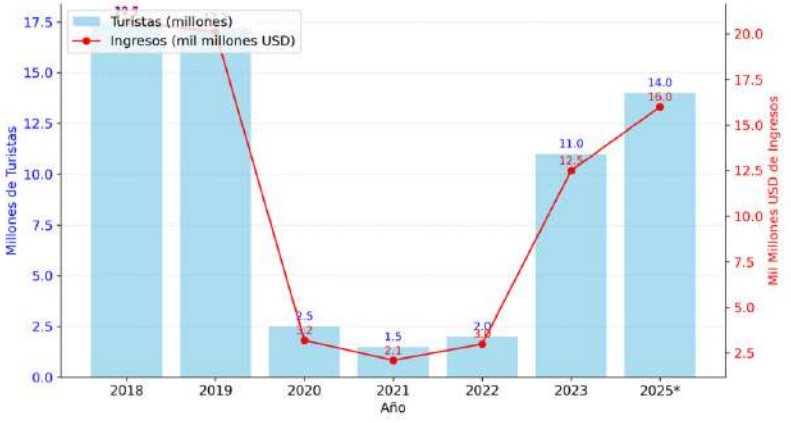
Caída abrupta (2020-2021): Refleja el impacto disruptivo de la pandemia en la movilidad global.

Recuperación acelerada (2022-2025): La curva ascendente post-pandemia no solo indica una vuelta a la normalidad, sino un cre-

cimiento sostenido que sugiere una demanda reprimida y, más importante, una prioridad simbólica reforzada. Este rebote evidencia que el deseo turístico mediado por la cultura es resiliente, persistiendo aun en contextos de restricción económica global, lo que Bourdieu (1984) explicaría como una inversión prioritaria en capital cultural, la cual los sujetos buscan convertir en capital social dentro de comunidades de fans transnacionales.

Gráfico 1

Recuperación del turismo internacional en Corea del Sur (2018-2025)



5.2. PERFIL DEL TURISTA ARGENTINO INDUCIDO POR EL *HALLYU*: SEGMENTACIÓN Y AGENCIA

El análisis cualitativo de la oferta y la demanda permite trazar un perfil multifacético del turista argentino motivado por el *Hallyu*.

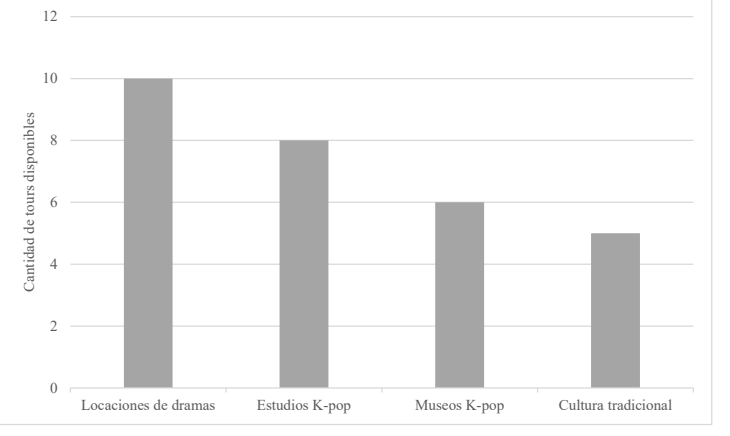
Predominio femenino y juvenil: Aproximadamente el 75% de los viajeros identificados son mujeres entre 18 y 35 años. Esto se alinea con estudios globales sobre fandoms (Chin & Morimoto, 2013), que argumentan que "el *fandom* transcultural es a menudo un espacio donde las identidades de género y generacionales se negocian de forma activa y creativa" (p. 99). Este segmento no es un mero receptor pasivo, sino un agente activo que utiliza el viaje como una práctica de afirmación identitaria y pertenencia comunitaria.

Segmentación etaria y temática diferenciada: La oferta de las agencias revela una sofisticada segmentación que refleja distintas facetas del *Hallyu* y sus públicos:

- Circuitos *k-pop*/*k-dramas*: Dirigidos a adolescentes y adultos jóvenes (ej.: "My Buenos Tours - Circuito JJang+BTS"). Incluyen visitas a estudios de grabación, museos interactivos (como HYBE Insight) y locaciones de dramas.
- Circuitos "Tradicional" o "Esencial": Atraen a un perfil etario más amplio (ej.: "Korea Tour - Circuito Tradicional", "ARG Travel Agency – Circuito Tesoros de Corea del Sur". Combinan patrimonio histórico (Gyeongju, templos) con la modernidad de Seúl, apelando a la dicotomía tradición-modernidad narrativizada en muchos –dramas–.
- Circuitos combinados (Corea-Japón): Orientados a un viajero de mayor poder adquisitivo o que busca optimizar un viaje transcontinental (ej.: "Buteler Viajes – Grupo Corea-Japón"), mostrando cómo Corea se integra a itinerarios asiáticos más amplios.

Gráfico 2

Tipos de experiencias ofrecidas según segmentaciones



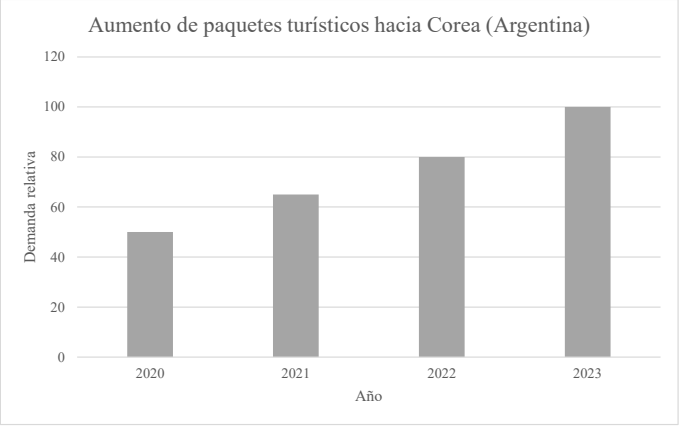
5.3. LA "INCUBACIÓN SIMBÓLICA" Y EL VIAJE COMO RITO DE PASO

Un hallazgo fundamental es la centralidad del consumo digital previo al viaje. Aproximadamente el 90% de los consultados reporta que su decisión de viajar fue precedida por un consumo intensivo y prolongado de contenidos coreanos (*k-dramas* en Netflix, música en YouTube, redes de *fans*). Este proceso funciona como un "periodo de incubación simbólica", donde se construye un imaginario afectivo y geográfico

detallado. Esto ilustra perfectamente el concepto de Appadurai (1996) sobre cómo los paisajes mediáticos "proporcionan los recursos narrativos y las imágenes a partir de los cuales los actores sociales construyen 'guiones' para posibles vidas, que luego pueden impulsar la acción y la movilidad" (p. 35).

Gráfico 3

Análisis de tendencias y ofertas de agencias de viajes



El viaje, por tanto, no es un acto espontáneo, sino la culminación material de un guion simbólico previamente internalizado. Se concibe como una experiencia emocional totalizante que completa un ciclo. En términos antropológicos, esto se asemeja a lo que Graburn (1983) conceptualiza como un "rito de paso" moderno, donde "el turismo funciona como una ceremonia de renovación, separando al individuo de lo ordinario y reintegrándolo con un estatus o perspectiva transformada" (p. 21). El turista regresa no solo con fotografías, sino con una vivencia que valida y profundiza su pertenencia a una comunidad fan transnacional, convirtiendo el capital simbólico acumulado en una experiencia biográfica transformadora.

5.4. CONCLUSIÓN DEL CASO: MÁS ALLÁ DEL DATO, LA RECONFIGURACIÓN DEL DESEO

En síntesis, el caso argentino demuestra que el impacto del *Hallyu* en el turismo trasciende las cifras de crecimiento. Se trata de un fenómeno que:

- Segmenta y sofistica el mercado turístico emisor, creando nichos específicos.
- Empodera a un perfil demográfico específico (mujeres jóvenes) como protagonistas de una movilidad cultural global.
- Evidencia una cadena de valor simbólica que va del consumo digital mediático al desplazamiento físico, materializando los paisajes de Appadurai.
- Convierte el viaje en una práctica de significación identitaria, un ritual moderno que cierra el círculo entre el deseo mediado y la experiencia auténtica (MacCannell, 1976), incluso cuando esa "autenticidad" es buscada en los escenarios mismos de la ficción consumida.

Este proceso consolida a Corea del Sur no solo como un destino turístico más, sino como un escenario geográfico cargado de afecto y significado previo, un claro triunfo de la diplomacia cultural y el *soft power* que logra, en palabras de Nye (2004), "obtener los resultados que se desean a través de la atracción más que de la coerción".

6. DISCUSIÓN

El turismo hacia Corea del Sur evidencia cómo la circulación transnacional de imágenes puede traducirse en movilidad efectiva, materializando el puente entre paisajes mediáticos a etnopaisajes en los términos propuestos por Appadurai (1996). Los paisajes mediáticos, constituidos por flujos audiovisuales, narrativas digitales y estéticas globalizadas, proveen los recursos simbólicos a partir de los cuales los sujetos construyen guiones de vida posibles. En este marco, los etnopaisajes no refieren únicamente a migraciones permanentes, sino a las múltiples formas de desplazamiento que caracterizan al mundo contemporáneo: turistas, estudiantes, trabajadores temporales y comunidades móviles que configuran una geografía dinámica de cuerpos en movimiento (Appadurai, 1996).

En el caso argentino, el *Hallyu* opera como catalizador de esa transición: el espacio coreano es previamente habitado en la imaginación mediática antes de ser recorrido físicamente. La diplomacia cultural surcoreana logra así convertir imaginarios en desplazamientos concretos, operando como un mecanismo eficaz de *soft power*. Sin embargo, este proceso no debe interpretarse como simple penetración cultural. Desde una perspectiva de estudios culturales, el viaje constituye un espacio de negociación simbólica donde se reconfiguran identidades y percepciones. Como señala Hall (1992), las identidades se forman en diálogo con la diferencia y están sujetas a constante reformulación histórica y cultural.

Argentina se integra de este modo a una red global de circulación cultural que excede las lógicas tradicionales centro-periferia, corroborando los argumentos de Thussu (2007) sobre la emergencia de contra-flujos mediáticos en un orden cultural multipolar. El *Hallyu* no elimina las jerarquías globales, pero sí contribuye a reconfigurarlas, desplazando la centralidad simbólica hacia actores no occidentales. En este contexto, el turismo inducido funciona como práctica concreta de resignificación, donde el consumo cultural, en línea con García Canclini (1995) se convierte en espacio de disputa por los significados sociales y por la manera en que los sujetos se sitúan frente a lo global.

6.1. GÉNERO, ECONOMÍA AFECTIVA Y MOVILIDAD: PERFORMATIVIDAD Y AGENCIA EN EL TURISMO HALLYU

El predominio femenino en el turismo argentino inducido por el *Hallyu*, con fuerte concentración en mujeres jóvenes entre 18 y 35 años, no constituye un dato meramente descriptivo, sino una clave analítica central. La movilidad cultural que se activa en torno al *Hallyu* se encuentra atravesada por dinámicas de identificación, deseo y pertenencia que configuran subjetividades generizadas en un marco transnacional.

Desde la perspectiva de la economía afectiva, Sara Ahmed (2004) sostiene que las emociones no residen en los sujetos ni en los objetos, sino que circulan socialmente y "se adhieren" a ciertos signos culturales, produciendo comunidades emocionales. El *k-pop* y los *k-dramas* funcionan como superficies de inscripción afectiva: el amor romántico narrativizado, la ética del esfuerzo meritocrático, la estética cuidada del cuerpo y la intensificación emocional de los vínculos configuran una gramática sensible que interpela particularmente a audiencias femeninas. El viaje hacia Corea del Sur puede leerse así como la materialización espacial de una inversión afectiva acumulada: no se trata únicamente de visitar un territorio, sino de desplazarse hacia el centro simbólico de una comunidad emocional global.

Este proceso se articula con los estudios de *fandom*. Jenkins (1992, 2006) ha señalado que las culturas participativas permiten a los sujetos apropiarse activamente de los textos mediáticos y resignificarlos. En el caso argentino, las comunidades de *fans*, mayoritariamente femeninas, traducen letras, organizan eventos, gestionan redes digitales y producen interpretaciones colectivas. El turismo aparece entonces como extensión performativa de esa agencia: viajar implica inscribir el propio cuerpo en el espacio geográfico que previamente fue habitado en el plano mediático.

Sin embargo, la dimensión corporal introduce una complejidad adicional. Judith Butler (1990, 1993) plantea que el género no es una

esencia estable, sino una práctica reiterada: "el género es la estilización repetida del cuerpo" que produce la apariencia de una identidad coherente (Butler, 1990, p. 45). Desde esta perspectiva, las estéticas del *Hallyu*, cuerpos estilizados, sensibilidad emocional masculina no hegemónica pero cuidadosamente regulada, feminidades delicadas y expresivas, no solo representan modelos culturales, sino que ofrecen matrices performativas. Las *fans* no simplemente consumen esas representaciones; interactúan con ellas en un proceso de identificación y reconfiguración corporal.

El viaje turístico puede leerse entonces como acto performativo ampliado: una reiteración espacial del guion identitario. La visita a locaciones de dramas, cafés temáticos o museos de *idols* implica una puesta en escena del yo *fan*, una corporalización del vínculo afectivo. En términos butlerianos, la movilidad misma se convierte en práctica de reiteración performativa donde el sujeto encarna, negocia o tensiona los códigos de género circulantes.

Aquí emerge la ambivalencia. Por un lado, el turismo *Hallyu* puede funcionar como espacio de agencia femenina transnacional. Mujeres jóvenes del Sur global organizan recursos económicos, planifican itinerarios y atraviesan fronteras geográficas para inscribirse en redes culturales globales. Esta movilidad desestabiliza imaginarios tradicionales que asocian el viaje de larga distancia con masculinidades exploratorias o élites occidentales. El desplazamiento constituye una afirmación biográfica y económica concreta.

Por otro lado, como advierte Angela McRobbie (2009), la cultura popular contemporánea dirigida a mujeres jóvenes articula una lógica postfeminista ambivalente: celebra la autonomía individual mientras reinscribe estándares estéticos y emocionales normativos. Rosalind Gill (2007) describe esta sensibilidad como un régimen de auto-vigilancia donde el cuerpo femenino es simultáneamente empoderado y disciplinado. Desde esta óptica, la experiencia turística puede reproducir guiones románticos heteronormativos y estéticas corporalizadas que intensifican la autorregulación.

La performatividad, sin embargo, nunca es completamente cerrada. Butler (1993) subraya que la repetición abre siempre la posibilidad de variación y resignificación. Las *fans* argentinas no simplemente replican modelos coreanos; los traducen, los hibridan con códigos locales, los reinterpretan en clave latinoamericana. En ese gesto se abre un "tercer espacio" (Bhabha, 1994) donde la identidad femenina se negocia entre imaginarios coreanos y trayectorias biográficas propias.

En consecuencia, la pregunta sobre si el turismo *Hallyu* constituye agencia o reinscripción disciplinante no admite una respuesta bi-

naria. Se trata de un campo de tensión. La movilidad funciona simultáneamente como expansión de horizontes y como espacio atravesado por regímenes estéticos globalizados. El viaje es, a la vez, práctica de empoderamiento y acto de inserción en circuitos de consumo cultural que modelan subjetividades.

Desde esta perspectiva, el *soft power* surcoreano no solo opera en el plano macro de la imagen-país, sino en la microfísica de las prácticas corporales y afectivas. La diplomacia cultural no se limita a proyectar modernidad tecnológica; participa en la producción transnacional de matrices performativas de género. El *Hallyu* no exporta únicamente productos culturales: exporta estilos corporales, sensibilidades emocionales y guiones de intimidad que las audiencias negocian activamente en sus trayectorias de movilidad global.

7. CONCLUSIONES

El *Hallyu* constituye un ejemplo paradigmático de diplomacia cultural contemporánea con fuerte anclaje en dinámicas de circulación transnacional. En el caso argentino, su impacto demuestra que la cultura puede activar procesos de movilidad global y reconfiguración identitaria, funcionando como un "dispositivo de deseo" (Deleuze, 1992) que articula estrategias estatales, industrias creativas y agencia de las audiencias. Como afirma Nye (2004), "el *soft power* surge de la atracción de la cultura, los valores políticos y las políticas exteriores de un país. Cuando nuestras políticas son percibidas como legítimas a los ojos de los demás, nuestro *soft power* se ve reforzado" (p. 10). Sin embargo, este poder es co-construido, evidenciando la advertencia de Iwabuchi (2002) de que "la circulación cultural transnacional nunca es unidireccional ni completamente controlable, sino que involucra procesos complejos de apropiación, negociación y reinterpretación en los contextos locales" (p. 28).

El turismo inducido por el *Hallyu* no es un efecto colateral, sino parte estructural de una arquitectura simbólica que articula industrias creativas, Estado y audiencias globales, conformando lo que se podría denominar un "complejo turístico-mediático transnacional". En un mundo multipolar, la experiencia surcoreana muestra que la cultura puede convertirse en infraestructura diplomática capaz de reorganizar flujos globales desde posiciones no occidentales, ofreciendo un modelo de proyección blanda que otros Estados emergentes podrían emular, pero que, como concluye García Canclini (1995), siempre está sujeto a la agencia impredecible de los públicos: "la globalización nos hace consumidores de todo el mundo, pero nos obliga a reelaborar esos mensajes en el laboratorio cotidiano de la incertidumbre" (p. 15).

BIBLIOGRAFÍA

Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (2002). *Dialectic of enlightenment: Philosophical fragments* (E. Jephcott, Trans.). Stanford University Press. (Trabajo original publicado en 1944)

Ahmed, S. (2004). *The cultural politics of emotion*. Edinburgh University Press.

Anholt, S. (2007). *Competitive identity: The new brand management for nations, cities and regions*. Palgrave Macmillan.

Appadurai, A. (1996). *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*. University of Minnesota Press.

Banet-Weiser, S. (2012). *Authentic™: The politics of ambivalence in a brand culture*. New York University Press.

Barthes, R. (1977). *Image, music, text*. Hill and Wang.

Beeton, S. (2005). *Film-induced tourism*. Channel View Publications.

Bhabha, H. K. (1994). *The location of culture*. Routledge.

Bordwell, D., & Thompson, K. (2017). *Film art: An introduction* (11th ed.). McGraw-Hill Education.

Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Harvard University Press.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology, 3*(2), 77–101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

Butler, J. (1990). *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. Routledge.

Butler, J. (1993). *Bodies that matter: On the discursive limits of "sex"*. Routledge.

Chin, B., & Morimoto, L. H. (2013). Towards a theory of transcultural fandom. *Participations: Journal of Audience & Reception Studies, 10*(1), 92–108.

Couldry, N. (2000). *The place of media power: Pilgrims and witnesses of the media age*. Routledge.

Cull, N. J. (2008). Public diplomacy: Taxonomies and histories. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science, 616*(1), 31–54. https://doi.org/10.1177/0002716207311952

Deleuze, G. (1992). What is a dispositif? In T. J. Armstrong (Ed.), *Michel Foucault: Philosopher* (pp. 159–168). Harvester Wheatsheaf.

Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2018). *The SAGE handbook of qualitative research* (5th ed.). Sage.

Edensor, T. (1998). *Tourists at the Taj: Performance and meaning at a symbolic site*. Routledge.

Foucault, M. (1977). *Discipline and punish: The birth of the prison*. Vintage Books.

García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*. Grijalbo.

García Canclini, N. (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados: Mapas de la interculturalidad*. Gedisa.

Gill, R. (2007). *Gender and the media*. Polity Press.

Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Aldine.

Graburn, N. H. H. (1983). The anthropology of tourism. *Annals of Tourism Research, 10*(1), 9–33. https://doi.org/10.1016/0160-7383(83)90025-2

Gruzinski, S. (2000). *La guerra de las imágenes: De Cristóbal Colón a "Blade Runner" (1492–2019)*. Fondo de Cultura Económica.

Hall, S. (1980). Encoding/decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Eds.), *Culture, media, language* (pp. 128–138). Hutchinson.

Hall, S. (1992). The question of cultural identity. In S. Hall, D. Held, & T. McGrew (Eds.), *Modernity and its futures* (pp. 273–326). Polity Press.

Iwabuchi, K. (2002). *Recentering globalization: Popular culture and Japanese transnationalism*. Duke University Press.

Iwabuchi, K. (2015). *Resilient borders and cultural diversity: Internationalism, brand nationalism, and multiculturalism in Japan*. Lexington Books.

Jenkins, H. (1992). *Textual poachers: Television fans and participatory culture*. Routledge.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.

Jin, D. Y. (2016). *New Korean Wave: Transnational cultural power in the age of social media*. University of Illinois Press.

Kim, S., & Kim, S. (2022). Media-induced tourism and the Korean Wave: A global mobility perspective. *Journal of Tourism and Cultural Change, 20*(3), 345–362. https://doi.org/10.1080/14766825.2021.1916204

MacCannell, D. (1976). *The tourist: A new theory of the leisure class*. Schocken Books.

McRobbie, A. (2009). *The aftermath of feminism: Gender, culture and social change*. Sage.

Melissen, J. (Ed.). (2005). *The new public diplomacy: Soft power in international relations*. Palgrave Macmillan.

Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. PublicAffairs.

Said, E. W. (1978). *Orientalism*. Pantheon Books.

Subrahmanyam, S. (2005). Connected histories: Notes towards a reconfiguration of early modern Eurasia. *Modern Asian Studies, 31*(3), 735–762.

Tavory, I., & Timmermans, S. (2014). *Abductive analysis: Theorizing qualitative research*. University of Chicago Press.

Thussu, D. K. (2007). *Media on the move: Global flow and contra-flow*. Routledge.

Tzanelli, R. (2007). *The cinematic tourist: Explorations in globalization, culture and resistance*. Routledge.

Urry, J. (1990). *The tourist gaze: Leisure and travel in contemporary societies*. Sage.

Urry, J., & Larsen, J. (2011). *The tourist gaze 3.0*. Sage.

SOBRE LOS AUTORES

Ji Young Song. Antropóloga cultural. Ph.D. en Antropología, Universidad Nacional de Kangwon, Corea del Sur. Tesis doctoral: *"La creación del espacio étnico coreano y la comunidad en Argentina"*. Profesora del *Center for Global Diaspora Studies*, Chonnam National University. Investiga actualmente la dimensión pública de la salud migrante y la historia regional, abordadas a través de la historia oral. Sus intereses académicos más amplios incluyen políticas estatales, antropología histórica y de archivos, lo público, derechos laborales y la historia oral como metodología de investigación.

Carolina Mera. Doctora en Antropología Social y Etnología Urbana, École des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS), París. Doctora en Ciencias Sociales y Licenciada en Sociología, Universidad de Buenos Aires (UBA). Decana de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA (2018-2022). Directora del Instituto de Investigaciones Gino Germani (IIGG) en dos períodos (2005-2009; 2014-2018) y de la Maestría en Investigación en Ciencias Sociales de la UBA (2007-2010). Coordinadora del Área de Relaciones Internacionales del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) (2011-2013). Profesora Titular de Sociología de las Migraciones Internacionales en la Facultad de Ciencias Sociales (UBA). Es investigadora del

CONICET con sede en el Instituto de Investigaciones Gino Germani de FSOC, UBA. Fundadora de la Asociación de Estudios Coreanos en Argentina (AAEC) y promotora de redes latinoamericanas, coordinó durante más de una década financiamientos de la Fundación Corea para el desarrollo de estudios coreanos en Argentina y América Latina. Su producción académica abarca libros, capítulos y artículos en revistas nacionales e internacionales con foco en migraciones en Argentina, migración coreana y china y estudios sobre Corea, y ha participado en congresos y encuentros académicos alrededor del mundo —incluidos los Congresos Mundiales de Estudios Coreanos y programas en la University of California, Los Angeles (UCLA), así como en diversas instituciones de América Latina y España—, de trayectoria en su campo.

Hye Hyun Son. Ph.D. en Estudios Hispánicos en Korea University (KU) y Ewha Womans University (EWU) en agosto de 2008, con la tesis titulada "*A Comparative Analysis of the Support Change between PJ and UCR in Menem's Reformative Government (1989–1999)*". Maestría en Estudios Latinoamericanos en Chung Ang University (CAU) en febrero de 1999, con la tesis "*A Study on South American Integration*". Su formación académica combina análisis político comparativo y estudios latinoamericanos, enfocándose en integración regional y reformas políticas. Ha participado en proyectos de investigación y publicaciones internacionales vinculadas a la historia política de América Latina y la diplomacia cultural de Corea.

Ji Hye Son. Ph.D. en Sociología por la Universidad de Corea, se especializa en migración, diáspora coreana y estudios latinoamericanos. Ha llevado a cabo trabajo de campo en Brasil y Argentina y cuenta con múltiples publicaciones revisadas por pares sobre identidad bicultural e integración de inmigrantes. Actualmente se desempeña como profesora de investigación en Glocal Multicultural Education Research Center (GMERC), Sun Moon University (SMU).

Camila Evelyn González. Licenciada en Enfermería. Trabaja en el Hospital Austral. Cuenta con experiencia en el ámbito hospitalario y un interés académico en las transformaciones sociales y su impacto en la salud mental. Participó en el XIII Congreso en Tucumán, donde presentó una ponencia, y actualmente forma parte del grupo de jóvenes de la Asociación Argentina de Estudios Coreanos (AAEC). Su trabajo se centra en el análisis de las narrativas sobre bienestar psicológico en diferentes contextos culturales.

Nafkin Sofia Arregui Groenewold. Tesista de la Licenciatura en Ciencia Política, Universidad Nacional de Mar del Plata (UNMdP). Diplomada en Estudios Coreanos, Universidad del Salvador (USAL). Miembro del Grupo Joven de Investigadores de la Asociación Argentina de Estudios Coreanos (AAEC). Becaria de Investigación en el marco del Programa de Estímulo a la Vocación Científica (2024) por el Consejo Interuniversitario Nacional (CIN). Fue delegada de Argentina para la "2023 Global Youth Summit" en Corea del Sur, organizada por el Ministerio de Igualdad de Género y Familia de la República de Corea.

Celeste Castiglione. Licenciada en Ciencia Política y Sociología, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires (FSOC-UBA). Posgrado en Ciencia Política y Sociología, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO). Doctorado en Ciencias Sociales (UBA). Investigadora Independiente del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Trabaja en el Instituto de Estudios en Contextos de Desigualdades (IESCODE), Universidad Nacional de José C. Paz (UNPAZ). Vicepresidenta de la Asociación Argentina de Estudios Coreanos (AAEC).

Jin Suk Bae. Obtuvo su doctorado en el Departamento de Estudios Americanos de la Universidad de Brown. Su interés académico se centra en la investigación de la diáspora coreana, tanto a nivel regional como global, y en particular en la migración, ya sea directa o múltiple, de surcoreanos. La Dra. Bae es autora de *Korean Immigrants from Latin America: Fitting into Multiethnic New York* (Lexington Books, 2021). Es coautora del libro *Newcomers and Global Migration in Contemporary South Korea* (Lexington Books, 2020). Asimismo, ha publicado artículos en revistas académicas, como «*Transnational Student Mobility: Educational and Social Experiences of Mixed-Race Koreans in Seoul*» (2020) y «*Diaspora, Mobility, and Food Culture: Continuity and Change in Dietary Habits and Foodways among Korean Return Migrants from Latin America*» (2021).

Sergio Gallardo García. Licenciado en Sociología, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), maestro y doctor en antropología por el Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS)-Ciudad de México. Se ha especializado en estudiar la migración coreana en México, así como la problematización de los estudios coreanos en América Latina. Actualmente coordina el Seminario Sociologías de Asia en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, donde es profesor docente en asignaturas de teoría sociológica y geografía humana.

Yun Jung Im. Coordinator and associate professor at the Korean major, Department of Oriental Languages and Literatures, University of São Paulo. Presented research on the impact of hallyu over the Bom Retiro neighborhood, in the 4th (2016), 6th (2018) and 7th (2019) editions of the World Congress of Hallyu Studies (WAHS – World Association of Hallyu Studies) and in the 9th (2021) and 10th (2023) editions of EECAL.

Insang Hwang. Director-General at the Department of International Trade and Economic Security Studies of the Institute of Foreign Affairs and National Security (IFANS) of the Korea National Diplomatic Academy (KNDA); Former Consul General at the Korean Consulate General in São Paulo and Deputy Consul General at the Korean Consulate General in Los Angeles; MLS degree in Legal Studies from Korea University and PhD student in Global Korean Studies at Sunmoon University

Gabriela Cecilia Cho. Licenciada y Profesora en Letras Clásicas por la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires (FFyL- UBA), investigó sobre el rol de la mujer en la Grecia Antigua como adscripta de la materia Lengua y Cultura Griegas en la cátedra de Cavallero-Frenkel (2018–2020). Difunde la cultura coreana a través de notas, charlas y redes sociales (@vox_coreana, @mujeres_sin_confort y @__reuna), abordándola desde una perspectiva feminista y antirracista.

Jessica Lissette Quijano Herrera. Candidata a doctora en Economía y Empresa por la Universidad de Málaga (España). Su investigación se centra en el turismo educativo, el poder blando y los estudios coreanos. Ha sido becaria de la Korea Foundation e investigadora sobre el impacto del *Hallyu* en la movilidad académica. Actualmente se desempeña como coordinadora de la Escuela de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad Pedagógica de El Salvador (UPED).

María del Valle Guerra. Doctora en Traducción y Estudios Interculturales por la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), máster en Ciencias Sociales por la Universidad de Palermo (UP) y licenciada en Estudios Orientales y experta en Extremo Oriente por la Universidad del Salvador (USAL). Miembro de la International Confucian Association (Beijing, China), se desempeña como docente en universidades de Argentina y España, ha trabajado como periodista en Canal 9 y ha ejercido la dirección del Museo Nacional de Arte Oriental.

Solange Ernestina Gómez. Estudiante de Ciencias Políticas en la Universidad Nacional de Tres de Febrero (UNTREF), con formación en idiomas y culturas euroasiáticas —Corea, China, Japón, Türkiye, Bharat e Indonesia—. Miembro de la Red de Estudios Comparados de Asia y el Medio Oriente (REDCAEM), posee diplomas en Estudios Coreanos por la Universidad del Salvador (USAL) y en Derecho Constitucional de América Latina y el Caribe (LAC) por la Universidad de Alicante (UA). Su investigación se centra en sistemas políticos comparados, cultura, geopolítica, migración, inteligencia artificial y derechos humanos.

Irene Yung Park. Doctora en Teología por la Universidad de la Santa Cruz en Roma, Italia, y en Sociología por la Academia de Estudios Coreanos en Corea. Desde 2009 ha combinado su actividad docente en Yonsei University, en Corea, y en la Catholic International University, en Estados Unidos, con la investigación y publicación en temas de sociología cultural, transculturalismo, identidad étnica y globalización. En los últimos años se ha dedicado al estudio de la identidad y el mundo social de los inmigrantes coreanos en Argentina, publicando estudios y artículos sobre la identidad de los migrantes de la generación 1.5, la identificación de los migrantes de segunda generación, y la representación mediática de la inmigración coreana en Argentina.

Amalia Petrongolo. Profesora de Historia en la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de La Plata (FaHCE-UNLP), integrante del Centro de Estudios Coreanos (CeCOR) del Instituto de Relaciones Internacionales (IRI-UNLP) y maestranda en "Historias y Culturas de Asia y África" en la Universidad de Buenos Aires (UBA). Colabora en la Cátedra de Historia de Asia y África de la FaHCE-UNLP, participando activamente en proyectos académicos e investigaciones vinculadas a la región.

VOLUMEN 2
ESTUDIOS COREANOS EN AMÉRICA LATINA. DIÁLOGOS Y TRANSFORMACIONES EN EL MUNDO GLOBAL

PARTE 1
DEBATES SOBRE POLÍTICAS PÚBLICAS E IMPLICANCIAS EN EL SISTEMA DEMOCRÁTICO

- Industrias creativas y desarrollo económico en Corea: estrategias de política pública en la era digital
  Armando Renato Balderrama Santander
- Corea del Sur en la era de la IA: estrategia, innovación y proyección global
  Bárbara Bavoleo, Matías Benítez, Desirée Chaure
- Globalización, democracia y desigualdad en Corea del Sur
  Juan Felipe López Aymes
- Corea del Sur, hoy: entre las mañanas claras y los robots "suicidas"
  José Luis León-Manríquez

PARTE 2
DINÁMICAS DIPLOMÁTICAS, MIGRATORIAS Y COMERCIO INTERNACIONAL

- Alimentos, geopolítica y oportunidades: el nuevo mapa comercial entre Corea del Sur y América Latina en tiempos de incertidumbre global
  Camilo Alberto Pérez Restrepo
- Gastrodiplomacia asiática en México: el caso de la República de Corea
  Karla Noemí Padilla Martínez
- Dinámica del comercio de Corea del Sur y México con economías de APEC
  Ángel Licona Michel
- Dinámicas migratorias entre México y la República de Corea
  Nayelli López Rocha
- Políticas Migratorias en Corea del Sur y Argentina: su impacto en dos realidades demográficas contrastadas e insertas en el contexto de las dinámicas Sur-Sur
  Agustina Saavedra
- Iniciativas de crecimiento verde de Corea del Sur y Brasil: un análisis comparativo de las políticas e innovaciones que impulsan la sustentabilidad
  Gilmar Masiero y Marcelo Rhenius de Oliveira
- El desarrollo de la industria del hidrógeno en Corea del Sur. ¿Qué lecciones se pueden aprender para su desarrollo en Argentina?
  Emiliano Dicósimo
- La Guerra de Corea como mecanismo de poder blando en Colombia y América Latina
  Andrés Eduardo Vivas Díaz
- La participación de la República Argentina, Brasil y Corea del Sur en el Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas desde 1946 a 2025
  Francisco Antonio Tita

PARTE 3
RELATOS, REPRESENTACIONES Y MIXTURAS

- El *Tripitaka* coreano. El más importante caso del grabado en Asia Oriental. Cultura escrita e identidad en transformación
  Patricia Noemí Duarte

- El viaje de un alfabeto: del *Hunminjeongeum* al Hangeul latino. Caligrafía, arte y literatura en diálogo
  Ji Ye Kim, Florencia Acosta y Andrea Karina Cardozo González

- El Centro Cultural Coreano y la promoción del patrimonio cultural material e inmaterial en Argentina
  María Florencia Seráfica

- Breve panorama de las conexiones de artes plásticas entre la República de Corea y la Argentina
  Lucía Rud, y Eliana Kim

- *Mirroring*: reapropiación feminista de espacios digitales por juventudes surcoreanas, el caso de Megalia y Womad
  Idalia Miroslava Rosado Chong

- Identidades trasnacionales y pasados incómodos: la esclavitud sexual de mujeres en Corea como memoria trasnacional
  Gina Catherine León Cabrera

- Mujeres migrantes en Corea del Sur: dinámicas laborales, afectivas y procesos adaptativos
  Fernanda Carolina Valladares Pérez y Sabrina Lourdes Rodríguez Chellew

- Violencia y representación de la memoria colectiva en *Imposible decir adiós* de Han Kang: hermenéutica de la condición humana
  Valentina Figueroa Muñoz

- Las disputas de identidades durante la ocupación japonesa: una aproximación teórica
  Julián Mesas

- Batallones fantasmas. Crónicas rioplatenses sobre la Guerra de Corea
  Dante Alejandro Anderson

- Kim Sun-myung y el largo camino hacia la democratización de Corea del Sur
  Luciano Martín Lanare

Este libro constituye el primer tomo de la colección *Estudios Coreanos en América Latina* y reúne una selección de trabajos presentados en el XI Encuentro de Estudios Coreanos de América Latina (XI EECAL), realizado en septiembre de 2025 en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. El encuentro fue organizado por el Instituto de Investigaciones Gino Germani de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, con el auspicio de la Academy of Korean Studies (AKS) y la colaboración de la Asociación de Estudios Coreanos de Argentina (AAEC).

Desde el primer Encuentro, celebrado en 2003, estas reuniones se proponen difundir en el ámbito académico de habla hispana la experiencia de Corea del Sur, un país que en pocas décadas ha logrado consolidar una democracia estable y un notable proceso de desarrollo basado en la educación, la ciencia y la tecnología, convertido hoy en un caso de estudio a nivel global.

Los artículos reunidos en este volumen ofrecen análisis y reflexiones sobre diversos aspectos de la migración coreana en América Latina. Se examinan los procesos de integración y diálogo social, cultural y económico, enmarcados en las dinámicas del mundo global y en las nuevas formas de intercambio propias de las migraciones contemporáneas. El libro presta especial atención al caso argentino, en el contexto de la conmemoración del 60.º aniversario de la llegada de residentes coreanos al país.

Colección Seminarios y Jornadas - **IIGG**

ISBN 978-950-29-2086-3

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES IIGG GINO GERMANI
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES · UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES