

Corea del Sur y los coreanos en Chile, según las encuestas a profundidad

Wonjung Min*

Introducción

El objetivo de esta investigación es averiguar la percepción sobre Corea del Sur (Corea, en adelante) y los coreanos en Chile a través de las entrevistas a profundidad. El Tratado de Libre Comercio (TLC) con Corea es el más dinámico de los últimos firmados por Chile, ya que el intercambio comercial entre ambos países se disparó casi 59% durante 2004 —más de 2,522 millones de dólares—, cifra superior al conseguido por el TLC con Estados Unidos en su primer año (30%) y casi 20% al logrado por el acuerdo con la Unión Europea (Metiches, 2005). Además, después de dos años de vigencia del TLC entre Corea y Chile, los negocios entre ambos países se duplicaron.¹

Como Jacques Chonchol (2000) señaló, el fenómeno de la globalización en nuestra época, no sólo tiene implicaciones económicas, financieras, de comunicación, sino también culturales. Para ello, es necesario, en primer término, considerar qué entendemos por cultural.

En Chile, Corea es un país nuevo y menos conocido que otros países asiáticos como China o Japón. Las relaciones diplomáticas entre Corea y Chile empezaron en

1962 y la inmigración coreana desde los años setenta. Hoy en Chile hay 400 familias y 1,800 coreanos residentes incluyendo los representantes oficiales de Corea.

Es evidente que las relaciones económicas han crecido después del tratado de libre comercio. Pero nadie se ha preocupado por la imagen o la percepción sobre Corea y sobre los coreanos en Chile. En este sentido, es necesario conocer, con datos concretos, la imagen que en Chile se tiene de Corea y los coreanos, pues determina la actitud chilena hacia lo coreano y el grado de interés. Por ende, el propósito de esta investigación es aportar las bases concretas para mejorar el entendimiento mutuo.

Metodología

Esta investigación toma la metodología del análisis cualitativo a través de la entrevista a profundidad. En general, hay dos tipos de análisis: cualitativo y cuantitativo. En particular, el proceso conocido como entrevista a profundidad es de los más importantes, más usados y válido para el estudio de mercado. Desafortunadamente, el análisis cualitativo no dice cómo está distribuida la actitud o la motivación, pero dice de dónde proviene esa actitud, cómo está estructurada y qué significa: lo que las encuestas no pueden decir. Así mismo, proporciona los rangos de respuestas que reflejan percepciones francas y actitudes que se pueden pasar por alto.

* Profesora Auxiliar Asociada del Programa de Estudios Asiáticos de la Pontificia Universidad Católica de Chile. La autora agradece el apoyo recibido de la Fundación Corea para la realización de la presente investigación.

La entrevista a profundidad es un tipo de análisis cualitativo que puede clasificarse como un paso evolutivo del análisis de motivación. La intención de este tipo de entrevista es probar el punto de vista de los entrevistados sobre un tema o una cuestión. En este sentido, es considerado como un punto intermedio entre el análisis cualitativo y el análisis de motivación, porque contiene los elementos de ambas técnicas.

Los antecedentes

En 2005, Kotra, la oficina comercial de Corea en Santiago de Chile, realizó una encuesta en inglés sobre la imagen de Corea en Chile (véase el apéndice). Se basó en un análisis cuantitativo que contiene preguntas como 1, 7, 10 y 14 del cuestionario que aparece en el apéndice.

Los encuestados fueron 52. En la pregunta 1, sobre la imagen de Corea, hay 13 respuestas sobre tecnología, 7 sobre productos electrónicos, 6 sobre la división entre Norte y Sur, 3 sobre autos y 2 sobre la Copa Mundial Corea-Japón 2002. Las demás son acerca de lo siguiente: coreanos, los juegos olímpicos, huelgas universitarias, ping pong, idioma coreano, entre otros. También hay respuestas sobre la confusión del parecido entre los coreanos, los chinos y los japoneses, el respeto a los mayores y la imagen que se tiene como país desarrollado. Una es sobre los Samurai, que no tiene ninguna relación con Corea sino con Japón. Esta pregunta se repite en la pregunta 10 donde los encuestados deben elegir algunos ejemplos.

En la pregunta 7, sólo 8 personas eligieron Corea como un país confiable y de esas 5 la compararon con Europa, EU y Japón. En la pregunta 14—opción múltiple—, 42 encuestados expresaron que Corea debía

expandir sus productos culturales para mejorar su imagen.

Los prejuicios y las percepciones

Ahora veamos las respuestas de los encuestados a la entrevista a profundidad. Fueron 332 entrevistados entre el segundo semestre de 2004 y el primer semestre de 2006 divididos en tres grupos. El primer grupo de 62 encuestados comprendió los adultos que tenían algún nexo con Corea y/o los coreanos: académicos universitarios que se dedican a estudios asiáticos, personas que trabajan en empresas coreanas establecidas en Chile, empleados de tiendas y restaurantes coreanos, periodistas, entre otros. El segundo grupo de 37 encuestados es el de Taekwondo, el arte marcial de Corea. Y el tercer grupo de 243 encuestados es el de alumnos que toman cursos relacionados con estudios asiáticos en la Pontificia Universidad Católica de Chile,² la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso,³ la Universidad Marítima de Chile⁴ y la Universidad de Chile.⁵

El primer grupo tocó los temas siguientes:⁶

1. División: “La Guerra de Corea como parte de la llamada ‘Historia Universal’, donde Corea aparece más como escenario que como protagonista”.
2. El desarrollo económico: “El desarrollo económico coreano es admirable, un sentimiento que se comparte con todo aquel que conozca de estudios asiáticos, economía internacional o modelos de desarrollo”. “Me gusta mucho su avance tecnológico, cultura y orden”. “Económicamente bueno y muy desarrollado”.
3. Los Juegos Olímpicos de Seúl.
4. El Patronato⁷ y su gente: “No son vistos como gente muy diferente a los

Palestinos que fundaron ese barrio, comerciantes a ultranza”. “Los coreanos me parecen muy serios, renuentes a mostrar sentimientos”. “Una comunidad cerrada, que muestra ciertos rasgos de xenofobia o cuando menos desconfianza hacia lo no-coreano, aún viviendo fuera de Corea”. “Al parecer tampoco tienen ganas de integrarse al resto del mundo”. “Todos asocian Corea con los empresarios comerciantes del Patronato.” “Pragmáticos y luchadores”.

5. Las artes marciales como Taekwondo y Hapkido.
6. Tecnología: “Me sorprendió el alto nivel de desarrollo tecnológico de Corea y sus políticas para fomentarlo”. “Corea del Sur me parece un producto del capitalismo salvaje, donde el rol de la tecnología se ha endiosado a un nivel casi religioso, la selva de la tecnología celular e informática son el génesis y el final de la vida, y parece que los rascacielos y la arquitectura moderna son el símbolo del progreso y el desarrollo.”
7. La comida: “Personalmente, la parte culinaria me gusta mucho”. “Por su tipo de comida los coreanos no huelen bien”. “La comida tiene muchas especies y también vegetales como el ajo y cebolla.”
8. Machismo: “Percibí que la presión del hombre es demasiado fuerte, creo que es un país muy machista.”
9. El desconocimiento de la cultura del país. “Se sabe menos de Corea que de China o Japón”. “Un desconocimiento de la cultura de ese país.”

Los encuestados del primer grupo tienen alguna relación con Corea, por eso sus conocimientos no son tan vagos. De acuerdo con sus comentarios, Corea tiene una doble imagen: como país y su gente.

El segundo grupo señaló casi lo mismo que el primer grupo, pero destacó las disciplinas de los coreanos debido a su práctica de Taekwondo. Los temas que mencionó fueron los siguientes:

1. El desarrollo económico.
2. Corea del Norte.
3. La gente: “Mucho respeto por las personas y su jerarquía”. “Un pueblo con creencias y tradiciones muy marcadas”. “Enojones, ‘trabajólicos’, buenos negociantes, conservadores y apresurados”. “Creo que los coreanos son muy apegados a sus raíces y están regidos por las reglas de su historia”. “Creo que los coreanos tienen muy buena disposición y mentalidad para el entrenamiento del Taekwondo”. “Buenos negociantes”.
4. La cultura: “Conozco Corea gracias al Taekwondo y para mí es lo más representante de su cultura; por lo que me transmiten con este deporte, me siento orgulloso de practicar Taekwondo”. “Un mundo donde el honor es lo más importante”. “La cultura coreana es estricta y le da importancia a las jerarquías”. “Su idioma es hangeul”.
5. Las películas: “Conozco Corea por el Taekwondo y las películas.”
6. La Copa Mundial Corea-Japón 2002.
7. La tecnología: “Tecnología barata con la misma calidad”.
8. El Tratado de Libre Comercio: “Corea tiene un TLC con Chile que fomenta la exportación y el turismo”.

Al igual que los entrenadores de Taekwondo, los chilenos consideran que los coreanos son disciplinados y también observamos sus ganas de conocer más de su cultura.

El tercer grupo, el de alumnos de los cursos relacionados con Asia, dio respuestas parecidas a las anteriores, pero mucho más francas. Respecto a su ubicación,

un alumno ubicó físicamente a Corea en China. Otro dibujó a los vendedores con carros y aún contestó que Corea era un país innovador pero que también copiaba la tecnología:

1. El desarrollo económico: “Es un gran ejemplo como país, en el sentido que ha logrado un alto nivel de desarrollo en poco tiempo”. “Un bloque económico importante, más moderno y tecnológicamente avanzado que nosotros”. “Una nueva potencia económica exitosa con marcas comerciales que llegaron a nuestro país, como Hyundai, Daewoo y otras que se consolidaron como Samsung”.
2. El barrio de Patronato y su gente: “Tengo claro que los coreanos son personas trabajadoras, muy esforzadas y autoexigentes, pero al mismo tiempo me producen una sensación de recelo”. “Siento que viven algo reprimidos, quizás en comparación con mis costumbres occidentales, pero pienso que sus creencias y las ideas confucionistas que aún rigen a su sociedad, de alguna manera, no permiten que los coreanos se acerquen al mundo occidental”. “Son muy nacionalistas”. “Son muy corteses, mucho más serios y callados”. “Trabajadores y esforzados; eso es muy bueno y un excelente ejemplo para los chilenos”. “Los coreanos rara vez tienden a hacer parejas o casarse con ‘no coreanos’ y por eso creo que los chilenos los vemos un poco aislados de nosotros”. “Sin adaptarse a la vida de barrio propiamente como tal, son negociantes prósperos”. “Son muy buenos para los negocios y buenos comerciantes”. “Los coreanos son muy respetuosos, inteligentes y que mantienen sus costumbres desde hace miles de años”. “En general, los coreanos que he tratado me parecen

personas un tanto enredadas, pero su trato es frío y tosco”. “Son muy gritones e histéricos.”

3. El desconocimiento del país y su gente: “Me habría sido imposible individualizarlo como país o como cultura, más allá de ciertos datos básicos”. “Imagino que la gente anda en bicicletas ataviada con sombreros o paraguas”.
4. Corea del Norte: “Me llama la atención por la división política que actualmente existe, y el tremendo contraste entre ambas fronteras”.
5. La tecnología: “Un país muy avanzado tecnológicamente y de una economía pujante”.
6. El Taekwondo: “Conozco más sobre el país después de haber practicado Taekwondo por varios años y haberme adentrado más en la cultura coreana.”
7. La comida: “Lo que me disgustó fue saber que comían perros”.
8. Los eventos realizados en Corea.

Aparte de los 8 ejemplos mencionados, hay una respuesta sobre el barco Geobukseok del siglo xv. La fuente de ese conocimiento son los juegos de estrategias, a través de los cuales se conocen los barcos poderosos y efectivos de la época así como la historia medieval coreana.

Como hemos visto, aunque hay diferencias, en general la percepción sobre Corea y los coreanos en Chile se basa en los temas siguientes: 1. El desarrollo económico; 2. La división política; 3. Los juegos olímpicos de Seúl y la Copa Mundial Corea-Japón 2002; 4. El barrio de Patronato y su gente; 5. Las artes marciales como el Taekwondo y el Hapkido; 6. La tecnología; 7. La comida; 8. El machismo; 9. El desconocimiento sobre el país; 10. Las películas; y 11. El TLC.

En la entrevista a profundidad los tres grupos mencionaron los temas como

la división política o Corea del Norte, el desarrollo económico, la tecnología y los eventos realizados en Corea como los juegos olímpicos o la copa mundial de fútbol. Sin embargo, ninguno de los entrevistados habló sobre la reunión de APEC 2005 que se realizó en Busan el año pasado.

En síntesis, el primer y tercer grupo hablaron regularmente bien del Patronato y su gente, el segundo grupo habló positivamente del Taekwondo y los tres grupos tienen una buena imagen de los negociantes.

Conclusión

En Chile, como en la mayor parte del mundo, la gente pone a los asiáticos “en el mismo saco”, como lo expresó un entrevistado. Sin embargo, algunos entrevistados mencionaron algunas diferencias de Corea con respecto a China y Japón: “En el caso chino por su relevancia histórica y en su rol creciente como potencia mundial; en el caso de Japón, por su potencial económico y por su industria audiovisual”. “Tienen un cierto rencor o recelo hacia Japón, que en cierta medida está justificado por la renuncia de los japoneses a tratar la guerra como lo que fue, es decir, una invasión o expansión imperialista”. “Japón y China son conocidos en Chile gracias al sushi y a la comida china, respectivamente”.

En nuestra investigación encontramos que en Chile la percepción sobre Corea y su gente no era tan buena como se esperaba. Pero resulta remarcable que los dos países hayan firmado un tratado de libre comercio, a pesar de la corta historia diplomática y migratoria que comparten. Otro resultado interesante es que los chilenos tienen una doble imagen de Corea: como país y con respecto a los coreanos que viven en Chile. Un entrevistado expresó que había

“Una cierta distinción entre la imagen de Corea en Chile y la imagen de los coreanos en Chile; esto último en relación con la comunidad coreana local, su presencia y sus prácticas, principalmente en el barrio de Patronato”. Como país, se dijo, por ejemplo: “Corea es el hermano chico de Japón y China, porque trata de ser una potencia mundial”. Sobre los residentes coreanos en Chile se mencionó lo siguiente: “En Chile siento que los coreanos aparecieron de repente e invadieron mercados como el de Patronato, que antes sólo lo ocupaban los comerciantes árabes”. “Creo que sólo los coreanos tienen tiendas y negocios, especialmente de ropa”.

Esa coexistencia de imágenes positivas y negativas no es contradictoria, sino que muchas veces se debe a la ignorancia. Hay cierta necesidad de dar a conocer la cultura coreana en Chile: “Podría haber una mayor presencia en eventos como festivales de cine, libros, etc.”. “Todas estas cosas son prejuicios por ignorancia y ya que se estableció un tratado comercial con Corea deberían impulsar un programa para conocer más al país”. “Pero ¿qué pasa con el arte?”. “¿Dónde están los poetas, los pintores, los escultores? Claro que debe haber. Pero me da la fuerte impresión de que el gobierno coreano tiene como prioridad la exportación de bienes y servicios tangibles, de materia práctico-inerte como diría Sartre”.

La ansiedad por saber más de Corea se expresó así: “¿Qué hicieron en Corea que no hicimos nosotros?”. “Son como el modelo japonés, pero en versión acelerada”. “Corea del Sur es un gran ejemplo como país, en el sentido de que ha logrado un alto nivel de desarrollo en poco tiempo y con mucho esfuerzo, trabajo y responsabilidad: lo que a los chilenos nos hace falta imitar.”

A veces el Taekwondo o las empresas coreanas pueden ayudar a mejorar la ima-

gen de Corea como país. Pero no hay que olvidar lo siguiente: “Al pasar de los años sabía que Corea era una nueva potencia económica exitosa, con marcas comerciales presentes en nuestro país: Hyundai, Daewoo y otras que se consolidaron como Samsung, lo que me dio la impresión de una cultura al ‘estilo japonés’, motivada por el trabajo, extremadamente eficiente y productiva. Pero siempre algo me hacía bajar de la nube cuando veía las protestas que había allá, sobre todo de los campesinos que protestaban violentamente ante las acciones del gobierno —lo último fue el TLC con Chile—. Todo eso me hace pensar que deben ser personas muy estresadas por todo lo que los rodea, incluso porque Corea del Norte tiene un programa nuclear en desarrollo y está ubicada a unos cuantos pasos de sus hogares.”

Corea empezó el siglo XX con la ocupación japonesa(1910-1945) y luego de la Guerra de Corea(1950-1953) no tenía oportunidad de reconocer Corea como un país por sí mismo. Hacía falta esfuerzo de rellenar un espacio entre los años 50’ de Corea como un país pobre y el año 2006 de Corea como un país desarrollado, un país de tecnología con miles de años de historia.

La doble imagen de Corea en Chile se debe a la ignorancia y la corta historia diplomática e inmigratoria que comparten los dos países. También hace falta más esfuerzo del gobierno coreano para dar a conocer la cultura coreana. [m3](#)

Notas

1 El cuadro siguiente da una idea sobre la evolución del comercio de Chile con Corea del Sur durante 2002-2005:

El comercio de Chile con Corea del Sur, abril-enero de 2002 a 2006

(En millones de dólares y porcentajes)

	Monto			
	2002	2003	2004	2005
Exportación	632.2	906.1	1,517.2	1,931.4
Importación	393.3	455.1	679.1	932.1
Intercambio	1,017.1	1,361.2	2,197.1	2,863.5
Balanza	229.3	450.9	837.3	999.3
	Crecimiento (%)			
	2003	2004	2005	
Exportación	45.4	67.4	27.3	
Importación	15.6	49.4	37.1	
Intercambio	33.8	61.4	30.3	
Balanza	96.6	85.7	29.3	

Fuente : Departamento de Estudios e Informaciones.

- 2 Cultura y Lengua Coreanas, Asia: una megaregión emergente y Mundo Asiático y América Latina.
- 3 Lengua y Cultura Coreana, Coreano 1 y Coreano 2.
- 4 Coreano 1 y Coreano 2
- 5 Ciencia, Cultura y Tecnología en Corea.
- 6 N. del E. Para su mejor comprensión, las transcripciones fueron corregidas. Se respetó escrupulosamente el contenido de las mismas.
- 7 Un barrio de Santiago donde se concentra la Comunidad Coreana.

Referencias bibliográficas

- Chonchol, J. (2000), “Cultura y globalización”, en *Revista Chilena de Humanidades*, núm. 20.
- Meriches, J. (2005), “Fuerte impacto del TLC con Corea en su debut”, en el periódico *El Mercurio*, 29 de marzo.

Apéndice

Survey on cultural image of Korea

- Q1. What first comes to your mind when you hear the word ‘Korea’?
- Q2. Next, which Korean company first comes to your mind?
- Q3. Compared with your country, what is your opinion of Korea regarding the economy, politics, society and culture, in the following respects?

Temas varios del Pacífico

Subject	Specific Comments	Extremely Excellent	Superior	Similar	Inferior	Extremely Poor	No idea
a. Economy	1) Korea is influential in the global economy. 2) Korea has a high national income. 3) Korea has a well-developed market economy system. 4) Korea has a well-developed manufacturing industry. 5) Korea has a well-developed service industry. 6) Korea has good investment conditions.						
b. Politics, society and culture	1) Korea is a politically stable country. 2) Korea is open to foreign nations and people. 3) Korea has a highly developed culture and legacy. 4) Korean people are friendly. 5) Korean people are dependable.						

The following questions are about Korean companies and product image

Q4. Compared with your country, what do you think of Korean companies and products are like in the following areas?

Q5. Have you ever purchased Korean brand products?

Yes (go to Q6) No (go to Q8)

Q6. When you buy Korean brand products, do you check the country of origin?

always check (go to Q7) sometimes check (go to Q7)

rarely check (go to Q8) No (go to Q8)

Q7. (If you check the country of origin) in which country do you have the most confidence regarding the country of origin?

Korea China

Mexico South-East Asia, such as, Malaysia, India

European such as, Holland, Czech USA

Others () No difference

Q8. Does the national image of Korea affect your purchase of Korean branded products?

strongly influential influential

a little influential not influential

Q9. Please check all Korean companies/ brands that you know. (Multiple replies)

CJ CAS cuckoo

Daewoo E-land fursys

Hankook tire Hynix HJC helmet

HUMAX Hyundai I-rever

KIA KUMHO tire LG

(16) Lineage (17) Lolita, Hera(amorepacific) (18) Lotte

(19) Nongshim (20) Pantech & Curitel Communication, Inc

(21) Posco (22) Romanson (23) Samic (Piano) (24) Samsung (25) Lock & Lock (26) SK

(27) SKC (28) Sangyong (29) Winia (30) 777 (31) Others ()

Subject	Specific Comments	Extremely Excellent	Superior	Similar	Inferior	Extremely Poor	No idea
a. Companies	1) Korea has a global corporate image. 2) Korea leads the world market. 3) Korea is dedicated to environmental protection. 4) Korea has transparent management operation.						
b. Products	1) Korean products are of good quality. 2) Korean products are well designed. 3) Korean products are low priced. 4) Korean products are high-tech.						

The following questions are about your interests in Korea

Q10. Which images come to your mind, when you think of Korea? (Multiple replies)

- Economic growth Kimchi
- Labour-management disputes Democratization
- Corruption North Korea nuclear crisis (six-party talks)
- Asia Movies/Dramas/Singers/Actors
- 1988 Seoul Olympics / Korea-Japan 2002 FIFA World Cup
- Automobiles Taekwondo
- Korean War Financial Crisis of 1997 (IMF)
- IT industry (Internet, Cellular phones) Others()

Q11. Do you know the following about Korea?

	Yes	No
1. The capital city of South Korea is Seoul.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Korea has its unique language.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Korea is a peninsula that is geographically located between China and Japan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Korea is a divided nation in North/ South confrontation.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Korea is a member of oecd (Organization for Economic Cooperation and Development).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q12. Where do you usually get your information about Korea?

- TV Radio
- Internet Newspaper or Magazine
- An acquaintance Publicity(brochures etc)
- My company Others()

Q13. How appealing is Korea to you?

- Very much Fairly
- Not much Little

Q14. What do you think is Korea's most urgent task to improve its national image?

- Korean people's global etiquette abroad
- Friendlier attitude toward foreigners
- Nurturing more global celebrities
- Development of global products / brands
- Holding global exhibitions / conferences
- Active support to famine victims / refugees around the world
- Expanding cultural market abroad (movies, dramas, music, singers, actors)
- Promoting Korea as a tourist destination
- Others()