COREA DEL SUR: UN ANÁLISIS DE DIPLOMACIA PÚBLICA

MARCELA CRUZ MERMA

Politóloga, con especialización en Política y Estudios Internacionales por la Universidad de Yonsei de Corea del Sur. Actualmente coordinadora de operaciones para una compañía coreana en su sede latinoamericana. (@politichela)

La diplomacia tiene una larga historia que se puede rastrear hasta la antigua Grecia. Con el pasar de los siglos, se ha ido reformando y adaptando a las necesidades de las épocas, pasando de ser sencillamente un envío de documentos oficiales entre autoridades, a todo un pilar de la política exterior de las naciones. En las últimas décadas, la seguridad nacional depende, entre otras, de la imagen que el país proyecte y la influencia que este tenga para alcanzar sus metas y favorecer sus intereses, de manera que atraiga a otros países y disuada a cualquier adversario. El pilar principal de todo esto es el servicio diplomático, ya que "permite construir y mantener asociaciones y alianzas que favorezcan los intereses propios,

especialmente en situaciones delicadas" (Bajo, 2018). Asimismo, la diplomacia actúa de manera eficaz en las organizaciones internacionales en temas económicos, geopolíticos o militares. Bien ejercida, puede conseguir mejores y mayores resultados que la fuerza. Los países que cuentan con un buen servicio diplomático pueden ver su relevancia y poder extendidos, mientras que los que no, se ven en desventaja y, por tanto, el alcance de sus objetivos se ven limitados.

La diplomacia tradicional ha cambiado y está cambiando para incluir nuevas y variadas actividades, que son llevadas a cabo ya no solo por embajadores, si no también por actores particulares u organismos internacionales. Dado el contexto en el que nos encontramos, también es importante considerar el impacto que ha tenido la tecnología y la globalización en las prácticas políticas y diplomáticas. El alcance que los países y sus diversas culturas tienen se ha visto amplificado por estas nuevas tecnologías y el uso que le dan tanto a nivel oficial como individual. Un ejemplo que señalar es el creciente uso de plataformas como Instagram o TikTok para promocionar el turismo a países o regiones que puedan ser de interés para el público objetivo. En el caso de Perú, se utiliza más la plataforma de Facebook y YouTube para videos más largos y definidos sobre las diversas culturas y paisajes del país, aunque Instagram empieza a tomar un rol más significativo; mientras que Corea del Sur, utiliza Instagram para fotos semiprofesionales y videos cortos con la aparición de "idols", que son cantantes coreanos, o la colaboración de actores conocidos.

De esta manera, ambos países explotan los recursos que están mejor alineados con sus estrategias y con el público que desean atraer, o que atraerían de manera más efectiva. En el primer caso, se explota la diversidad cultural y paisajística, el encanto de lo desconocido y las experiencias nuevas y "exóticas", la aventura; en el segundo, artistas conocidos y con fieles seguidores que invierten allí donde aparezcan, sea música, novelas, o turismo y souvenirs.

Este tipo de diplomacia vendría a ser Diplomacia Pública y, como explica Pedro Baños en Geopolítica de la Diplomacia, consiste en "emplear los medios de comunicación adecuados para difundir noticias e información que permitan explicar la política exterior de un país a gobiernos extranjeros y poblaciones objetivo, con el propósito de conseguir e incrementar el apoyo a las políticas estatales propias" (Bajo, 2018). Es, en suma, promocionar una visión favorable del

país y su cultura, de manera que la opinión pública e internacional estén en línea con los intereses nacionales y aumentar la influencia que dicho país tiene en el mundo. Baños continúa: “el proceso consiste en llevar un mensaje que aparente ser no impositivo, para que, consiguiendo ganar los corazones y las mentes del público foráneo, este reaccione de forma favorable a los intereses del país actuante”. Entre las acciones más difundidas están los programas de intercambio e incluso los institutos de idiomas. En el caso de Corea del Sur, la estrategia de diplomacia pública y digital ha sido exitosa, especialmente, en el ámbito de creación o formación de embajadores involuntarios. Estos embajadores involuntarios son quienes, tras ser influenciados por el país actuante, se encargan de diseminar y amplificar el mensaje en sus comunidades y países natales, ya sea a su retorno, o a través de las redes sociales en la era digital al difundir los valores e ideas que recibieron del país de su interés (Bajo, 2018).

Hay dos aspectos principales que se pueden identificar en la estrategia de difusión de la diplomacia pública y digital de Corea del Sur: Estudios, y entretenimiento y cultura. Si bien es cierto se los puede ver como partes de un todo, un análisis más profundo de ellos nos muestra el nivel de éxito que ha tenido el país asiático en la difusión de sus valores e intereses nacionales a través de sus embajadores involuntarios.

En el ámbito de los estudios, Corea del Sur tiene una infinidad de programas de intercambio con cientos de universidades en el mundo, pero se destacan sus programas de becas. Son notorias las becas GKS (Global Korea Scholarship) o Programa de Becas del Gobierno Coreano, en español. Estas becas empezaron en 1977 y anualmente son ofrecidas a una, dos o hasta tres personas por país; son completamente pagadas por el gobierno coreano, desde el pasaje de avión de ida, hasta el de regreso una vez finalizados los estudios. No solo eso, también dan un estipendio mensual y se encargan del bienestar de los alumnos durante su estadía. Estas becas son tanto para pregrado como posgrado, y en ambos casos se debe asistir al instituto de idiomas designado o contar con al menos un nivel intermedio-avanzado si se quiere iniciar la carrera de inmediato.

Esto de por sí es una inversión bastante importante por parte del gobierno coreano. Durante esos años, los estudiantes se ven completamente inmersos en la cultura y el idioma, lo que muchas veces resulta en una estadía mucho más

prolongada. En el caso contrario, regresan a sus países y, dado su amplio conocimiento de las costumbres, el idioma y la cultura, les resulta mucho más sencillo seguir una línea de carrera con compañías surcoreanas, o crear negocios que entablen relaciones con el país asiático. Al ser becas bastante limitadas y provenientes de un país con un excelente nivel de educación, cientos de personas aplican a ellas y tan solo aquellos con un excelente récord académico pueden acceder al reconocimiento y apoyo del NIIED, que es una rama del Ministerio de Educación de Corea del Sur.

Esto también juega a favor de la diplomacia pública de Corea del Sur. El dar acceso a extranjeros a una educación de calidad, de manera virtualmente gratuita en una sociedad que es bastante conservadora, da la imagen de estar abriéndose y adaptándose al mundo globalizado que los rodea. Y, más que adaptarse, también se vuelve un ejemplo importante de globalización y apertura. Esto, por supuesto, es una ficha importante que jugar en el tablero internacional, ya que deja de ser un pequeño país en una península alejada con un idioma que se utiliza solamente entre sus ciudadanos. Se convierte en una potencia educacional que no solo se está abriendo al mundo y está siendo reconocido por sus esfuerzos, si no también, adquiere un carácter benevolente y consigue ganarse los corazones del público foráneo, como señala Pedro Baños. Esto aunado a los más de 200 Institutos de idioma coreano King Sejong en 76 países, asegura también que el idioma deje de ser exclusivo del área, asegurando su supervivencia y relevancia en un público que luego podría considerar asentarse en el país asiático. Esto último también es un interés bastante importante para el gobierno, ya que la tasa de natalidad sigue disminuyendo y la población, envejeciendo.

En el ámbito del entretenimiento y cultura, se puede mencionar de manera más concreta el “Hallyu”, también llamada “Korean wave” u Ola Coreana, en español. Este neologismo se refiere al fenómeno de producciones contemporáneas coreanas que se volvieron globalmente populares desde mediados de los 90s. Empezaron esta expansión e influencia cultural en el Este y Sudeste Asiático, aprovechando el empuje que les proporcionaron los Juegos Olímpicos a finales de los 80s. Empezaron con la exportación de sus novelas o “doramas”, y continuaron, quizás con mayor éxito, con el k-pop. Este último se volvió extremadamente popular en las últimas décadas, con referentes tales como Super Junior, Girls’ Generation en los 2000-2010, y más recientemente, BTS y BLACKPINK. Este boom

se dio principalmente gracias a los embajadores involuntarios iniciales, aquellos que tomaron un interés en los doramas y k-pop en los 90s y 2000, y empezaron a difundirlo a través de los años, hasta convertirlo en una ola que solamente sigue creciendo.

Fans del k-pop se han visto involucradas en activismo político, ganando también reconocimiento por personas ajenas a este. Cuando se dio el "Black-out Tuesday" en Estados Unidos, los supremacistas blancos decidieron crear su propio hashtag, "White-out Tuesday". Los fans del k-pop decidieron involucrarse e inundaron este último con videos de sus artistas favoritos ("fancams") tanto en Instagram como en Twitter. De esta manera, hicieron uso de las redes sociales para silenciar al sector más extremista, a través de videos y canciones en coreano. A primera vista, esto puede parecer tan solo un acto de buena fe y solidaridad; pero, a nivel geopolítico, definitivamente causó un impacto sobre personas que podrían haber sabido poco o nada de Corea del Sur, su música, su cultura, o haber tenido una mala imagen del k-pop y sus seguidores. El impacto geopolítico de este tipo de activismo en línea a través del Hallyu, el entretenimiento surcoreano y sus seguidores es que se obtuviera un reconocimiento importante de comunidades ajenas e incluso autoridades políticas como Alexandria Ocasio-Cortez. Este tipo de reconocimiento, a pesar de ser involuntario, genera una imagen positiva y lleva un mensaje importante a las masas: Corea del Sur es una gran y buena influencia.

Más allá del ámbito meramente musical, la propagación y difusión de los doramas ha tenido éxito en comunicar la cultura y estilo de vida coreano de manera eficaz. Con tan solo analizar algunas escenas de cualquier dorama, sea de época o contemporáneo, es fácil ver que el mensaje a difundir es que la vida en Corea del Sur es buena, es cómoda, es moderna. Escenas como las de la novela "Aterrizaje de Emergencia en tu Corazón" muestran un estilo de vida bastante elegante para las personas más privilegiadas en Corea del Sur, mientras que se muestra una vida más bien de pobreza y atraso en Corea del Norte. Novelas así pueden llegar a ser bastante controvertidas y ser acusadas de romantizar una dictadura o un imposible; sin embargo, el crecimiento mostrado por ambos protagonistas en base a lo que cada uno puede aportar a la relación y al argumento, muestran un aspecto político que un sector de la población ha intentado empujar durante los últimos años: La unificación podría ser posible con cooperación. Una vez más, a primera vista, puede parecer una comedia romántica más, pero el subtexto

político y el impacto que tiene sobre las masas que la ven, llegan al subconsciente. De esta manera, el efecto geopolítico es que los seguidores romanticen, persigan, apoyen y hasta empujen esta idea de la unificación de la península, e incluso si no, quizás mostrarse menos reticentes frente a la posibilidad.

Otro aspecto importante que suele parecer un tanto fuera de lugar es el hecho de que, en las novelas, hasta los personajes con menos recursos, tienen celulares de última generación. Por supuesto, esto es parte del marketing y posicionamiento del producto, pero desde el punto de vista político, esto podría hacer ver que, en Corea del Sur, la modernidad está al alcance de todos. No necesariamente mostrando la realidad, pero presentando tal imagen frente a un público extranjero, o incluso frente al público nacional. Así pues, el valor geopolítico de la industria del entretenimiento surcoreano es bastante importante dentro de la estrategia de diplomacia pública. El alcance tanto de la música como de las novelas en un público impresionable es crítico en una época no solo de globalización, si no también en el contexto actual de pandemia y cierre de fronteras. Muchos países han sufrido pérdidas económicas importantes y parte de su influencia en países vecinos como en el mundo; sin embargo, Corea del Sur se ha asegurado un lugar importante dentro de las vidas de jóvenes alrededor del mundo, quienes apoyan la industria a pesar de todo y encuentran solaz en ella.

En este sentido, es importante también analizar el surgimiento de Corea del Sur en su contexto histórico, ya que la diplomacia pública que ahora manejan puede rastrearse hasta los 60s. Uno de los ejemplos más importantes es cómo se logró el desarrollo del país a través de la innovación en técnicas educacionales y asegurando el entrenamiento para tener trabajadores calificados.

Hace 60 años, Corea del Sur ya contaba con un sistema de educación técnico que incluía escuelas secundarias vocacionales, universidades vocacionales, y universidades de ingeniería. Sin embargo, el sistema educativo aún no estaba lo suficientemente desarrollado y no contaban con las instalaciones adecuadas para un mejor entrenamiento. Los graduados de estas instituciones tenían mucha dificultad encontrando trabajo, por lo que la reputación de las escuelas empeoraba y, así, se creaba un círculo vicioso que se veía reflejado también en la reputación de los trabajadores técnicos.

Grosso modo, las políticas que empleó el Estado se enfocaron principalmente en dos áreas: mejorar el nivel educativo y mejorar la reputación de las carreras técnicas. El gobierno surcoreano se dedicó a promocionar y crear escuelas secundarias técnicas y entrenamiento vocacional y, con la ayuda extranjera de Japón, el Banco Mundial y el Banco Asiático de Desarrollo, pudo establecer una escuela de vocación especial en cada provincia del país. De acuerdo con los datos hasta 1979 recopilados por el profesor Joon-Kyung Kim y el profesor Whan-Bok Cho de la Universidad de Yeungnam, de las 19 escuelas secundarias de tecnología y maquinaria, se empezaron a graduar un promedio de 50 000 técnicos por año. Una parte importante de esta promoción de las carreras técnicas y su reputación fue el involucramiento que tuvo Park Chung-Hee durante su desarrollo en los 70s. Un ejemplo de esto son las fotos tomadas retratándolo dándole ánimos a un estudiante de la Escuela Secundaria Mecánica Nacional de Busan. La importancia de estos actos radica en la imagen y el mensaje que se comunica con ellos: El presidente está presente, el presidente apoya a cada uno de sus estudiantes, al gobierno de verdad les importa. Una vez más, buscando ganarse los corazones del público, tanto nacional como extranjero y, por tanto, posicionándose con una historia en desarrollo.

El siguiente acto de promoción de las carreras técnicas fue la participación de estos estudiantes en las Olimpiadas Vocacionales, donde ganaron nueve veces seguidas, desde 1977 a 1991. Es importante señalar que los salarios para estas carreras aún no eran buenos, pero el impacto causado por la acreditación fue importante en el futuro. Al haber obtenido este tipo de reconocimiento durante casi una década, la industria mecánica, técnica y de ingeniería empezó a alzarse y, después de la primera crisis del petróleo en 1973, países del Medio Oriente empezaron a utilizar su dinero para invertir en construcciones a larga escala. La naciente industria coreana aprovechó la oportunidad y varias compañías constructoras se presentaron a los concursos convocados por aquellos países.

Las estrategias de diplomacia pública utilizadas por el gobierno surcoreano a través de las décadas denotan una claridad que poco se ve en otros países, al punto que pueden parecer inexistentes. Como se ha mencionado anteriormente, han sido claves para el posicionamiento del país no solo como una potencia económica y como “El milagro del Río Han”, si no también como una historia de lucha constante contra las invasiones, contra la opresión, contra todas las

adversidades, hasta por fin salir vencedor. Es, pues, una narrativa importante de perseverancia y superación que se ha estado comunicando de manera sutil a través de los años, primero a través de la industria de la construcción y las acciones particulares del gobierno para con sus ciudadanos y trabajadores, y ahora, con el Hallyu y la promoción de la cultura, economía y valores, que los ha llevado a estar posicionados como una de las industrias de entretenimiento quizás más poderosas, después de Estados Unidos.