

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE SOCIÓLOGO

CON MENCIÓN EN RELACIONES INTERNACIONALES

EL PODER BLANDO COMO HERRAMIENTA DE LA POLÍTICA

EXTERIOR: EL CASO DE COREA DEL SUR Y LA EMERGENCIA DE LA

CULTURA *KPOP* EN QUITO, EN EL PERÍODO RECIENTE

GÉNESIS DANIELA CARVAJAL RIERA

DIRECTORA DE TESIS: DANIELA SOLANO CÓRDOVA

QUITO - ECUADOR

2023

Contenido

Introducción	3
Capítulo 1: Poder blando y política exterior: el caso de Corea del Sur.	
1.1 Poder blando: concepto, instrumentos y debates desde Occidente.....	9
1.2 La cultura como herramienta del poder blando en la política exterior.....	21
1.3 Un instrumento del poder blando coreano: la Industria <i>Hayllu</i>	28
Capítulo 2: Dimensiones culturales en las relaciones bilaterales Corea con Ecuador.	
2.1 Evolución de las relaciones entre Corea y Ecuador.....	40
2.2 Instrumentos culturales del poder blando en las relaciones de Corea con Ecuador.....	46
2.3 Influencia y práctica del <i>Kpop</i> entre los jóvenes de Quito.....	50
Conclusiones.....	54
Bibliografía.....	58
Anexos.....	62

Dedicatoria

Esta disertación está dedicada cariñosamente a mi madre, quien con su apoyo, aliento y amor constante me ha sostenido a lo largo de mi vida.

Y a mis abuelos, idos para siempre lejos de nuestros ojos amorosos y que han dejado un vacío que nunca se llenará. Aunque su trayecto en esta vida haya terminado, habitarán en mí y en los niños a quienes criaron con tanto cariño y dedicación, a quienes les transmitieron sus valores y el amor que compartiremos por siempre. Los amo y extraño más allá de las palabras.

Agradecimientos

Quisiera agradecer a todas las personas que contribuyeron de alguna manera al trabajo descrito en esta tesis. En primer lugar, agradezco a mi tutora, la profesora Daniela Solano, quien contribuyó a mi formación académica, dándome libertad intelectual en mi trabajo, apoyando los varios declives, comprendiendo mis tiempos, mi salud mental y exigiendo una alta calidad de trabajo.

A mis tías, que han sido también mis madres, amigas y que han llevado de la mano en todos los caminos que he enfrentado, tanto como cuando era niña, levantándome del suelo cuando caía, como cuando adulta ya he tenido fracasos. A mis primos, les agradezco ser la imagen clara de las cualidades buenas que dejaron nuestros abuelos, pero sobre todo el que crezcan y les den su brillo a sus vidas con su luz propia, alumbrando a su vez la mía.

Agradezco a mi padre porque con su forma de ver la vida crió a una mujer amable, con sed de ayudar a los demás. A mi hermano, por llevarme de la mano en los momentos más difíciles de mi vida, porque su amistad y compañía han sido el pilar más importante y prioritario de mi camino a la adultez, por decirme siempre que nunca me va a faltar nada mientras esté conmigo y por regalarme su sonrisa y comprensión.

Finalmente, quiero agradecer a mi madre, que con amor infinito me ha dado todas las herramientas para formarme en mi vida, que me ha dado el coraje para buscar mi voz propia, quién ha sido la persona más admirable y ejemplar que he conocido, por mi infancia feliz, por su mano firme cuando fue necesario y por su paciencia cuando era niña y lloraba porque no me quería peinar, en mi adolescencia rebelde, y enseñándome a enfrentar mis pérdidas con las palabras adecuadas. Jamás podré retribuir todo lo que ha hecho por mí, pero tendrá siempre mi eterna gratitud y amor.

Introducción

La presente tesis analiza al movimiento “*Hallyu*” como estrategia del poder blando surcoreano. Se denomina “*Hallyu*” u “Ola Coreana” al fenómeno de popularización de la cultura popular surcoreana, a partir de los elementos que la forman: *K-pop*, *K-dramas*, tendencias de moda, productos de belleza, gastronomía y aprendizaje de la lengua coreana; cuya expansión en diversas regiones del mundo, incluyendo Ecuador, ha tenido un éxito irrefutable. (Ocaña & Sandra, 2019)

Este fenómeno se desarrolló a partir de los años noventa, gracias a la contribución tanto de actores públicos como privados de Corea del Sur, y se ha hecho más evidente durante la última década, a través de la transmisión de producciones de cine y televisión surcoreanas, así como de la vigorosa expansión de su industria musical a diferentes públicos y culturas, generando como reacción una progresiva curiosidad e interés por parte de los consumidores extranjeros. (Ocaña & Sandra, 2019)

Un hecho que llama la atención es el caso concreto de estudiantes y jóvenes a nivel global que escogen Corea del Sur como su destino académico o laboral, debido a su interés y apreciación por la cultura del antes mencionado país; dicho interés que se tiene su inicio en la llegada de la “Ola Coreana” a sus países de origen. Según reportes de “*Global Hallyu*”¹ de *Korea Foundation*, los fans a nivel mundial han alcanzado la cifra de 100 millones en el 2020, comparado con 6.7 millones de fans que existían cuando apenas se popularizaba el *Kpop* en 2012. La curva dio un salto en el año 2017 donde existían 73 millones de fans, mientras que para 2019 la cantidad fue de 89 millones de

¹ Documento oficial del gobierno coreano, actualizado cada año, que trata específicamente el fenómeno *Hallyu* en el mundo.

fans en 113 países. (Korea Foundation, 2012). Estos datos ilustran el crecimiento exponencial y el nivel de influencia a nivel mundial de dicho fenómeno en la actualidad.

Por otro lado, en el área académica de las Relaciones Internacionales es cada vez más relevante el concepto de poder blando propuesto por Joseph Nye² que, en las teorías más tradicionales como el realismo, no era tomado en cuenta al momento de diseñar una estrategia diplomática. Este nace a raíz de la teoría de la interdependencia compleja, que es desarrollada ante la necesidad de un poder que no sea tan agresivo y supere las capacidades materiales tradicionales. Al ser el creador y precursor del término de poder blando, Nye será el principal autor a estudiar en este documento. Para el desarrollo de esta tesis, se tomarán en cuenta varios de sus libros más importantes y significativos, como son: *The Power Game: A Washington Novel* (2004), *Soft Power: The Means to Success in World Politics* (2004), *The Powers to Lead* (2008) y *The Future of Power* (2011); desde los cuales se extraerán los conceptos principales que servirán de guía en la realización del tema a desarrollar.

A partir de la propuesta de poder blando de este autor y sus aportes en los libros antes mencionados, la importancia de este concepto se ha ido reconociendo paulatinamente a nivel mundial. Diversos países lo usan activamente como herramienta en sus estrategias de política exterior, incluido Corea del Sur.

Este trabajo nace por la inquietud de encontrar las características que permiten a los jóvenes quiteños incorporar entre sus preferencias y referentes un producto cultural diferente a aquel con el que han crecido. Además, comprender de qué manera lo articulan

² Profesor de la Universidad de Harvard y decano de su Escuela Kennedy de 1995 a 2004. A más de sus actividades académicas, fue calificado en 2008 como el académico más influyente en el campo de la política exterior estadounidense. En 2011, la revista *Foreign Policy* le nombró uno de los 100 mejores pensadores globales.

en sus prácticas culturales diarias. Es decir, si la integración de uno de los elementos culturales como el *Kpop* incide de forma favorable en la noción que tienen de Corea del Sur.

El impacto de la cultura de un país en la población se reproduce mediante procesos de globalización, que son flujos que están en constante cambio principalmente en cuanto a la comunicación interpersonal y organización, así como también en la reproducción de identidades colectivas. Las redes sociales y el uso constante del internet en los jóvenes provocan que las tendencias y culturas globales se combinen con la cultura de cada sociedad.

Pese a que los principales factores de la globalización, el capitalismo y los medios de comunicación de masas se encuentran involucrados en la sociedad, más allá de cambiar o modificar la cultura, lo que generan es un medio por el cual se puede dar la cooperación, el intercambio y la comunicación de una forma más global. Es decir, estos mecanismos preparan el terreno para que los productos culturales y los principales ideales políticos y económicos funcionen en todas las sociedades. Por otra parte, también es cierto que en la actualidad el proceso del poder blando interviene directamente con el desarrollo de la cultura en cada sociedad, consecuencia principal de la comercialización de la cultura. (Ednika, 2015).

En este documento, se busca conocer cómo la incorporación de un producto cultural de carácter global facilita una interconexión entre dos países aparentemente distintos como lo son Corea del Sur y Ecuador, y cómo, a su vez, logra concentrar en los jóvenes quiteños y en sus procesos de socialización simbólicas que se manifiestan en el *Kpop*, identificando cómo se han visto influenciados hacia la cultura coreana a partir de él.

Para dicho propósito, se estudiará la conceptualización del poder blando y los elementos de la cultura *Kpop* que Corea del Sur ha implementado como instrumento de su política exterior y cómo este tiene influencia en los jóvenes de la capital de Ecuador.

Capítulo 1: Poder blando y política exterior: el caso de Corea del Sur

1.1 Poder blando: antecedentes, conceptos, instrumentos y debates desde Occidente

Para conocer el origen del término poder blando es necesario estudiar de antemano los diferentes significados de poder y su rol dentro de las relaciones internacionales. Antes de ahondar en el significado de poder blando, Nye (2003) trató de conceptualizar el poder utilizando el significado del diccionario. Según él, en los términos más simples, el poder es la capacidad de influir en el comportamiento del oponente para lograr los resultados deseados.

La definición tradicional del poder acuñada por Nicolás Maquiavelo, considerado el padre del desarrollo del poder en su libro *El Príncipe*, atribuye la máxima prioridad de este a la seguridad del Estado. Asimismo, dice que los esfuerzos de continuación y supervivencia de un Estado forman la base de todos los demás propósitos. Según el autor, lo importante es obtener el poder y, a su vez, es irrelevante el método para conseguirlo (Ari, 2001).

A partir de esta descripción, Maquiavelo critica extensamente la visión moralista de la autoridad. Para él no existe una base moral sobre la cual juzgar la diferencia entre usos legítimos e ilegítimos del poder. Más bien, la autoridad y el poder son esencialmente iguales: quien tiene el poder tiene derecho a mandar; pero la bondad no asegura el poder y la persona buena no tiene autoridad en virtud de ser buena. (Maquiavelo, 2019)

Así, en oposición directa a una teoría moralista de la política, Maquiavelo dice que la única preocupación real del gobernante político es la adquisición y el mantenimiento del poder. En su libro más célebre *El Príncipe*, pretende reflejar el realismo político de un autor que es plenamente consciente sobre la base de la experiencia directa con el gobierno florentino, de que la bondad y el derecho no son suficientes para

ganar y mantener un cargo político. Maquiavelo busca así aprender y enseñar las reglas del poder político. El poder define característicamente la actividad política y, por lo tanto, es necesario que cualquier gobernante exitoso sepa cómo usarlo. Sólo mediante la aplicación adecuada del poder, afirma Maquiavelo, se puede conseguir que los individuos obedezcan y el gobernante pueda mantener el Estado a salvo y seguro (Maquiavelo, 2019).

Para lograr el objetivo deseado, todos los estados intentan usar su poder de manera efectiva. Considerando el proceso histórico, el poder es la herramienta más importante para alcanzar la meta deseada, ha estado sujeto a algunos cambios a lo largo del tiempo desde una perspectiva conceptual. El análisis abierto de estos cambios dificulta determinar la definición y demarcación del concepto. Y, en consecuencia, el poder se ha considerado la superioridad en términos de factores y dimensiones diferentes. En el pasado, por ejemplo, solamente con recursos medibles como grandes extensiones de tierra y una gran población, era suficiente que un país determine la intensidad del poder (Lord, 2006)

Joseph Nye y Robert Keohane (1987) argumentaron que en la era de la interdependencia, la naturaleza misma de las relaciones internacionales cambió y el mundo se volvió más subordinado en todos los aspectos, especialmente en lo económico. Esta teoría intentó sintetizar las perspectivas realista y liberal. No rechazó del todo el realismo, sino que planteó la preocupación de situaciones en las que las suposiciones y explicaciones tradicionales de los realistas no eran suficientes.

Así es como nace la teoría de la interdependencia compleja, que incluye la influencia de otros actores además del Estado y el papel fundamental del intercambio cultural internacional, busca superar la fuerza militar, y añadir actores transnacionales.

De hecho, este enfoque teórico desarrollado en la década de 1970 y muy influyente hasta el día de hoy, es asignado a la escuela liberal-institucional o neoliberalismo en el estudio teórico de las Relaciones Internacionales.

La interdependencia se ha utilizado ampliamente en los análisis de la política internacional en un intento por comprender la voluntad de los Estados de establecer alianzas cooperativas entre sí en condiciones de anarquía y dependencia. Al tiempo que enfatiza la creciente importancia de las organizaciones internacionales (OI) y las corporaciones multinacionales, se dice que esta teoría anticipó el fenómeno de la globalización; contexto tan importante que potenció el desarrollo del poder blando y sus componentes, como se explicará más adelante. (Nye & Keohane, 2002).

En el presente caso de estudio, esta teoría permite analizar la generación de intercambio cultural y la promoción del entendimiento mutuo de los países. Adicionalmente, en este contexto, ante la necesidad de alternativas para manejar el poder, se habla por primera vez del poder blando.

Nye (2005) propone que el poder blando parte de la base histórica de un país, la geografía, la pluriculturalidad, el manejo adecuado de la economía, los patrones sociales, el desarrollo democrático, la prevalencia e impacto de las organizaciones de la sociedad civil, la infraestructura científica y tecnológica; y, los valores como el arte y el deporte que la vida social produce en el sentido intelectual; siendo la cultura y su influencia las que guiarán este trabajo. Define el poder blando como el impulso de poder de un país creado por todas las posibilidades y oportunidades que el mismo posee aparte de la fuerza militar directa, que permitan garantizar los resultados que atraigan a las personas sin obligarlos. En resumen, el poder blando se basa en la capacidad de dar forma a las

preferencias de los demás sin el uso de la fuerza tradicional y siendo atractivo para otros países.

Al examinar los conceptos del poder duro y poder blando, ambos se distinguen claramente por su naturaleza y definición; sin embargo, ambos buscan que un país tenga la condición de influir en otro. Cuando se estudia el funcionamiento del poder en el sistema internacional, desde sus inicios hasta el presente, se nota que la pretensión para evitar la guerra ha sido el resultante de las combinaciones de poder que conducen los propios esfuerzos de un país para cambiar el *statu quo* (Polanyi, 2009). En la modernidad, en el caso de Corea del Sur, se trata más bien de tener la competitividad para afirmarse en una posición positiva y hegemónica frente al mundo.

Cuando una nación determina la política mundial internacional, es capaz de obtener los resultados que desea al garantizar que sus países objetivos le sigan y admiren. Esta estrategia es más efectiva que determinar la agenda de la política mundial e influir en otros obligándolos a cambiar con el uso de condiciones económicas o militares, un gobierno que asusta y oprime a las personas nunca puede lograr y mantener un éxito sostenible, el uso de la fuerza que se basa en el consentimiento siempre es más efectivo en el orden internacional (Cox, 2004).

Los líderes de los países deben aprovechar sus recursos de poder blando y ejercer su autoridad para las políticas nacionales e internacionales. En el orden mundial moderno, no es importante utilizar solamente la amenaza de la fuerza militar o las sanciones económicas para obligar a otros a cambiar; sino también establecer la agenda en la política mundial y atraer a otros países. Esto es poder blando, es decir, convencer a los países objetivo de querer lo mismo que quiere el país que lo ejerce, atraer al elemento en lugar de forzarlo (Nye, 2005).

En esa línea, después de la Segunda Guerra Mundial y de la Guerra Fría, Estados Unidos (EE. UU.) demostró ser la única superpotencia de finales del siglo XX y el uso del poder blando le trajo una gran cantidad de beneficios en los asuntos exteriores. Con sus elementos de poder blando, logró construir una gran cultura política extranjera. Tal poder demostró ser una herramienta efectiva para cambiar fácilmente los hechos de acuerdo con el tiempo, por lo que EE. UU. cumplió su tarea como el cabecilla, cuando fue llamado a intervenir al surgir problemas en el ámbito internacional (Sumer, 2008).

Después de la Segunda Guerra Mundial, Estados Unidos y la Unión Soviética participaron en una competencia para ganar el dominio en el área económica, política, social y militar. Así, se dio lugar a un nuevo conflicto: la Guerra Fría. Esta lucha de poder bipolar terminó con la desintegración de la Unión Soviética en 1991 (Bromley, 2008). Después de la Guerra Fría, la propagación de la democracia, el crecimiento y desarrollo excesivos de los medios y el progreso de movimientos de protesta de la sociedad civil global cambió la naturaleza del poder y, tal como lo conceptualizó Nye, en ese período, las políticas basadas en el poder blando cobraron mayor importancia.

Aunque el poder blando a veces tiene un impacto directo en propósitos específicos de un país, tiene más efectos en una nación que está tratando de alcanzar propósitos generales. Por ejemplo, el poder blando tiene efecto sobre la esencia de la estructura económica, como la tecnología de producción, el modelo de organización corporativa, la ciencia de gestión, la estrategia de marca y la innovación. (Singh, 2017)

Vale la pena también comprender el poder inteligente o *smart power*, que se refiere a la combinación estratégica de poder duro (fuerza militar y económica) y poder blando (diplomacia, cultura y valores) para alcanzar objetivos de política exterior. Este término se acuñó para subrayar la importancia de utilizar una conjugación de

herramientas y enfoques para abordar retos globales complejos. El poder inteligente es mencionado por primera vez en 2004 y reconoce que confiar únicamente en la fuerza militar o en la diplomacia puede no ser suficiente en el mundo interconectado de la actualidad. En su lugar, aboga por un enfoque más matizado y global de las relaciones internacionales; donde, aprovechando una combinación de recursos de poder duro y blando, un país puede aumentar su influencia, establecer relaciones y abordar eficazmente los problemas mundiales. Estas condiciones se cumplen en el caso de estudio, pues como se demostrará más adelante, el impacto cultural del *Kpop* es tan notorio tanto dentro de Corea del Sur, como internacionalmente, que tiene influencia directa en la economía surcoreana. (Nossel, 2004)

Que un país desarrollado tenga los recursos no es suficiente, se debe convertirlos en poder real en el sentido de lograr los resultados deseados; por lo que además requiere estrategias bien diseñadas y un liderazgo hábil, lo cual también es una característica tanto del poder blando como del poder inteligente.

Por otro lado, los recursos y herramientas que forman el poder blando son amplios y se pueden dar muchas veces a través de actividades de capacitación, deportes, teatro, música o cine. Un ejemplo claro de cómo el poder blando de un país tiene influencia directa en otro, es la cultura popular estadounidense y las películas de Hollywood, siempre latente y renovándose constantemente en la mayoría de los países del mundo, creando interés y curiosidad. Corea del Sur es otro ejemplo claro de esto, desde el cine hasta la música: el *Kpop*, normalmente conformado por grupos de hombres o mujeres que bailan y cantan en sincronía, nació como referencia a los *boygroups* y *girlgroups* estadounidenses, grupos conformados por chicos y chicas jóvenes, respectivamente.

Promover el poder blando únicamente no es suficiente. Para Nye, además de poseer el dominio o la autoridad sobre todos los demás países, también se debe saber mantenerlo y masificarlo; de esto dependerán las relaciones entre ambas naciones. Por ello, si no evalúan las posibilidades que se requieren o el poder blando se basa solamente en una trampa o engaño, se perderá el estatus nuevamente o no se podrá obtener los resultados que se desean. El poder blando es una forma de poder pasivo. Los países donde se aplica deben desear seguir los valores, la prosperidad o la cultura del país que tiene el poder blando. Esta es la segunda cara del poder y, en algunos casos, el país en el que se aplica no reconoce que tal fuerza se emplea a él.

La interdependencia compleja mencionada con anterioridad, contraria a los fundamentos del realismo, no se centra en las capacidades militares y económicas, sino en el apareamiento de actores transnacionales *vis-à-vis* del Estado, es decir se aleja del concepto tradicional, en el caso de Corea del Sur, existen grandes empresas como *JYP entertainment*, o *HYBE labels*, que se encargan de producir grupos de *Kpop*, con tanto éxito que sus audiciones son internacionales, con el idioma inglés como base.

La interdependencia compleja adquiere su fuerza motriz con la llegada de la sociedad red, la cual se refiere a la estructura social resultante de la interacción entre la organización social, el cambio social y un paradigma tecnológico constituido en torno a las tecnologías digitales de la información y la comunicación (Castells, 2004). La sociedad red viene presentando ciertos rasgos comunes que son determinados por los entornos culturales e institucionales en los que se desenvuelve. En pocas palabras, la red no tiene centro, sólo nodos. Todos los nodos de una red son necesarios para el funcionamiento de la misma. Esto se ajusta a la interpretación de la interdependencia

compleja, y muestra la posible interconexión entre un fenómeno cultural de ámbito regional y su impacto en el mundo.

Así pues, las industrias nacionales de Corea que proporcionaron una infraestructura y un apoyo cruciales a la industria musical, como los sectores de la electrónica y las empresas privadas, también han mostrado un fuerte crecimiento en las últimas décadas. El desarrollo de estas corporaciones de entretenimiento sentó las bases para la rápida industrialización y digitalización de la industria musical coreana. La tendencia a la globalización cultural, unida al avance de las tecnologías de comunicación por Internet y los medios digitales, también impulsó la demanda de música pop coreana en los mercados mundiales.

Se puede decir que, aunque los académicos y profesionales de mentalidad normativa pueden estar inclinados a argumentar a favor de tomar medidas de poder blando antes de recurrir al poder duro por todos aquellos resultados efectivos que con éste se ha experimentado, el poder blando en sí mismo no es de naturaleza normativa. Simplemente, representa una forma de poder que, al igual que el poder duro, puede ejercerse con nobles y reprobables intenciones (Nye, 2011).

En concordancia con lo anteriormente expuesto, en este documento se trabaja bajo el enfoque neoliberalista, desde la interdependencia compleja, ya que pone un énfasis importante en los valores compartidos, la cooperación y la influencia basada en la atracción y persuasión para promover los intereses nacionales y lograr objetivos comunes. Además, este enfoque teórico del poder blando incluye diferentes aspectos y mecanismos bajo el término global, ya que es aplicable tanto las esferas económicas, política, social y cultural; y, por eso, se considera increíblemente extenso, así como atractivo, pues cualquier categoría podría ser abarcada.

Dado que el poder blando es la rasgo de atraer a otro país, inquieta saber qué genera esta atracción; sin embargo, para responder a esto, hay que buscar las características que provocan esta persuasión. Hay al menos tres formas genéricas de poder de las que se derivan tanto el dominio como su blandura. Para resumir y facilitar el análisis de estas, serán descritas como "benevolencia, inteligencia y belleza".

La benevolencia es un aspecto de las relaciones de un actor poderoso con los demás, especialmente con el receptor del poder blando. Se refiere a las actitudes positivas que se expresan cuando se trata con los demás actores, la benignidad del poder funciona en la tendencia de altruismo recíproco que existe en la mayoría, si no en todos, los organismos. Los Estados pueden expresar su benevolencia simplemente prestando atención a los demás, escuchándolos en foros internacionales o entablando diálogos con Estados extranjeros, ya sean bilaterales o multilaterales. Visto desde esta perspectiva, el multilateralismo es una forma de benevolencia que los Estados pueden utilizar para proyectar poder blando, éstos también pueden demostrar su benevolencia al promover la paz. De hecho, los Estados agresivos a menudo se involucran en la retórica de la paz para promover sus imágenes de falsa benevolencia y crear el mito de la benevolencia.

Aunque la benevolencia se puede expresar retóricamente o por conversaciones verbales que se hagan entre naciones, su señal será más fuerte cuando se refleje en acciones, mismas que pueden incluir una variedad de formas de ayuda económica, asistencia humanitaria y apoyo diplomático.

También, los gobiernos pueden establecer programas de incentivos para extranjeros, estudiantes extranjeros y profesionales, jóvenes en particular. La benevolencia es la principal moneda de cambio que generan estos programas, pero la belleza y la inteligencia también pueden ser un producto. Por ejemplo, si los estudiantes extranjeros tienen

formación en otro país distinto al natal, profesarán tanto los conocimientos como la cultura del país receptor. La benevolencia puede manifestarse con más fuerza cuando un gobierno dedica tiempo, energía y dinero a cultivar socios extranjeros, manteniendo un contacto frecuente y cercano con ellos, ya sea a título personal u oficial.

Otra manera de usar la benevolencia como estrategia ideal de política exterior consiste en saber utilizar el poder para limitar los efectos del *animus dominandi* que, por definición, es el acto de ofrecer una donación a otro país, recibiendo de éste su gratitud. (Álavez-Salamanca, 2015)

Por otro lado, la inteligencia es un aspecto de las relaciones del actor con su meta de atraer al otro, se refiere a la búsqueda de perfiles alto rendimiento, la inteligencia del poder trabaja sobre la tendencia a aprender de los éxitos de otros. Genera poder blando a través de la producción de admiración.

La belleza es un aspecto de las relaciones de los actores con ideales, valores, causas o visiones. La belleza del poder funciona como la tendencia a buscar la unión con Estados de ideas afines, la tendencia a unir fuerzas con aquellos que persiguen el mismo objetivo, la necesidad de apoyo y orientación moral (incluida la necesidad de una comunidad moral y reivindicación), y la necesidad de experiencia estética. La belleza genera poder blando a través de la producción de inspiración.

La conducción de las políticas internas y externas sobre principios normativos proporciona una forma de proyectar el poder blando a través de la belleza y, hasta cierto punto, también de la benevolencia. La cultura universalista y los principios liberales que prevalecen en los países occidentales pueden presumiblemente mejorar el atractivo de estas sociedades a los ojos de la mayoría de los ciudadanos comunes del mundo. Mientras

que una serie de élites de los países en desarrollo siguen criticando la democracia liberal como una forma decadente de vida, las corrientes migratorias mundiales sugieren que más personas prefieren la vida en una democracia liberal que en una sociedad autoritaria.

Se ve la confluencia de la benevolencia, inteligencia y belleza en la política surcoreana, también, ya que abundan los ejemplos del atractivo sociocultural de Corea del Sur, pero ¿qué hay de las esferas económica y política? En el ámbito económico, el poder blando puede tener su origen en la ayuda y la consiguiente buena voluntad que se espera que fomenten estas iniciativas, con la esperanza de que los países beneficiarios hagan suyos determinados valores e ideales. En este caso, el poder blando no es el dinero como transacción financiera per se, sino el halo circundante en forma de impulso a la reputación. Si se habla de un ámbito político, observamos una situación similar: los líderes y responsables políticos surcoreanos parecen dispuestos a aprovechar su influencia cultural para promover los ideales democráticos o los derechos humanos, o más en general sus propias visiones del mundo. En otras palabras, Corea del Sur está adoptando un enfoque más cauteloso a la hora de promover principios y normas políticas. Su vecino, Japón, no ha dejado de promover la ayuda democrática como parte de su política exterior. China, deliberadamente o no, está exportando todo tipo de principios y normas a través de su Iniciativa de la Franja y la Ruta, el plan maestro de Xi Jinping está creando o ampliando varios canales de conectividad desde los que puede originarse el poder blando, como a través de infraestructuras físicas y digitales (por ejemplo, ferrocarriles de alta velocidad, puentes, puertos, redes 5G, ciudades inteligentes), o interacciones entre personas (por ejemplo, programas de intercambio, prácticas, conferencias, talleres).

Por el momento, Corea del Sur podría ser incapaz (y no estar dispuesta) a competir directamente con China, o incluso con Japón, pero la Nueva Política del Sur -introducida

en 2017- podría ser un paso en la dirección correcta. Gracias a ella, los lazos con la ASEAN y la India podrían reforzarse en ámbitos como las infraestructuras y la innovación digital, impulsando así su reputación como actor internacional capaz y fiable.

La conducta de la política exterior a través de instituciones y organizaciones internacionales es otro canal a través del cual los estados señalan benevolencia y belleza; y, como resultado, proyectan poder blando. Dentro de los acuerdos institucionales se espera que cumplan las normas acordadas por otros, también que escuchen a los demás, se tome en serio sus intereses y se sientan limitados en su comportamiento. Por tanto, las instituciones y organizaciones internacionales proporcionan un escenario en el que los estados pueden generar benevolencia y ejercer poder blando colectivamente.

A medida que las instituciones establecen la agenda, también pueden ayudar a gratificar de manera no coercitiva los intereses de los actores que originalmente dieron forma a las instituciones. Las instituciones internacionales a menudo reflejan los valores, causas y visiones genuinamente adoptados por la mayoría de los estados fundadores y miembros. Para estos países, las instituciones internacionales brindan una herramienta de poder blando basada en la belleza.

Dicho esto, el poder blando de Corea del Sur consiste tanto en desarrollar recursos atractivos como en promocionarlos ante audiencias extranjeras. El principal instrumento para ello es la diplomacia pública. Los gobiernos pueden decidir forjar alianzas con entidades privadas locales o extranjeras para idear y difundir sus logros e iniciativas, como cuando conceden viajes de intercambio cultural a aficionados internacionales o becas a estudiantes de países en desarrollo.

Si se trata del poder blando en la política exterior de Corea del Sur, se puede hablar de cómo el país ha invertido en becas, poniendo en marcha programas de movilidad como

la Beca Corea Global. Los estudios demuestran que la iniciativa parece tener éxito, ya que "los beneficiarios evalúan más positivamente a Corea" tras sus programas de movilidad.

1.2. La cultura como herramienta del poder blando en la política exterior.

Todos los elementos de la categoría cultura están contenidos dentro del poder blando. Y esta, en términos generales, se considera que comprende los materiales y la riqueza espiritual creados en la historia de la sociedad humana, y su núcleo son los valores. (Haneş & Andrei, 2015)

En un sentido más estricto, la cultura es una ideología social, así como los sistemas e instituciones relacionados con ella, incluidas las ideas, el pensamiento político, la legislación, la moral, el arte, la religión y la ciencia. Sin embargo, también se puede decir que, desde cualquier ángulo que se mire, la cultura no es estática sino un proceso dinámico de esta ideología social. La cultura está también relacionada con la política y la economía, por lo que se la puede considerar como una herramienta del poder inteligente. (Moore, 2023)

La cultura y la educación influyen igualmente en la calidad de los recursos humanos, así pues, invertir en ellas y en la preparación de profesionales en el área cultural le da al país poder mediático. Y así, su influencia en la escena internacional puede abarcar relaciones exteriores y la capacidad de contribuir a la comunidad internacional.

El poder blando es un poder intangible, pero no es un espejismo. Su formación, desarrollo y consolidación está relacionada con los antecedentes históricos de su nación, con el entorno nacional e internacional, en particular. Sólo el poder blando que cumple con el curso principal de la historia puede desarrollarse de manera constante. En las sociedades modernas, el poder blando tiene estrechos vínculos con el desarrollo científico

y técnico, con el desarrollo económico, la sociedad de la información y en las características culturales de cada país. Las principales características culturales dentro del poder blando son las siguientes: tradicionalidad, difusión, cambio y dependencia.

A partir de la tradicionalidad, el poder blando de cada país es, en particular, la fuente más importante de su poder cultural, que se convierte en una realidad después de una evolución histórica a largo plazo de la forma de pensar de su pueblo, de su ideología, tradición cultural, costumbres étnicas, sistema social, régimen económico, estilo de vida, etc. En este proceso, cada elemento del poder blando siempre recibe la influencia de la tradición cultural, y cada cultura tiene su propio camino de desarrollo. El poder blando se desenvuelve en este movimiento circulatorio, contradictorio pero progresivo, que lleva las marcas de su propia tradición, específica de cada nación.

La difusión significa la capacidad del poder blando de propagarse y competir en el flujo de la revolución de la información y el desarrollo de la sociedad del Internet. El poder blando cruza las fronteras geográficas, de tiempo y espacio, para dar poder al progreso de la sociedad y tener un impacto tremendo en el estilo de vida y el comportamiento estándar de la especie humana. En la sociedad internacional donde interactúan los poderes blandos de más países, la competencia y la rivalidad se vuelven inevitables, lo que lleva a conflictos y disputas. De todos modos, en el contradictorio proceso de difusión, los poderes blandos, al mismo tiempo, se atraen y promueven entre sí, suelen alcanzar una identidad colectiva al interactuar, se adaptan, enseñan e imitan mutuamente.

En cuanto al cambio, el poder suave no es una entidad estática sino un proceso dinámico. Es un gran sistema cambiante, en el que la formación y el tránsito del poder dependen del movimiento contradictorio de sus diversos componentes. La estrategia

nacional, la ética nacional, el poder diplomático, el poder cultural y educativo, así como la calidad de la gobernanza, requieren un período de tiempo más corto para formarse, desarrollarse y cambiar, en contraste con otro elemento, como la nacionalidad. Estas incertidumbres y cambios son mayores, por lo tanto, son más fáciles de adaptarse y sobrellevar.

La dependencia habla sobre cómo el poder blando y el poder duro pueden ser interdependientes, como es el caso del *smart power*. Mientras desarrolla su fuerza material, un país debe desarrollar también el poder de sus valores internos. El poder blando requiere un rico contenido cultural y juega un papel mental en la práctica. Se requiere poder blando para desarrollar e implementar los objetivos nacionales, así como para movilizar y unificar la voluntad nacional.

Para Hanes y Andrei, (2015) se puede decir que el poder blando es una especie de poder mental ya que todos sus elementos se encuentran contenidos en la categoría cultura, y el núcleo de esta son los valores. En cuanto al contenido de la cultura, en términos generales, se considera que comprende los materiales y la riqueza espiritual creados en la historia de la sociedad humana. En un sentido más estricto, se cree que la cultura es la ideología social, así como los sistemas e instituciones relacionados con ella, incluidas las ideas, el pensamiento político, la legislación, la moral, el arte, la religión y la ciencia. Sin embargo, desde el ángulo en que se mire, la cultura no es una entidad estática sino un proceso dinámico. Como poder blando, la cultura también es capaz de relacionarse con la política y la economía.

Actualmente, se consideran los siguientes temas como relevantes, en términos de competencia por el poder blando: las relaciones entre los derechos humanos y la soberanía nacional, el control y la influencia sobre las instituciones internacionales, el

empleo de la economía de mercado para imponer la cultura, y la lucha por una mejor posición de los medios de comunicación, contradicciones y colisiones provocadas por cuestiones étnicas y religiosas.

El aumento de la competencia con respecto al impacto de un país y de su cultura en la escena global implica: poder económico, poder científico y tecnológico, poder de defensa y poder cultural. La universalidad cultural de un país, los comportamientos, la sociedad, el lenguaje, la mentalidad que, según estudios antropológicos, se comparten en la mayoría de sociedad humanas, y su capacidad para determinar normas, reglas y regímenes para gobernar el comportamiento internacional representa los recursos clave del poder de ese país. Joseph Nye (2008) aprecia que el poder se puede estimar en función de la cohesión de un país, de su popularidad cultural global y de su papel dentro de las instituciones internacionales. Muchos países han optado por fortalecer la competitividad y la influencia internacionales mediante el desarrollo cultural. Dentro de la competencia por el poder en la esfera internacional, el poder duro de un país no puede mejorarse sin el desarrollo del poder blando. Sin embargo, muchas naciones casi siempre ponen más énfasis en la rivalidad en términos de poder, descuidando, al mismo tiempo, la competencia por el poder cultural.

Debido a la influencia del poder blando en las relaciones internacionales, las potencias mundiales han formulado maneras para que su imagen frente a otros países sea más atractiva, algunos ejemplos son: el ex primer ministro japonés Nakasone propuso un plan estratégico para crear un país culturalmente desarrollado que suponía dejar de lado las minorías en Japón, unificando a toda la población para generar la imagen de una sociedad lineal ideal donde todos cumplen las normas. Al contrario, en Estados Unidos

se busca un nivel de tolerancia a la diversidad para mostrarse más empático e inclusivo frente a los demás.

Existe una tendencia en la cual los países compiten en tener mayor visibilidad global de su poder cultural, ya que es éste en el cual el plano internacional se mueve en la actualidad: mientras mejor el manejo cultural, será más efectivo el poder blando de un país. Aunque los países menos desarrollados están en una posición desventajosa en la competencia por el poder blando, el poder de los actores más débiles no debe descuidarse, ya que son estos los consumidores, si pierden interés en un país, buscarán a otro.

En la evolución de las relaciones internacionales, el poder blando representa un motor que impulsa las relaciones entre estados. Este poder blando de un país proviene de: ideología, sistema social, su mecanismo organizativo, estilo de vida, modelo de desarrollo, tradiciones culturales, valores nacionales, características étnicas, creencias religiosas, recursos informativos, interdependencia o confianza mutua. En este sentido, el poder blando puede traducirse a poder cultural.

Se considera que el impacto del poder cultural en las relaciones internacionales deriva en un filtro de conocimiento, dado que juega un papel importante en el proceso de toma de decisiones que involucra a los líderes políticos, quienes toman decisiones a la luz de las percepciones culturales específicas de su país.

La cultura es un instrumento de orientación en la toma de decisiones. Los países tienen diferentes preferencias estratégicas que tienen sus raíces en las experiencias tempranas de la formación del estado y que están influenciadas, hasta cierto punto, por las características psicológicas, políticas, culturales y cognitivas del estado y de sus líderes políticos. Los conceptos culturales influyen fuertemente en la forma en que los líderes nacionales consideran los problemas políticos y, a menudo, determinan las

soluciones que eligen para resolver los problemas, tanto individual como colectivamente. Por lo tanto, el estudio de la cultura es indispensable para estos líderes. El uso correcto de una herramienta como la cultura representa el nivel de confianza social internacional. La competitividad de una nación depende de una característica universal única, que es la confianza social. Algunos países tienen un mayor nivel de confianza social, otros tienen un nivel más bajo, lo que influirá en el grado de cooperación en las relaciones internacionales, porque significará que sean aceptados con mayor o menor facilidad dentro del país objetivo. Además, influye en la cooperación, siendo un modelo para estructuras sociales y económicas, influyendo en el comportamiento y la perspectiva de la comunidad mundial. También es importante para la integración internacional, que tiende a la unificación y homogeneización.

Por consiguiente, la cultura como poder blando, es también una causa profunda del desarrollo del modelo de relaciones internacionales contemporáneo. La transición en términos de configuración y ajuste de las relaciones internacionales entre las grandes potencias es realmente un ajuste de las relaciones de interés; compartir está estrechamente relacionado con la orientación de los valores y esta a su vez, representa el núcleo de la cultura.

La cultura se configura como una especie de poder blando que debe desempeñar su papel en las relaciones internacionales a través de algunos medios tangibles como la política y la economía. Los medios de comunicación, la competencia económica entre marcas famosas, así como la batalla psicológica dentro del sistema militar, son parte de la competencia entre poderes culturales. Con la globalización de la economía mundial, los intereses nacionales se superponen cada vez más y la interdependencia internacional se está expandiendo.

El aumento de intereses comunes fomentará el aprendizaje mutuo y la integración entre diferentes culturas. Dado que el grado de integración de las diferentes culturas aumenta proporcionalmente disminuye la intensidad de los conflictos culturales. Vale la pena mencionar aquí que existen diferencias culturales incluso entre países que comparten la misma tradición histórica. Por ejemplo, dentro de la actual Unión Europea, que ha logrado la unificación monetaria, los países miembros no disminuyen sus diversos caracteres culturales.

Los fundamentos del poder global están cambiando, a medida que la globalización se hace sentir cada vez más. Aunque el poder blando sea complicado de medir, existe un Índice Global de Poder Blando, que es un notable intento de hacerlo mediante una cuidadosa selección de criterios destinados a evaluar el poder de atracción. El índice clasifica la familiaridad, reputación e influencia global de cada país, emparejándolas con siete categorías de características atractivas: Comercio, Relaciones Internacionales, Gobernanza, Patrimonio cultural, Medios de Comunicación, Educación y Ciencia.

Este índice, publicado por primera vez en 2020, se amplió para incluir la respuesta COVID-19 como categoría adicional de análisis. En 2020, Corea del Sur ocupaba el puesto catorce, EE.UU. el primero, mientras que sus vecinos Japón y China eran cuarto y quinto respectivamente. En 2021, Corea del Sur subió al doceavo puesto, EE.UU. bajó al sexto, China cayó al octavo, mientras que Japón entró en el podio en el segundo lugar, Alemania fue el primero. En 2022, Corea del Sur ascendió un puesto hasta el onceavo lugar, mientras EE.UU. recuperó el primer puesto, China recobró algo de terreno y fue cuarto, seguido de Japón en el quinto lugar. Al observar más de cerca las puntuaciones reales, Corea del Sur pasó del 48,3 en 2020, al 51,3 en 2021 y al 52,9 en 2022. En general,

esto significa que el atractivo del país ha ido creciendo, pero algunos otros países han obtenido mejores resultados. (Brand Finance, 2023)

La construcción cultural es estratégicamente vital para el desarrollo del poder de un país, para el aumento del poder blando, así como de las contribuciones y la influencia internacional. El poder blando que gira en torno al poder cultural juega y seguirá desempeñando un papel importante y duradero en la evolución de las relaciones internacionales y en la configuración global.

1.3 Un instrumento del poder blando coreano: la Industria *Hayllu*

Durante la última década, la cultura coreana se ha vuelto inmensamente popular en todo el mundo, incluso en países tan distantes a Corea como Perú y Ecuador. Al mismo tiempo, las exportaciones de mercancías de consumo de origen coreano, especialmente a países que están muy influenciados por *Korean Wave* o *Hayllu*, han aumentado; por ejemplo, las exportaciones de cosméticos coreanos se han multiplicado por más de diez durante 2004-2014 (Cabello S, 2014).

El *Korean Wave* se construye en dos medidas: primero, un panel de datos de las exportaciones de televisión coreana (incluidos dramas, música y programas de entretenimiento) entre países durante 1997 y 2014, y segundo, un índice de popularidad de la cultura pop coreana en cada uno de los otros países, sobre la base de estadísticas, informes y resultados de encuestas publicados por varias agencias e instituciones del gobierno coreano. (Jun J.O, 2015).

Aquí se encuentra que los países que se caracterizan por un mayor individualismo, un índice de masculinidad más alto y una proximidad religiosa más cercana a Corea son

más entusiastas con los programas de televisión coreanos (Hofstede et al., 2010). Luego se analiza el impacto de la *Korean Wave* y se encuentra que las exportaciones de las mercancías coreanas responden principalmente a la exportación de novelas, música y entretenimiento en sectores que se caracterizan por ser consumistas, más no en los bienes de capital.

La Inversión Extranjera Directa (IED) coreana se centra mayormente en sectores caracterizados por un alto contenido cultural como el entretenimiento, la radiodifusión y la educación. Los restaurantes también se ven influenciados positivamente por las exportaciones de televisión coreana: la gente quiere probar los platillos que ve en escenas. Los impactos heterogéneos entre sectores apoyan un efecto de causalidad del *Hayllu* en las exportaciones de mercancías y la IED.

Durante la última década, la cultura popular coreana, especialmente los dramas de televisión y programas musicales junto con sus personajes, actores y figuras asociadas, se ha vuelto inmensamente popular en todo el mundo. Este fenómeno se llama la "Ola Coreana" o "*Han-Ryu*", término que fue acuñado por los medios chinos a finales de la década de 1990 y ahora se usa comúnmente a nivel global. (Korean.net, Ministry of culture, sports and tourism, 2018).

Aunque el *Kpop* es más conocido en occidente, son las telenovelas coreanas las que inicialmente lideraron la ola en Asia, muchos países de Oriente Medio y Sudamérica. La Ola Coreana comenzó en China con la serie dramática coreana denominada: "*What is Love All About?*", que se transmitió varias veces en la Estación Central de Televisión China (CCTV) en 1997. El drama registró una participación de audiencia del 15% (la segunda más alta para un programa extranjero en ese momento), lo que significa que más de 150 millones de habitantes de China lo vieron.

Desde entonces, el público chino se ha interesado por otros dramas coreanos, así como de sus actores, actrices y cantantes; como si hubieran descubierto un territorio completamente nuevo. Mientras tanto, la llegada de la ola a Japón se remonta a 2004 cuando la cadena televisiva NHK TV emitió la serie dramática coreana *Winter Sonata*.

El resultado fue sensacional, con un índice de audiencia del 22,5%. Después de eso, el drama recibió múltiples repeticiones y, para su cuarta ejecución, la NHK TV lo transmitió con subtítulos en japonés para satisfacer la solicitud de la audiencia de preservar la voz de las estrellas coreanas, lo cual era muy inusual para la televisión japonesa. Los coreanos quedaron gratamente sorprendidos porque en Japón, los contenidos culturales coreanos apenas habían recibido atención con anterioridad a pesar de la proximidad geográfica. Del mismo modo, muchos otros países asiáticos como Vietnam, Tailandia, Singapur, Taiwán, Malasia, Indonesia, Kazajstán, Mongolia, Filipinas, Uzbekistán, Myanmar, Camboya, Kirguistán y Tayikistán se enamoraron de los dramas coreanos y el *Kpop* después del gran éxito de algunas series dramáticas coreanas entre los años 2002-2004.

Desde entonces, la popularidad ha crecido de forma espectacular y se ha extendido más allá de Asia hasta llegar a Oriente Medio y América. En este último, los dramas coreanos se han transmitido desde 2009 en: Perú, México, Colombia Ecuador, El Salvador, entre otros. En la región, Perú tiene los fanáticos más grandes y devotos. Se informa que el Canal 7, uno de los canales nacionales más influyentes, emitió dramas coreanos en lugar de las noticias en su franja horaria de máxima audiencia.

Más sorprendentemente, en Cuba, dos series dramáticas ‘Cuida de mi dama’ y ‘Mi esposa es una supermujer’ registraron más del 80% de audiencia en 2012-2013. (Chang P, Lee H, 2017)

También se puede tomar en consideración a Irán, un país religioso y socialmente distante de Corea, donde *Jewel in the Palace* fue transmitido por la red de Broadcasting de la República Islámica de Irán (IRIB), e informa que se clasificó como el drama más popular de marzo a abril de 2007, con un 57% de audiencia y 97% de satisfacción. (Chang P, Lee H, 2017).

Los datos de exportación de los programas de televisión coreanos se compilan en el informe anual sobre la situación real de la industria de la radiodifusión coreana (publicado anualmente desde el año 2000, pero con datos que datan del año 1997) por las Comisiones de Comunicaciones de Corea, una agencia del gobierno. Esta publicación informa el valor total y la cantidad de episodios que se exportan e importan entre sí. Además, se desglosa por género (drama, *reality shows*, música, documental, deportes, películas, etc.) y por el modo de transmisión (redes terrestres o redes de cable). Esto permite construir un panel de datos de las exportaciones de programas de TV para el año 1997 a 2004 a más de 100 países de destino.

Después la ola continuó creciendo en Europa, como en 2011, cuando dos medios de comunicación franceses como *Le Monde* y *Le Figaro* informaron con los titulares “*Korean Wave Reaches Europe*” y “*Korean Wave Hits Zenith*”, después del exitoso concierto de dos días de *Kpop* en París (Pao-Li & Hyojung, 2017) .

Sin embargo, el *Kpop* no se dio a conocer en proporciones importantes a nivel global sino hasta el repentino aumento de popularidad de la canción de ‘*Gangnam Style*’ del cantante coreano *PSY*, lanzada en julio de 2012, que rápidamente subió a la cima en las listas de música de muchos países como el Reino Unido, Francia, Bélgica, España, Dinamarca, Finlandia, Australia, Canadá, EE. UU. (número dos en la cartelera Hot 100 durante siete semanas consecutivas).

Es probable que las exportaciones de programas de televisión, en cantidad de copias vendidas, subestimen la popularidad real de la Ola Coreana, porque los contenidos culturales se pueden consumir de muchas formas distintas a las de las redes de televisión, como Internet o grabaciones en formato *CD* y *DVD*, disponibles en el mercado de manera legal o ilegal. Lo mismo sucede con la música *Kpop*, que, aunque tiene cifras de ventas físicas visiblemente exorbitantes, y dentro de las plataformas de *streaming* (que tienen un costo, como *Apple Music* y *Spotify*) hacen números importantes, existen fanáticos, como jóvenes sin ingresos, que solamente aportan en sus vistas de Youtube gratuitas, principalmente.

Por lo tanto, se construye una medida alternativa de *Korean Wave* basada en la lectura de los siguientes informes, encuestas y documentos complementarios; mismo que incluyen:

1. “2015 Global Trend in Korean Wave”, publicado por el Ministerio de Relaciones Exteriores y la Fundación de Corea.

2. “Libro blanco de la Ola Coreana (2014 y 2015)”, publicado por la Fundación Coreana para el Intercambio Cultural Internacional.

3. Varios informes y artículos proporcionados por KOTRA (Agencia de Promoción de Inversiones Comerciales de Corea), KOCCA (Agencia de Contenido Creativo de Corea) e IIT (Instituto de Comercio Internacional).

Estos informes brindan información sobre qué dramas fueron populares en cada uno de los más de 100 países, los resultados de la encuesta de calificación de audiencia, las franjas horarias y el nombre del canal a través del cual se transmitieron los dramas. Además, también brindan información sobre la audiencia del drama coreano en varios

sitios web importantes de videos de Internet y las personas que los ven; el número de comunidades en línea para *Korean Wave* y el tamaño de la membresía en todo el mundo.

Los informes también contienen varios resultados de encuestas sobre el grado de popularidad de la cultura coreana y, por el contrario, el grado de hostilidad hacia Corea y la cultura pop coreana. Estas fuentes también informan observaciones generales hechas para cada uno de los países encuestados; por ejemplo, la facilidad con la que se puede escuchar música pop coreana en la calle, el conocimiento de la población en general sobre las palabras coreanas simples que se usan a menudo en los dramas y la popularidad de los restaurantes coreanos en estos países. Finalmente, los informes también registran lo que dicen las noticias y los periódicos populares del país después de un gran éxito de dramas (novelas coreanas), y del *Kpop* en general.

Con base en los informes y artículos descritos anteriormente, se clasificarán a los países en cinco categorías según la intensidad de la Ola Coreana; resumiendo lo que implica cada nivel y los criterios para que un país pertenezca a la categoría, dado que estos informes se publican a inicio del 2015 se supondrá que el índice refleja el grado de popularidad de la cultura coreana en 2014 para la muestra representativa de países. La clasificación es la siguiente:

Nivel 1 (No interesado): La mayoría de las personas no están interesadas en los programas de televisión coreanos ni en la música K-pop. Por ejemplo: India, Pakistán, Suiza, Austria, Colombia, etc.

Nivel 2 (Reconocido): Muchas personas reconocen la popularidad del K-pop en las noticias y periódicos nacionales, ya que existe una pequeña fracción de la población, entre los adolescentes y los veinteañeros, que están muy entusiasmados con el K-pop. Los principales periódicos de los países de esta categoría han dado mayor cobertura al

fenómeno de la ola coreana, después de series de conciertos de K-pop de gran éxito en el país (por ejemplo, Estados Unidos, Francia, Brasil, entre otros). Sin embargo, la población en general no disfruta de la cultura pop coreana, y estos países apenas importan programas de televisión coreanos (excepto EE. UU., Canadá y Australia, donde residen muchos inmigrantes asiáticos).

Nivel 3 (Algo popular): varios dramas coreanos se han convertido en grandes éxitos en estos países a nivel nacional. Por ejemplo, en Hungría (Irán), la joya del palacio registró un índice de audiencia del 51% (57%) en 2009 (2006), y en Cuba dos series dramáticas coreanas registraron más del 80% de índices de audiencia. Como resultado, la mayoría de la población tiene experiencias viendo dramas coreanos. Sin embargo, no está claro si continúan consumiendo otros dramas o música después de los grandes éxitos. Por ejemplo, la mayoría de los cubanos recién comenzaron a ver dramas en el 2013. En Hungría, se informa que los dramas coreanos son mucho menos populares hoy en día, mientras que la música K-pop es constantemente popular entre los jóvenes.

Nivel 4 (Popular): Es probable que casi todos en el país admitan que los dramas y la música coreanos han sido populares durante muchos años. Debido a su popularidad, los principales canales del país han estado transmitiendo una serie de programas de televisión coreanos durante los horarios de máxima audiencia durante muchos años (de 7 a 12 años). Muchas series dramáticas se han vuelto extremadamente populares a partir de 2004-2009, apareciendo con frecuencia en la portada de los periódicos e Internet del país. La población tiene un gran interés en aprender el idioma coreano y es fácil encontrar personas que puedan hablar varias palabras coreanas en el país. Estos países toman la iniciativa de ponerse en contacto con agencias coreanas para importar programas de televisión coreanos con los pagos correspondientes. La música y los cantantes de K-pop

son muy populares entre los adolescentes y los veinteañeros, y existen muchas comunidades en línea que comparten sus intereses sobre cantantes o actores / actrices coreanas, como por ejemplo Tailandia y Filipinas.

Nivel 5 (Muy popular): La ola coreana comenzó en estos países. La característica más distintiva de los países en esta categoría es que incluso los programas de entretenimiento / *reality shows* de Corea son muy populares, más allá de los dramas y el *Kpop*. La cultura pop coreana ha sido tan popular en estos países que los gobiernos expresan su preocupación por los efectos culturales en sus ciudadanos. Debido al dominio, algunos países comenzaron a restringir activamente la entrada de la cultura pop coreana y las actividades de las estrellas coreanas asociadas en su territorio (por ejemplo, comenzando con China en 2006, Japón, Kazajstán, etc.). Sin embargo, los fanáticos coreanos en estos países siguen los programas de televisión coreanos nuevos y actuales a través de Internet simultáneamente o inmediatamente después de su emisión en Corea. El país ha estado importando miles de episodios de programas de televisión coreanos con regularidad con los pagos correspondientes durante más de 10 años.

Los habitantes de estos países también visitan activamente Corea para ir de compras, para ver cantantes, actores o actrices coreanas, para ir a conciertos o para ir a lugares donde se hicieron sus dramas coreanos favoritos. Existen muchos restaurantes coreanos y son muy populares en estos países. Los anuncios de sus actores, actrices, cantantes coreanos favoritos son muy efectivos en las ventas de mercancías.

Mientras tanto, las agencias gubernamentales coreanas también han tomado iniciativas para promover la cultura pop coreana en países que no están familiarizados con su contenido. Por ejemplo, se acercaron a las cadenas de televisión de estos países y les pidieron que transmitieran música y dramas de televisión coreanos. Tales esfuerzos

están siendo recompensados en algunos países de América del Sur y del Medio Oriente, como Argentina, México, Chile, Emiratos Árabes Unidos, Irán e Irak.

Las agencias coreanas incluso se acercaron a países africanos. Por ejemplo, incluso en Ghana, la Agencia de Contenido Creativo de Corea (KOCCA) distribuyó varias series dramáticas coreanas como *My Name is Kim Samsoon* y *Sungkyunkwan Scandal*.

Es importante destacar que la difusión de la cultura *Kpop* cambió la percepción de los consumidores extranjeros sobre Corea, y afectó -en parte- su comportamiento y su forma de comprender al país. Un número cada vez mayor de extranjeros están aprendiendo coreano, viajan a Corea, emulan los estilos de belleza y moda coreanos, disfrutan de la comida coreana y compran productos de Corea. Si bien la sección anterior se centró en por qué la cultura *Kpop* se hizo popular en determinados países, el resto del documento se centrará en su impacto a nivel general.

Se presentan mecanismos plausibles a través de los cuales la difusión global de la cultura pop de un país conduce a un aumento de las exportaciones de industrias relacionadas. Se sugiere que existen cuatro de estos mecanismos: efecto de país de origen a través de la imagen del país, difusión de preferencias, marca de celebridades y colocación de productos (naturalmente, exponiendo un producto en particular en los programas de televisión). Los dos primeros pueden considerarse canales indirectos, mientras que los otros dos pueden considerarse canales directos.

Primero, es probable que los consumidores extranjeros que pasan muchas horas en dramas coreanos se formen diferentes imágenes sobre Corea, lo que puede afectar su proceso de toma de decisiones al comprar productos asociados con Corea, pero este hecho también está a favor del país asiático ya que pueden dibujar la imagen de una sociedad

perfecta, con valores intactos. En el año 1990, el 51% de los encuestados japoneses tenía sentimientos negativos hacia Corea, y solo el 9,5% tenía una imagen positiva de Corea, según una encuesta realizada por la Asociación del Siglo XXI Japón-Corea. Sin embargo, después de que el drama coreano *Winter Sonata* se convirtiera en un éxito sensacional en Japón con múltiples repeticiones durante los años 2003 y 2004, las percepciones japonesas de Corea habían cambiado dramáticamente. En 2004, el 66,6% de los encuestados tenía una imagen positiva de Corea, y la tasa aumentó al siguiente año a 77,8%, según el Informe 2005 sobre la imagen nacional de Corea de KOTRA de Agencia de Promoción de Inversiones Comerciales de Corea. (BID, 2015)

Sin duda, el uso progresivo de redes sociales y la globalización cultural del *Kpop*, ha sido el detonante que ha ayudado a Corea del Sur a despegar definitivamente a nivel global y ganar interés internacional, con millones de vistas en *Youtube* o siendo tendencia en Twitter, es imposible que el público general no sepa hoy en día lo que es el *Kpop* y sus principales exponentes.

Si se habla de poder blando, de cultura y de *Kpop*, es inevitable mencionar a *BTS*, un *boyband* que lleva años en la cresta de la ola, junto con el éxito mundial de Corea en el cine *Parasite* (2020) y los dramas televisivos *Squid Game* (2021). *BTS* fue el primer grupo de pop coreano que irrumpió en el mercado americano y en el mundo, gracias a sus letras en inglés, sus melodías pegadizas, las redes digitales de fans y sus colaboraciones internacionales de alto nivel.

Otro ejemplo destacado de diplomacia pública está estrechamente ligado a la esfera cultural, más concretamente al poder de la música pop coreana. El grupo *BTS* no sólo ha tenido intervenciones en la ONU, sino que también colabora con UNICEF en lo que se ha descrito como diplomacia de las celebridades, una ilustración tangible de cómo

la influencia cultural puede ser una fuerza para el bien, más allá del éxito comercial. En términos más generales, se dice que los esfuerzos de Corea del Sur adoptan el principio de la "diplomacia pública en red", con especial atención a los medios digitales, y que tienen más éxito que los de su homólogo japonés a pesar de (o quizá debido a) su malla más centralizada y controlada por unos pocos actores dominantes. En general, puede que Corea del Sur no esté probando estrategias de diplomacia pública totalmente novedosas, pero parece capaz de perfeccionar y aprovechar las ya existentes

Más allá de la música, la influencia de *BTS* sobre legiones de fans coreanos e internacionales les valió un lugar en el podio de la apertura de la 76ª sesión de la Asamblea General de la ONU, junto al entonces presidente Moon Jae-In en 2021. Más recientemente, el 21 de mayo del 2022, aparecieron en una cumbre de la Casa Blanca sobre el odio contra los asiáticos. Con su éxito, Corea del Sur ha ganado mucho prestigio internacional.

Pero *BTS* no solo influye en el poder blando dentro de Corea del Sur. Tras ganar el Grammy, su popularidad llevó a hacer considerar que sus miembros no realicen su servicio militar, que en Corea del Sur es obligatorio y sin excepciones para todos los hombres, hasta sus 28 años de edad. El debate sobre el servicio militar no se ha limitado a las estrellas del *Kpop*. También ha sido objeto de discusión pública más amplia en los últimos años. Estas disputas han sido impulsadas principalmente por jóvenes descontentos que se sienten cada vez más frustrados por tener que dejar de estudiar y trabajar para reforzar las defensas de Corea del Sur, principalmente contra Corea del Norte.

El servicio militar se funda en Corea del Sur en 1948, pero no es hasta 2015 que los jóvenes comienzan a llamarlo *Hell Joseon*, en alusión a un infierno de inequidad para

los hombres que no han completado el servicio, ya que dentro de la sociedad coreana no se los considera ciudadanos de primer nivel que aman a su país, pierden oportunidades de trabajo e incluso de matrimonio. Aunque los miembros de *BTS* decidieron cumplir sus tareas con su nación, el gobierno bajo la presión de mantener al grupo activo y seguir teniéndolo como un ingreso importante en el país, decidió reducir el tiempo de servicio militar de 3 años a 18 meses. Existe una tensión entre los imperativos de poder blando de Corea del Sur y su necesidad de mantener el servicio militar obligatorio. Desde la década de 1990, los grupos de *Kpop* han renunciado a un éxito lucrativo para servir a las necesidades de seguridad nacional de su país.

Con los antecedentes expuesto, es poco probable que el extraordinario ascenso de Corea del Sur sea un fenómeno temporal. También podría verse como un paso más hacia el reequilibrio de Asia como influyente sociocultural y creador de tendencias. Dicho esto, sus dirigentes se verían cada vez más empujados a decidir si sólo quieren exportar entretenimiento (posiblemente la vía más segura) o también quieren que el país pise fuerte más allá de la dimensión cultural.

La única certeza es que la cultura *Kpop* ha captado la atención mundial. Queda por determinar cómo podrá seguir utilizándose eficazmente para impulsar políticas en favor del bien nacional de Corea del Sur, que, aunque se ha visto ya favorecida por los frutos del *Hallyu*, aún no alcanza el nivel que tienen sus vecinos Japón y China. Aunque Ecuador sea un país lejano geográficamente, no ha escapado a la Ola Coreana: en 2009 la serie dramática ‘Escaleras al cielo’ registró un índice de audiencia fenomenal del 55%, y sigue siendo retransmitido hasta la actualidad. La relación cultural entre Corea del Sur y Ecuador se desarrollará más profundamente en el siguiente capítulo.

Capítulo 2: Dimensiones culturales en las relaciones bilaterales de Corea y Ecuador

2.1 Evolución de las relaciones entre Corea y Ecuador

Las relaciones entre Corea y Ecuador se han venido estableciendo oficialmente desde el año 1962, específicamente el 5 de octubre, cuando Ecuador, como parte del Consejo de Seguridad de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), da su respaldo a Corea del Sur y exige que las tropas norcoreanas se retiren de su territorio; además de enviar al país 500 toneladas de alimentos.

Sin tener un territorio notoriamente grande o rico en recursos naturales como petróleo o minerales, Corea del Sur se alza a sí misma sin depender de la inversión extranjera, apostando a la educación, la innovación y la tecnología, siendo esta última por la cual se vuelve reconocida a nivel mundial. El despegue económico inigualable que vivió Corea fue denominado el “milagro del río Han”. El país planificó, priorizó e internacionalizó su política de desarrollo, también se recuperó de la crisis financiera internacional a final de los años noventa, volviéndose así una nación de interés para muchos otros países que no habían logrado tener estos mismos resultados, Ecuador entre ellos. (Yoo, 2012)

A partir de este hito, Corea del Sur se vuelve un país activo en la búsqueda de desarrollo y va detrás de ser reconocido a nivel mundial, implementando su mercado en otros países para su crecimiento. Las relaciones diplomáticas con Ecuador logran afianzarse considerablemente gracias al interés de ambos gobiernos. Sin embargo, esta relación de aparente retribución es también una forma de poder blando ya que no se puede hablar de reciprocidad entre dos países en los cuales existen diferencias económicas tan distantes.

Las actividades entre ambos países dan un paso agigantado a partir de la segunda mitad de los años sesenta, cuando Ecuador logra mostrarse para Corea como un destino atractivo para hacer prosperar su poder blando, así como sucedió con China años antes. Una muestra de este interés por parte de Corea fue la exportación de autos Pony en el año 1976, realizada por la reconocida la firma coreana Hyundai en 1976, cuyo destino fue el mercado ecuatoriano, de forma inesperada. (El Comercio, 2023)

Una década más tarde, las exportaciones de automóviles se redujeron sustancialmente; sin embargo, a partir del año 2000, la oferta de autos coreanos ha logrado ocupar los primeros lugares dentro de sus preferencias de consumo automotrices en el país: en la actualidad, uno de cada tres autos en Ecuador pertenece a la empresa Kia Motors. (Auto Magazine EC, 2022)

Otro hito dentro de las relaciones coreano-ecuatorianas se determinó por medio de la licitación internacional en el año 1977 para la ejecución del proyecto de pavimentación de la avenida de la Prensa en Quito, adjudicada a la empresa *Daewoo Construction*, fundada el mismo año en Seúl. (El Comercio, 2023)

Otra muestra del fortalecimiento y el interés por mantener esta relación bilateral es que hasta ahora han existido dos visitas oficiales entre los presidentes de ambas naciones: la primera, según datos de la ODEPLAN, fue en 2002, siendo la fecha inaugural en la que un presidente ecuatoriano, Gustavo Noboa Bejarano, visitó a su homólogo coreano Kim Dae-jung. En este encuentro se acordó el proyecto de ampliación del sistema de agua potable para la ahora provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas (monto estimado a US \$ 43 millones), que se concretó diez años más tarde e incluyó la expansión del sistema de alcantarillado de esta ciudad por un monto de US \$ 67 millones. La segunda visita oficial a Corea la realizó el expresidente Rafael Correa en septiembre

de 2010, siendo este encuentro donde se concretaron acuerdos sobre varias temáticas, como por ejemplo: la energía, aduanas y telecomunicaciones, y de esta forma estrechar la relación entre ambos países. Tras este suceso, el gobierno coreano exteriorizó su firme deseo de colaborar con Ecuador, compartiendo sus experiencias de desarrollo económico y de brindar asesoramiento técnico en diferentes espacios de cooperación como salud, tecnología, desarrollo rural y educación, según datos de El Comercio, (2023).

En el año de 2004, el Ministerio de Estrategia y Finanzas de Corea inaugura el programa de transferencia del conocimiento *Knowledge Sharing Program* (KSP), que es uno de los proyectos más emblemáticos que se han negociado en los últimos años. El KSP se encuadra en el objetivo del gobierno coreano de socializar su experiencia de desarrollo, así como compartir las políticas económicas e industriales que pusieron en marcha su surgir económicamente con los países objetivos.

Este programa comprende una serie de iniciativas: investigación de políticas, fortalecimiento de capacidades locales, mejora de la competitividad nacional, análisis de los problemas económicos de un país desde el lado de la demanda, provisión de políticas alternativas prácticas, etc. (El Comercio, 2023)

En el año 2005 se lleva a cabo también un memorando de entendimiento para el envío de voluntarios de la Agencia Internacional de Cooperación de Korea (KOICA por sus siglas en inglés *Korea International Cooperation Agency*) a Ecuador. Esta agencia centra su trabajo principalmente en áreas de educación y desarrollo en Ecuador, e implementa por primera vez clases gratuitas y particulares para aprender coreano en el país a cargo del Instituto Rey Sejong; que es por primera vez implementado en la ciudad de Guayaquil, en las instalaciones de la Escuela Politécnica del Litoral (ESPOL), en el 2018 y que tiene gran acogida y éxito, por lo que el servicio gratuito integrado sobre la

lengua y cultura coreana se amplia e impulsa, sobre todo para la provincia de Pichincha, y en general para la gente de la ciudad de Quito. (INEN, 2023)

El Instituto Sejong Quito, centro de aprendizaje del idioma coreano, es ubicado dentro de la Universidad Central del Ecuador, incorporado al Instituto Académica de Idiomas, desde donde se imparten clases de manera gratuita y para el público en general desde julio del 2020. Además, en el centro de estudio del idioma en la Universidad Central, en su biblioteca se implementó la llamada '*Korean Corner*', donde existen libros en idioma coreano, álbumes de sus artistas, *cds* que pueden ser escuchados gratuitamente, funciona también como sala de reuniones, lo usan tanto estudiantes de la universidad, como diplomáticos para hacer tratos bilaterales, se realizan también concurso de oratoria y proyectos de KOICA.

En los años de 2016 y 2017, Corea modifica sus destinos de exportación para expandir el comercio y cooperación con las economías emergentes más importantes como los países que conforman el BRICS -Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica-, la Asociación de las Naciones del Sudeste de Asia (ASEAN) y con América Central y del Sur; siendo éste un paso a un acercamiento con Ecuador en cuanto a cooperación. (BID, 2015)

En consecuencia, Corea, en su intención de construir una nación verdaderamente avanzada y globalizada, se encuentra constantemente en la búsqueda de acuerdos de comercio y cooperación regional como medidas de adaptación y complementación al marco multilateral de comercio preconizado por la OMC. En este contexto, Corea propone a Ecuador la firma de un acuerdo de promoción y protección recíproca de inversiones que busca la estimulación y la garantía de los intereses económicos y jurídicos de ambas partes, cuya firma daría como resultado un intercambio comercial más estrecho

e inversiones directas para crear a largo plazo las condiciones ideales para la firma de un tratado de libre comercio. (Yoo, 2012)

En 2012, frente a los recurrentes esfuerzos de Ecuador por desarrollar el intercambio con la región asiática, la República de Corea manifiesta su reconocimiento y establece entre ambas naciones una estrategia primordial de negociación de un acuerdo comercial de cierto nivel de profundidad considerando a las economías de ambos países como complementarias, también se destaca la inauguración de una oficina comercial ecuatoriana en Seúl y la reapertura del *Korea Business Center* (KOTRA) en Quito. (Yoo, 2012)

Todos los anteriores compendios son necesarios para el continuo desarrollo de las relaciones bilaterales, tanto económicas como sociales y culturales.

Sin embargo, hay que tener presente que, por un lado, Ecuador, tiene una economía en crecimiento y ha encaminado su búsqueda de desarrollo a través de inestables propuestas políticas de nuevas alianzas internacionales. Y por el otro el Corea del Sur, sostiene una economía que es efectiva, competitiva y busca ampliar su experiencia de desarrollo con los países que más lo necesitan, usando el comercio de su cultura como herramienta de poder blando.

Para Ecuador, estos hitos se dieron para su desarrollo en distintos ámbitos. Para Corea es una forma de mejorar su imagen y, por ende, remarcar su influencia. Por ejemplo, en la formación y promoción de su ciencia y tecnología. Desde el año 2008, tras la creación del Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología (MEST), las posibilidades de cooperación bilateral también se han manifestado en esta área, a través de un acuerdo de cooperación tecnológica y científica con la Agencia de Cooperación Internacional de Corea (KOICA).

Según Yoo, (2012) La eficiencia de la cooperación bilateral se refleja en el proyecto Yachay Ciudad del Conocimiento, ecosistema planificado de innovación tecnológica y de negocios donde se combinan las mejores ideas, talento humano e infraestructura de punta, que se trabajó de mano de la *Incheon Free Economic Zone* (IFEZ), zona económica libre situada en Incheon que consta de las tres regiones de Songdo, Cheongna y la isla de Yeongjong. La IFEZ es un área económica especial designada para atraer mayores niveles de inversión extranjera a través de a) mejorar las condiciones comerciales y residenciales para las empresas de inversión extranjera; b) extender varias regulaciones para asegurar la libertad de participar en actividades económicas y ofrecer incentivos de inversión atractivos tanto como sea posible. Además, la IFEZ brinda una amplia gama de beneficios fiscales, reducen las regulaciones para garantizar la libertad de participar en la actividad económica, establecen condiciones de vida convenientes y servicios administrativos fáciles de usar para emprendimientos comerciales diversos y de flujo libre.

Además, los gobiernos de Ecuador y Corea del Sur también se sometieron a la firma de un acuerdo comercial en el 2013, en cual se discierne el cómo llevar un Ecuador *Open For Business* a Corea del Sur como parte de la agenda del ministro de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca de Ecuador. Fueron 24 las disciplinas negociadas. Ecuador nunca antes había tenido un acuerdo tan grande y amplio con un país desarrollado como Corea del Sur; el mismo incluyó servicios, inversiones, cooperación, acceso a mercados, compras públicas y propiedad intelectual (Universo, 2013).

Ecuador es un país que aún no logra promover un patrimonio sólido y desarrollado, y que depende de la extracción de sus recursos naturales y de la exportación de productos agrícolas, por lo cual una relación con Corea es una apuesta inteligente, esto

debido a la experiencia que poseen a cómo acrecentar la economía, además de tener el conocimiento y las herramientas necesarias para que esta funcione eficazmente. Por otro lado, Corea se encuentra en constante búsqueda de los sectores que requieren más apoyo en los que podría complementarse el potencial económico del país. Ecuador mira a Corea como una oportunidad para estimular el desarrollo de sectores específicos en donde tiene una ventaja competitiva; y, al mismo tiempo, Corea observa a Ecuador como una oportunidad para consolidar su imagen de nación cooperativa e interesada en el intercambio de culturas. (Yoo, 2012)

2.2 Instrumentos culturales del poder blando en la relación de Corea con Ecuador

Corea se ha ocupado por darle al público extranjero una importante porción de su mercancía cultural, implementando concursos como el *Kpop World Festival*, que se trata del festival de música *Kpop* más grande del mundo, producido y televisado por el canal KBS, el más emblemático canal surcoreano. Promovido por las Embajadas de Corea en el mundo, Quito no es la excepción y se lleva a cabo anualmente desde el 2015. La promoción de su cultura no solo se limita a la música y entretenimiento, sino también a su gastronomía e historia, en la actualidad existe una cantidad remarcable de restaurantes de comida coreana en Ecuador

Por otro lado, la Embajada de Corea en Ecuador también lleva a cabo varias formas de promoción de su cultura que son acogidas por el público joven, generalmente interesado en la música *Kpop*. Difundiendo su visión, muchas personas pueden compartir sus experiencias. En una entrevista con Michelle Suarez (las preguntas desarrolladas se encuentran en el anexo 2), encargada de las redes sociales de la sección cultural ‘*Ksupporters*’, creada por la Embajada de Corea para promover el entretenimiento coreano en Ecuador, se describe cómo esta es auspiciante de un sinnúmero de eventos

culturales de música, comida, además de incentivos de becas anuales, ofreciendo dos becas de pregrado y posgrado, entrega de donaciones, etc. También, comenta de la transmisión de dibujos animados coreanos por el canal público abierto Ecuador TV, cumple también con el papel de colocar el '*Kpop World Festival*' en las horas donde dicho canal tiene más audiencia.

El '*Kpop World Festival*' en Ecuador inicia en el año 2015 y se transmite por primera vez en un canal nacional en el 2021, esto debido al crecimiento inaudito del público interesado, que llena sin dificultad el Ágora de la Casa de la Cultura en Quito. La gran demanda provoca que los sistemas de internet fallen al querer acceder a entradas gratuitas al evento. Es anualmente foco de todos los medios de comunicación del país.

Michelle Suarez también comparte, en su entrevista, que la gente que normalmente es más participativa en eventos de *Kpop* en el país varía de 13 años a 25 años de edad, y que al menos el 80% de estas personas estarían interesadas en la cultura de Corea del Sur, principalmente por el *Kpop*, es por eso que la Embajada también ofrece tours que brindan a los extranjeros la experiencia de conciertos, visitas a las agencias de capacitación más grandes de *Kpop*, así como estudios de baile, etc.

En lo referente al área de los *K Supporters* en Quito, estas personas son el equipo que representará a la República de Corea en Ecuador durante el período de 2 años. Entre sus funciones están la promoción de la cultura coreana en el país, el apoyo y la organización de eventos (culturales-académicos) para el público ecuatoriano y la comunidad coreana, entre otros.

Estas personas se encargan específicamente del manejo de redes sociales con música y entretenimiento coreano, para así ser más atractivos para los jóvenes del país,

también son los encargados de preseleccionar a los grupos que concursarían en el evento *Kpop World Festival*.

Acerca de las becas educativas que ofrece la embajada, estas comenzaron a llevarse a cabo a partir del 2017 en el país. La Embajada de la República de Corea informó por medio de su página web que el Instituto Nacional para Educación Internacional (NIIED) invita a nacionales de la República del Ecuador para el “Programa Coreano Global de Becas: *Korean Government Scholarship Program for International Students for an Undergraduate Degree*”.

Esta iniciativa busca principalmente que jóvenes destacados académicamente estudien en Corea por 3 años. En una entrevista con dos alumnos becarios de dicho programa, expresaron el interés que ambos gobiernos tienen en personas jóvenes, con cualidades destacadas y un rendimiento académico alto, ambos también informaron que su primer acercamiento a la cultura coreana fue con grupos de *Kpop* del momento, y que a partir de ello se vieron más involucrados en todas las oportunidades que la Embajada de Corea ofrecía dentro del país.

María Teresa Ponce, una de las becarias del programa de becas, comenta en su entrevista (ver Anexo 1) que durante su viaje al país asiático trabajó como traductora español- inglés con la Embajada de Corea, fue voluntaria en eventos y atendió varios seminarios siendo parte de los estudiantes extranjeros, y que aquellos que imparten clases son académicos del más alto nivel, con un programa muy estructurado. A su regreso al país y a modo de retribución por las facilidades con las que pudo estudiar en Corea se encarga de incentivar a más jóvenes a tomar un camino similar y empaparse de la cultura coreana.

Asimismo, habla acerca del peso que tiene el movimiento *Hailyu* dentro de Corea, ya que este no solamente atrae a turistas y estudiantes, sino que actualmente presenta una puerta de entrada a la cultura en general, y cuenta con un alto grado de incisión en el turismo, por lo que el gobierno usa los rostros de reconocidos *idols* en su mercancía, para tener más alcance a nivel internacional. Tal es el caso de *BTS*, el grupo *Kpop* actualmente más famoso, que cuenta con la representación de marketing de las marcas más importantes dentro de Corea, como *Samsung* y *Hyundai*, y se encargan de promover productos coreanos al resto del mundo. El presidente surcoreano Moon Jae-in nombró a los integrantes del mencionado grupo como sus enviados especiales para la diplomacia pública, las futuras generaciones y la cultura.

El propósito de Corea es promover su cultura en el mundo, por lo cual el aprender el idioma coreano es el único requisito para sus becarios, de esta forma los estudiantes extranjeros forman un vínculo con el país, desean que jóvenes visiten, estudien y aprendan del Corea y lo lleven a sus países de origen como embajadores de la cultura. Por otro lado, funcionarios de la embajada surcoreana en Ecuador se reúnen con los ex becarios recurrentemente y estos actúan como portavoces de las oportunidades y ventajas de estudiar en Corea. Comúnmente, los ex becarios retornan a Ecuador con vínculos hacia el país asiático, y hacen uso de sus experiencias, tanto culturales como académicas en sus charlas, para que más personas se alienten a viajar a Corea.

En este sentido y con lo visto en el capítulo anterior, se puede apreciar de mejor manera, el funcionamiento directo de la belleza del poder que no solamente es la tendencia a buscar la unión con Estados de ideas afines, sino también la unión estética, como lo es la cultura, sobre todo las artes.

2.3 Influencia y práctica del *Kpop* entre los jóvenes de Quito

Dentro del país, al igual que a nivel global, el crecimiento del interés en el *Kpop* ha sido exorbitante: grupos como *BTS*, *BLACKPINK*, *SEVENTEEN* y *STRAY KIDS*, entre muchos otros, se han planteado en los primeros puestos de todas las plataformas musicales como Spotify y Apple Music. Los espacios de convivencia para fanáticos también han aumentado considerablemente, con las tiendas exclusivas de ventas de álbumes y mercancía *Kpop*. En Quito, están presentes en áreas culturales en el parque Cumandá, la Casa de la Cultura y la plataforma gubernamental, donde grupos de *dance cover* de toda la ciudad se reúnen.

El evento más importante del país es definitivamente el antes mencionado: *Kpop World Festival*, que a partir del 2015 se realiza anualmente en la capital de Ecuador, añadiéndose a la lista de países a nivel mundial que competirían en categorías de baile y canto, para tener la oportunidad de conocer Corea y presentarse en el canal coreano KBS, encargado de elegir a los finalistas y a los ganadores según sus propios parámetros, que cada año son distintos. Por ejemplo, en el año 2021 solo se aceptaron participantes que se presenten en su audición con una canción de *BTS*.

Se realizaron dos grupos focales como método de investigación colectivo para conocer de primera mano las motivaciones y metas que los amantes del *Kpop* tienen en la ciudad de Quito. Se formularon una serie de preguntas (Anexo 3) a las cuales los participantes brindaron sus puntos de vista basados en sus experiencias personales y a continuación se muestra el análisis de los resultados.

Los participantes de los grupos focales son los integrantes de dos agrupaciones de *dance cover* importantes en Quito: el primero es el grupo '*XPLICIT*' que resultó victorioso en el primer concurso de *Kpop World Festival* en el país, en 2015, y fueron

también los primeros en visitar Corea, con los pagos de estadía completamente cubiertos por KBS. El segundo grupo es *SWAT*, que ha sido el ganador del festival *Kpop World Festival* en Ecuador, por tres años consecutivos 2019, 2020 y 2021.

En cuanto a sus inicios, siete de los ocho encuestados respondieron que conocieron el movimiento *Kpop* gracias a grupos como *BigBang*, *Shinee* o *Super Junior* en los periodos de 2011-2012, reconociendo también que en el país existía una atracción por el entretenimiento asiático en general, y que varios de ellos descubrieron el género *Kpop* gracias al anime japonés, resultado del poder blando de Japón, muy bien implementado y que incluso se extiende a sus países vecinos.

Todos los participantes mencionaron que su interés principal fue la diferencia notoria que el *Kpop* demostraba con los demás géneros de música, donde un grupo sincronizado bailaba una coreografía de inicio a fin.

Todos reconocen al *Kpop* como una puerta de apertura a una cultura tan lejana y desconocida, pero atractiva y llamativa. Y que ahora se ha vuelto tan globalizado, que es conocido por incluso las personas más desligadas al entretenimiento.

En el año 2012 ya existía un concurso de baile en el país; sin embargo, se daba de manera únicamente nacional y en las ciudades más grandes, Quito y Guayaquil. Distinto al caso de otros países latinoamericanos como Argentina y México, donde existían ya centros culturales coreanos que se encargaban de difundir distintas expresiones artísticas, entre ellas el *Kpop*.

En cuanto a visitar a Corea, todos comparten su deseo de viajar de manera turística y/o para estudiar por unos años. Sin embargo, todos los participantes concuerdan en que su meta final no es vivir en ese país, ni trabajar en él, debido a las diferencias culturales que encuentran con Ecuador, su principal interés es el disfrutar de la experiencia de un

turista, el conocer lugares famosos por su aparición en ciertas novelas coreanas, asistir a un concierto de *Kpop* o vivir la experiencia de un ídolo.

Por otra parte, todos los participantes reconocen que en asuntos académicos la embajada coreana está siempre en búsqueda activa de personas interesadas en becas escolares, cómo lo muestran en sus redes sociales, existe una gama de ramas de estudio con las cuales Ecuador no cuenta, por lo que sería mucho más llamativo para los jóvenes. El *Kpop* les ha abierto un campo de fascinación por el país, sea cual sea los pasos que decidan tomar. Cinco de ocho participantes han considerado viajar a Corea para terminar sus estudios o buscar un empleo, pero a todos les gustaría ir al menos por turismo.

Siete de ocho coinciden en que el *Kpop*, que tiene una fanaticada cada vez más extensa y notoria a nivel global. Asimismo, sostienen que es probablemente una moda que Corea del Sur sabe aprovechar, que es una tendencia que en los últimos años ha tenido éxito gracias a estrategias del país por extender su cultura. Según estos jóvenes, las personas interesadas en el *Kpop* tienen una imagen idealizada de Corea, que es la de una sociedad ordenada con estándares de belleza altos, una infraestructura atractiva y tecnología avanzada; a la que gustaría visitar con la intención de conocer a sus ídolos de *Kpop* o los lugares que solo conocen por medio de internet.

Corea del Sur, por su parte, está adaptada para este tipo de turista. Dentro del país, por ejemplo, existen espacio solo para extranjeros que buscan vivir la experiencia de recorrer la industria *idol*.

En cuanto a la popularidad del *Kpop* en Ecuador, los participantes mencionan que en la ciudad todos reconocen a Corea por el *Kpop*, en especial por su grupo más emblemático en la actualidad *BTS*, y que este ha influido positivamente a la imagen de producción visual que la mayoría de jóvenes tiene del país.

Varios de los entrevistados que han participado más de una vez al concurso ‘*Kpop World Festival*’, supieron responder que la embajada coreana se preocupa por expandir la cultura *Kpop* dentro de la ciudad de Quito, ya que recurrentemente hacen publicaciones de sus actividades en su página de Facebook. Y no solamente acerca del *Kpop*, sino que también hacen promoción de todos los restaurantes coreanos en Quito, y de la transmisión de novelas coreanas en canales nacionales.

Dentro de la ciudad de Quito, también existen club de fans de bandas surcoreanas como *BTS*, *EXO*, *Blackpink*, *Red Velvet* y otras, que han formado grupos de Facebook y se mantienen como una comunidad activa: postean información de sus artistas favoritos, videos musicales y encuentros que se organizan para celebrar el aniversario o cumpleaños de cada artista. *Korean Wave Ecuador* es una organización que se creó en 2014 a petición de los líderes de clubes de fans de *Kpop*. Su compromiso es organizar a todos los grupos de fans clubes inscritos en Quito. (La Hora EC, 2019)

Aparte de la belleza mencionada con anterioridad, el poder blando produce también admiración, esto forma parte de la inteligencia que trabaja sobre la tendencia a aprender de los éxitos de otros, y es aquello lo que atrae a los jóvenes de la ciudad de Quito que, sin saberlo, forman parte del resultado exitoso de la implementación de herramientas culturales de la política exterior surcoreana. Esto combinado a los procesos de globalización, las redes sociales y el uso constante del internet provocan que las tendencias e ideologías propias del *Kpop* y, en general de la cultura coreana, se vean reflejadas en el diario vivir de estas personas.

CONCLUSIONES

El poder blando es la forma en la que un país tiene incidencia sobre otro, sin el uso de la fuerza, y se demuestra en la imagen que proyecta sobre este. Se refleja como una herramienta cultural que, con un desarrollo progresivo y exitoso, promueve a un país a someterse pacíficamente a otro.

La cultura, de donde se deshojan ciertas categorías como la música, la gastronomía o el cine, es, como se pudo ver durante este documento, una herramienta del poder blando ya que es una forma de insertarse en otro país e influir en él por medio de las artes.

Tras el estudio, se considera que Corea es un país que emplea el poder blando y sus intereses por tener una relación con países en vías de desarrollo como Ecuador, de los cuales su beneficio es el de la atracción y la influencia, tanto a sus aspectos culturales como a su desarrollo tecnológico y automotriz, no siendo el caso de Ecuador en Corea, donde aún la principal exportación se basa en crustáceos, y petróleo. A través del presente trabajo se ha intentado tomar el ejemplo de Corea como un país que ha adoptado políticas específicas ante la creciente popularidad de sus industrias culturales con el uso del poder blando y su incidencia dentro de los jóvenes de la ciudad de Quito.

Corea actualmente resulta uno de los países que más invierte en promover su imagen al mundo. Tras su increíble resurgimiento, Corea se ha esmerado en abrir las puertas de su mercado para permitirlo ser de consumo mundial, desde su música, siendo su mayor exponente el *Kpop*, hasta su cine, en el caso del ganador del Oscar a mejor película '*Parasite*', hasta su comida y su tecnología, todo forma parte del poder cultural del país.

En cuanto a Ecuador y la cooperación técnica, Corea del Sur le ha brindado apoyo en áreas como la agricultura, la educación, la tecnología de la información y las

comunicaciones. A través de varios programas se han llevado a cabo intercambios de conocimientos y capacitación entre ambos países. Mientras que, en el ámbito cultural, Ecuador y Corea del Sur han promovido un aparente intercambio, Corea con la realización de eventos, festivales y exposiciones, así como una fuerte figura de entretenimiento, tecnología, entre otros, y Ecuador como el consumidor de su cultura, que día a día ve al país asiático como una alternativa mejor para estudiar, trabajar, y adquirir sus productos.

En los jóvenes de Quito, la influencia que ha tenido el *Kpop* ha sido muy notoria, con un aproximado de fanáticos en la ciudad de 100.000 que son activos en redes sociales y participan en eventos públicos. Estos jóvenes de edades entre 13 a 25 años han sido principalmente atraídos a la cultura coreana por la música *Kpop*, y están en su mayoría interesados en viajar a Corea, por turismo o estudios.

Estas cifras son el resultado del trabajo cultural que tiene la Embajada de Corea dentro del país y de su capital, ya que hacen uso del *Kpop* como una herramienta para que los jóvenes se interesen también en distintos ámbitos culturales del país, como la gastronomía, las artes, entre otros. Y eso se reflejó en las percepciones de los diferentes grupos focales, expuestas en el capítulo 2, y en la apertura de nuevos espacios directamente dirigidos a público interesado en el *Kpop*.

También, se considera que el turismo es resultado de una atracción hacia la cultura coreana en pleno funcionamiento ya que provoca que una persona quiera viajar a un país tan lejano, distinto e incluso con un idioma que no comprende, para conocerlo por asuntos de entretenimiento o con la esperanza de conocer a su *idol* favorito. Asimismo, la mayoría de estos jóvenes suelen optar por lugares de encuentro relacionados al mundo coreano

como restaurantes orientales, antes que centros comerciales o locales de comida rápida globalmente reconocidos.

Corea del Sur ha aprovechado su posición creciente en el índice de poder blando. Las industrias culturales como el *Kpop*, contribuyen, además, a su mayor difusión. El éxito que se logrado pone al país ante la necesidad de inventar más y mejores contenidos de calidad que permitan mantener el fenómeno turístico que ha generado y este a su vez derive a nuevas industrias.

Mientras Corea sepa cómo continuar avivando el interés en los jóvenes quiteños como lo ha venido haciendo, no hay duda de que la popularidad del *Kpop* continuará siendo una herramienta poderosa de su política exterior. Sin embargo, para que la relación bilateral entre Ecuador y Corea del Sur sea equitativa, se debería implementar productos culturales, como la música, el arte o la gastronomía ecuatorianas, que también sean consumidos por los surcoreanos. En este sentido, se denota que el poder blando tiene efectos tanto positivos como negativos dentro del desarrollo de cada país. Muchos problemas internacionales contemporáneos tienen profundas causas culturales. Dentro de la política internacional de hoy, los recursos del poder blando son cada vez más importantes y recurrentes.

La diversidad cultural es la característica principal del mundo contemporáneo globalizado y, al mismo tiempo, la fuerza impulsora del progreso de la civilización humana. En la competencia por el poder de atracción, se debe respetar la historia, la cultura, el sistema social y el desarrollo de cada país. La diversidad del mundo es una realidad que debe ser reconocida y tomada en cuenta para disfrutar de una coexistencia a largo plazo. Los países deberían recurrir a la cooperación para beneficio mutuo a lo largo de la relación para lograr una meta y un desarrollo bilateral equitativo, solucionando

diferencias que puedan causar conflicto, descubriendo problemas comunes y sumando esfuerzos para superarlos de manera conjunta.

BIBLIOGRAFÍA

- Arteaga, Romina. (2017). Complementariedad comercial entre Ecuador y Corea del Sur: potenciales productos ecuatorianos para la exportación al mercado coreano. *Recuperado de* <http://www.revistas.espol.edu.ec/index.php/compendium/article/view/290>
- Barbe, Esther. (1987). El papel del realismo en las relaciones internacionales (La Teoría de la Política internacional de Hans J. Morgenthau). *Recuperado de* <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=26941>
- BID. (2015). Cientos de empresarios estrechan lazos comerciales y de inversión entre Corea y América Latina y el Caribe en cumbre de negocios. *Recuperado de* <https://www.iadb.org/es/noticias/cientos-de-empresarios-estrechan-lazos-comerciales-y-de-inversion-entre-corea-y-america>
- Castells, M. (2004). The network society: A cross-cultural perspective. Northampton, ME: Edward Elgar Publishing, Inc
- Chang Pao-Li, Lee Hyojung. (2017). The Korean Wave: Determinants and its Impacts on Trade and FDI. *Recuperado de* <https://www.semanticscholar.org/paper/The-Korean-Wave-%3A-Determinants-and-its-Impacts-on-%E2%88%97-Chang-Lee/748264ad02111105278dfcba75a38d1866a28ac3>
- Chitty Naren, Ji Li, Rawnsley Gary D, Hayden Craig. (2016). The Routledge Handbook of Soft Power. *Recuperado de (Routledge International Handbooks) Naren Chitty, Li Ji, Gary D. Rawnsley, Craig Hayden - The Routledge Handbook of Soft Power-Routledge (2016).pdf*
- Cho, Hae-Joang. (2005). ‘Reading the “Korean Wave” as a sign of global shift,’ *Recuperado de* https://www.academia.edu/29153429/Reading_the_Korean_Wave_as_a_Sign_of_Global_Shift
- Cox M, Parmar, L. (2009). Soft Power and US Foreign Policy: Theoretical, Historical and Contemporary Perspectives.

- Fraser, M. (2005). *Weapons of Mass Distraction: Soft Power and American Empire*. St. Martin's Press.
- García Jiménez, M., & Yuli Posadas, R. (2016). Influencia Cultural del K-pop en Jóvenes Limeños. *Recuperado de* <https://journals.continental.edu.pe/index.php/apuntes/article/view/436>
- Haas, P. (1992). Introduction: Epistemic Communities and International Policy Coordination. *International Organization*, 1–35.
- Hanes Nicolae, Andrei Adriana. (2015). Culture as Soft Power in International Relations. *Recuperado de* https://www.researchgate.net/publication/284812827_Culture_As_Soft_Power_In_International_Relations#:~:text=%E2%80%9CSoft%E2%80%9D%20power%20refers%20to%20the,enforcing%20the%20will%20of%20one
- Hobsbawm, E., & Ranger, T. (1983). *The Invention of Tradition*. Londres: Cambridge University Press.
- INEN. (2023) Ecuador y KOICA firman convenio de cooperación a favor del desarrollo nacional. *Recuperado de* <https://www.normalizacion.gob.ec/ecuador-y-koica-firman-convenio-de-cooperacion-a-favor-del-desarrollo-nacional/>
- Keohane, R., & Nye., J. (2002). *Power, Interdependence and the Information Age" from Conflict After the Cold War*. New York.
- Kim, Youn. (2006). Rising East Asia 'Wave: Korean media go global. *Recuperado de* <https://www.routledge.com/The-Korean-Wave-Korean-Media-Go-Global/Kim/p/book/9780415712798>
- La Hora EC. (2019) El K-Pop toma fuerza en el Ecuador. *Recuperado de* <https://www.lahora.com.ec/noticias/el-k-pop-toma-fuerza-en-el-ecuador/>
- Macmillan, P. (2006). Argues that the European Union has used soft power effectively to emerge as an alternative and as a competitor to the heavy reliance of the US on hard power.

mechanisms of soft power? *Recuperado de*
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/2158379X.2011.556346>

Maquiavelo, Nicolás. (2019) El Príncipe. *Recuperado de*
https://ocw.uca.es/pluginfile.php/1491/mod_resource/content/1/El_principe_Maquiavelo.pdf

Nossel, Suzanne. (2004) Smart Power. *Recuperado de*
<https://www.jstor.org/stable/20033907>

Nye S, Joseph. (2008). Public Diplomacy and Soft Power. *Recuperado de*
<https://www.jstor.org/stable/25097996>

Nye, J. (1990). Bound To Lead: The Changing Nature of American Power. New York: Basic Books.

Nye, J. (2003). Propaganda Isn't the Way: Soft Power. The International Herald Tribune. International Herald Tribune.

Nye, J. (2005). Soft Power: The Means to Succeed in World Politics. New York: Public Affairs.

Ocaña Baudoin, Sandra Lucía (2019). El efecto del “Hallyu” en la estrategia de Soft Power de Corea del Sur. *Recuperado de*
<https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/e1983b94-5be4-4e0e-8fdd-ebc4e8e68e5c>

ODEPLAN (2013). Secretaría Nacional de Planificación. *Recuperado de*
<https://www.planificacion.gob.ec/>

Ohnesorge W, Hendrik. (2020). Soft power, The Forces of Attraction of International Relations. *Recuperado de (Global Power Shift) Hendrik W. Ohnesorge - Soft Power_ The Forces Of Attraction In International Relations-Springer (2020).pdf*

Ohnesorge, H. (2020). Soft Power The Forces of Attraction in International Relations. Global Power Shift. Springer.

Pallaver, M. (2011). The London School of Economics and Political Science Power and Its Forms: Hard, Soft, Smart. London: London School of Economics.

Pallaver, Matteo. (2011). Power and Its Forms: Hard, Soft, Smart. *Recuperado de*
<http://etheses.lse.ac.uk/220/>

Rothman B, Steven. (2011). Revising the soft power concept: what are the means and

Shim, Doobo. (2006). 'Hybridity and the rise of Korean popular culture in Asia', *Media, Culture & Society*, *Recuperado de*
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0163443706059278>.

Whitney Ednika. (2015). El pop coreano entre los jóvenes paceños y tottorrienses.

Recuperado de 10042016_130526_Tesis Cultura y comunicación EL POP COREANO
Edika Whithney Rosas.pdf

Yeongsik Yoo. (2012). Corea y Ecuador:hacia la complementación económica.

REVISTA DEL CENTRO ANDINO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES. ISSN
1390-1532. Quito.

ANEXOS

ANEXO 1:

Entrevista: Preguntas formuladas a María Teresa Ponce, ex becaria.

- 1) Nombre, edad, nivel de estudio, trabajo.
- 2) ¿Cuál fue su primer acercamiento a la cultura coreana de entretenimiento? (Kpop, Dramas, Comida)
- 3) ¿Conoces de alguna iniciativa de la Embajada de Corea en el Ecuador? Becas, concursos, festivales, etc.
- 4) ¿Es el Kpop una de las atracciones más grandes de Corea? ¿Piensa que jóvenes extranjeros visitan el país por esta única razón?
- 5) ¿Cómo definirías la relación entre Ecuador y Corea? (Buena, estable, mala)

Preguntas hechas a Michelle Suarez, manager de *Ksupporters* en Ecuador.

- 6) En tu opinión, ¿Corea está buscando constantemente que jóvenes visiten su país, estudien acerca de él o tengan la meta de vivir allí?
- 7) ¿Cómo funcionan las plazas de trabajo para extranjeros? ¿Recibe la ayuda de la Embajada de ambos países?
- 8) ¿Aconsejarías a otras personas que estudien o trabajen en Corea?

ANEXO 2:

Preguntas formuladas en la entrevista a Michelle Suarez, manager de *Ksupporters* en Ecuador.

- 1) Nombre, edad, nivel de estudio, trabajo.
- 2) ¿Cuál fue su primer acercamiento a la cultura coreana de entretenimiento? (Kpop, Dramas, Comida)
- 3) ¿Conoces de iniciativas de la Embajada de Corea en el Ecuador? Becas, concursos, festivales, etc.

- 4) ¿Crees que el kpop en Ecuador atrae a mucha gente joven? ¿Y que está gente es principalmente direccionada por la embajada de Corea?
- 5) ¿Es el Kpop una de las atracciones más grandes de Corea? ¿Piensas que los jóvenes visitarían corea principalmente para conocer más acerca del Kpop?
- 6) ¿Cómo definirías la relación entre Ecuador y Corea? (Buena, estable, mala)
- 7) En tu opinión, ¿Corea está buscando constantemente que jóvenes visiten su país, estudien acerca de él o tengan la meta de vivir allí?
- 8) ¿El tema cultural es importante para Corea del Sur en sus relaciones con Ecuador?
- 9) En tu opinión, ¿la embajada de Corea se esfuerza en implementar festivales, concursos o becas, que vuelvan más atractivo al país?
- 10) En tu experiencia, ¿la cantidad de fanáticos del Kpop ha aumentado en Ecuador?
- 11) ¿Sabes hablar en coreano, o conocer expresiones en dicho idioma?
- 12) ¿Te gustaría estudiar, trabajar o visitar Corea?

ANEXO 3:

Preguntas realizadas en dos grupos focales con los integrantes de agrupaciones de *dance cover*, *XPLICIT* y *SWAT*. (mediante pandemia)

Buenas tardes a todos los presentes, mi nombre es Génesis Carvajal y soy estudiante del último semestre de la facultad de Sociología de la Universidad Católica del Ecuador, este grupo focal fue creado como una ayuda a mi persona en mi tesis, en este tendrán ustedes total libertad de opinión y podrán hablar cuanto deseen atendiendo siempre al respeto a los turnos que se darán cada que uno de ustedes levante la mano, les informo también que todo lo que se mencione en esta conversación será grabado.

Continuemos con esta dinámica, para iniciar me gustaría que se presenten, digan por favor sus nombres, sus edades y si estudian o trabajan.

- 1) ¿Hace cuánto conocen el Kpop, o hace cuanto se familiararon con dramas, música o entretenimiento coreano?

- 2) ¿Conocer acerca del Kpop volvió a Corea un país más interesante para ustedes? ¿En qué sentido?
- 3) En su opinión, ¿Personas interesadas al Kpop visitan Corea principalmente por esta razón?
- 4) ¿Les gustaría viajar, estudiar o trabajar en Corea?
- 5) ¿Creen que el Kpop ha mejorado la imagen de Corea, o le ha dado más visualización internacionalmente?
- 6) ¿Creen que la embajada de Corea en Ecuador es activa en implementar o exponenciar la cultura Kpop en Ecuador, con concursos, festivales, etc ?