

## 10. LA DIPLOMACIA PARALELA: ARTISTAS, DEPORTISTAS, ASOCIACIONES, INFLUENCERS, YOUTUBERS Y FOLLOWERS, COMO “EMBAJADORES” DE SUS PAÍSES

**Agustín Ramos Montaner**

*Director CEIC, Profesor de Macroeconomía en la Universidad de Castilla-La Mancha*

Cuando el Embajador Hong-Jo Chun nos honró encargándonos la edición de un libro con ocasión del 70 aniversario de las relaciones hispano-coreanas, en el CEIC tuvimos claro que la mejor forma de abordarlo era contar con el testimonio de quienes han sido, desde su inicio hasta hoy, sus principales protagonistas. Podemos decir con gran satisfacción que, tanto españoles como coreanos, sin excepción alguna, todos los autores a los que invitamos a participar aceptaron sin dudar y contentos por poder mostrar su simpatía y cariño por el otro país. Y es que, efectivamente, quien tenga ocasión de leer los comentarios vertidos en este libro, sacará una clara conclusión: hay una alquimia especial entre coreanos y españoles que resulta sorprendente en países tan distantes y diferentes en sus raíces culturales.

Entre los protagonistas que nos han hecho llegar sus impresiones, tenemos la suerte de contar con presidentes de gobierno, rectores de universidad, políticos, ministros, embajadores, profesores y expertos académicos, así como con representantes de la cultura, la tecnología y del entramado empresarial de ambos países. Ellos y las instituciones a las que representan han sido artífices de importantes acuerdos bilaterales que han hecho avanzar a ambos países con un impulso conjunto en diferentes ámbitos, o han aunado sus fuerzas y posiciones en los diversos foros multilaterales donde España y Corea se encuentran con asiduidad. Todos ellos han sido protagonistas, pero no han sido los únicos. Las relaciones entre dos países se trenzan en un tejido en el que también aportan sus hilos otros muchos partícipes. Tanto Corea como España cuentan con artistas, deportistas o intelectuales que trascienden fronteras y que, a veces sin pretenderlo, terminan siendo embajadores de sus países. Pero tampoco ser una celebridad es imprescindible para ser transmisor o difusor de los valores o el patrimonio de tu país. En este siglo XXI, las redes sociales permiten convertir a cualquier persona anónima en un “influencer”, con gran capacidad de llegar a miles de personas condicionando sus gustos y a la postre influyendo en sus decisiones de consumo. Si un acuerdo comercial impulsado por políticos coreanos y españoles puede

tener una trascendencia económica importante, también a modo de ejemplo, puede tenerla el éxito de una cantante coreana o de un equipo de fútbol español, la labor de una asociación flamenca en Seúl o la de otra para promover el K-Pop en Barcelona.

Este capítulo pretende, sin ánimo de ser exhaustivo, mostrar varios ejemplos de la llamada diplomacia paralela o no oficial, la ejercida por celebridades del mundo de las artes, las ciencias o el deporte. También nos referiremos aquí a la conocida como diplomacia ciudadana (citizen o people's diplomacy), englobando a cualquier ciudadano que se involucra como representante de su propio país, u otro ajeno por el que siente una particular atracción e íntimo vínculo.

Quien escribe estas líneas es un ejemplo de quien, incluso de forma tardía en su vida, descubre Corea tras un súbito enamoramiento que ha ido creciendo con el tiempo, como aquel que cada día encuentra, en la persona amada, diferentes matices de su belleza y su inteligencia. En Corea he encontrado todo un universo de sensaciones y una riquísima fuente para el deleite personal, en su riquísima historia, en su patrimonio, su música, su cine, sus tradiciones, su gastronomía, o su espíritu de superación en las dificultades. Así descubrí Corea y así transmito mi descubrimiento a mis estudiantes en la universidad y a todas las personas de mi entorno. Si bien es cierto que la calidad humana se sustenta principalmente en el individuo y no en el grupo social al que pertenece, también es lo es que la nacionalidad imprime una serie de valores transmitidos generacionalmente por la educación, los usos y las costumbres. Los españoles solemos apreciar de los coreanos su disposición a agradar, su exquisita educación, su apego a las tradiciones y su gusto por la modernidad, su sentido del humor, su fidelidad a familia y amigos, su respeto reverencial por los mayores, su capacidad de esfuerzo y afán de superación en el trabajo a la vez que saben también disfrutar de la vida con alegría.

Cada año soy invitado por la **Seoul National University** a dar una conferencia en el Campus que organizan en verano en Madrid. Nunca me dejan de sorprender la puntualidad con la que se comienza, el silencio y atención con la que los profesores y estudiantes escuchan mi charla y las interesantísimas preguntas (en un excelente inglés) que me formulan. Al finalizar mi charla, siempre me piden que me haga con ellos una foto donde siempre se refleja el buen humor de los estudiantes coreanos. La seriedad con la que se forman junto con su capacidad empática y simpatía para comunicarse conforman el enorme potencial de los jóvenes coreanos para abrirse camino y poder competir con garantías en este mundo global.

Toda persona se siente orgulloso de su país por pequeño que sea o por corta que haya sido su historia. Pero en el caso de Corea y España estamos hablando, además, de dos países con una marcadísima personalidad, con un riquísimo legado en patrimonio, historia, tradiciones y gastronomía. Dos países con alma propia

que ofrecen miles de expresiones, facetas y matices para disfrutar de la vida. El flamenco, el taekwondo la liga de fútbol, el K-Pop, el manga, las series de TV, la música y los bailes latinos, el idioma español, el cine coreano, el Camino de Santiago, el Quijote, o la caligrafía coreana, por poner sólo algunos ejemplos, son perse, importantes “embajadores” de sus países.

Esta diplomacia paralela y estas nuevas correas de transmisión, lejos de ser una competencia para el cuerpo diplomático oficial de cada país, conforman una importantísima ayuda para que este último lleve a cabo su misión con éxito y alcance. El conocimiento entre los pueblos conduce al afecto y a la confianza mutua, y estos a su vez se convierten en intercambios que traen progreso y riqueza.

### **Coreanos famosos en España y los efectos de la llamada “ola coreana”**

Es cierto que no son demasiados los coreanos conocidos por el público general en España.

Sin duda el coreano más conocido en España es una coreana: **Usun Yoon**, actriz, presentadora y modelo que se hizo enormemente popular participando durante más de cinco años en “El Intermedio”, un programa de televisión de gran éxito que todavía hoy sigue en antena. La popularidad de Usun Yoon en España se explica, no sólo por el gran poder de la televisión como medio, sino por el talento de esta coreana que, con simpatía natural, encanto y espontaneidad, supo conquistar a miles de españoles. Su papel en el programa ofrecía un contrapunto que rompía un lugar común o un cliché entre los españoles: el hecho de que un oriental tenga que ser tímido, introvertido y poco expresivo. El papel de Usun Yoon en el programa era el de una reportera con desparpajo y valentía, con ironía y sentido del humor, que reía abiertamente (sin ese gesto ancestral de taparse la boca tan típico de las mujeres orientales) y se involucraba con astucia en todos los entresijos de la actualidad española. Quizás sin pretenderlo, Usun Yoon estaba mostrando a los españoles una faceta distintiva de los coreanos con respecto a sus vecinos chinos y japoneses pues, sin desmerecer en absoluto a estos últimos (y con la injusticia que siempre supone generalizar), es cierto que las generaciones actuales de coreanos ofrecen al occidental una cara más amable, más empática y más comunicativa, con la ayuda de un nivel de inglés general bastante bueno.

Tuve el honor de presentar a Usun Yoon al Embajador Chun, poco después de tomar posesión de su cargo. Todavía recuerdo la rápida sintonía entre los dos, que pronto comenzaron a charlar de forma animada en lo que me pareció un estupendo ejemplo de diálogo entre un profesional de la diplomacia, formado específicamente para esta misión, y una compatriota suya establecida desde hace tiempo en España y buena conocedora del pulso y loa sentimientos de los españoles.

Usun Yoon también ejerce de forma profesional como “embajadora” de su país, pues en varias ocasiones ha colaborado con Kotra Spain (la oficina comercial del gobierno de Corea) en la presentación y promoción de productos coreanos y recientemente participó en el Madrid Summit organizado por la Oficina Internacional de Turismo de Corea para promocionar el país entre los españoles.

Sin la popularidad de Usun Yoon y en un ámbito completamente diferente, también son muchos los españoles que conocen **Ban ki Moon**, y le identifican como coreano. Este prestigioso diplomático y antiguo ministro de Asuntos exteriores de Corea fue durante muchos años un personaje asiduo en la televisión y prensa española, por su cargo como Secretario General de la ONU entre 2007 y 2016. Gran amigo de España, Ban ki Moon fue galardonado por el gobierno español en 2016 con el Collar de la Orden del Mérito Civil. El lector de este libro tendrá el placer de poder leer un capítulo escrito por él.

Sin duda otro coreano popular en España, y sobre todo para la afición del Valencia CF, es **Lee Kang-in**, conocido como Kangin. Nacido en Incheon, fue popular desde pequeño por su habilidad con el balón, lo que le llevó al participar en un reality de la televisión coreana que vieron millones de personas. Con sólo 10 años el Valencia CF puso sus ojos en él y tras superar la prueba, fue contratado como jugador infantil y se trasladó con su familia a vivir a Valencia. En este equipo ha pasado por todas las divisiones hasta llegar a ser el jugador extranjero más joven en debutar con el primer equipo, con tan sólo 17 años. Internacional absoluto con su selección, Kangin es uno de los futbolistas coreanos con mayor proyección.

En un ámbito menos mayoritario que el fútbol, el de la danza clásica, **Kim Seh Yun**, antigua primera bailarina de la Compañía Nacional de Danza de España y actual coreógrafa, también lleva tiempo viviendo en España y es de destacar su éxito en el estreno de la obra “Don Quijote” en 2015.

Es bien conocido la que los directores, intérpretes y cantantes coreanos gozan de un gran prestigio en el mundo de la música clásica, donde tanto el arte como la técnica y la disciplina se conjugan a la perfección. En España dos son los nombres coreanos que, en el ámbito de la dirección de orquesta, no sólo han triunfado en este país, sino que han echado raíces en él, convirtiéndose, como el título de este capítulo indica, en embajadores artísticos de Corea. El coreano **Lim Jae-Sik**, es el fundador y director de la orquesta de cámara Millenium además de tenor del coro de RTVE desde hace 23 años. Lim Jae-Sik llegó a España en 1983 sin dinero y sin saber una sola palabra de español. Vive desde hace 20 años en Rivas (Madrid) y en una reciente entrevista destacaba que la labor de la que se sentía más orgulloso es la de crear puentes y lazos de unión entre la cultura de Corea y la española. Este deseo de promover el acercamiento entre ambas culturas le valió su conde-

coración en 2008 con la Cruz de la Orden de Isabel la Católica, uno de los más prestigiosos galardones que España otorga a extranjeros destacados.

Por otro lado, y tras ganar el prestigioso premio Jesús López Cobos en 2008 para jóvenes directores de orquesta, la coreana **Kim Eun Sun**, formada en la Universidad de Yonsei, tuvo el honor de ser la primera mujer en dirigir una ópera en el Teatro Real de Madrid en 2010 con tan sólo 29 años. La directora coreana ha continuado con gran éxito su carrera en Estados Unidos donde se acaba de anunciar que será la nueva directora de la prestigiosa Ópera de San Francisco.

Otro caso digno de mencionar es el de nuestro amigo el **Maestro Kim Young Ki**, presidente de la comunidad de coreanos en España y a quien citamos como “embajador” de Corea en nuestro país, pero bien podríamos también haberle incluido como embajador de España en su país, pues pocos como él han sabido acercar tanto a españoles y coreanos en ambos lados. Maestro y entrenador de taekwondo, dotado de un gran carisma personal, Kim Young Ki ha sido un gran impulsor de este deporte en España. El maestro Kim es un personaje muy conocido en la pequeña capital manchega de Ciudad Real en la que reside desde hace más de 20 años. Es en esta ciudad donde creó el “Open de Taekwondo Don Quijote”, nombre que destila la esencia de la fusión hispano-coreana: la lucha quijotesca, la disciplina confucionista, el esfuerzo, la elegancia en la contienda, el sentido del honor y ese toque de pasión y de locura que compartimos coreanos y españoles. Recientemente el embajador Hong-jo Chun acompañó al Maestro Kim en la inauguración de la segunda edición de este open, cuya foto, en su presentación a la prensa, mostraba una fantástica combinación de caras españolas y coreanas en torno a este noble deporte. Pero el maestro no sólo ha centrado su foco en el taekwondo. Consciente del gran atractivo que España ofrece los amantes del fútbol en el país asiático, ha creado en Ciudad Real un equipo compuesto exclusivamente por jóvenes promesas coreanas en este deporte, donde los chicos pueden combinar la práctica del fútbol con sus estudios. Kim Young ki es, además, vicepresidente del club de fútbol de esta capital española, donde también juegan de forma profesional varios futbolistas coreanos. Es también un estrecho colaborador con la Universidad de Castilla-La Mancha, a donde ha enviado a muchos estudiantes coreanos.

Si hasta hace poco, el término “**K Pop**” no era muy conocido en España, hoy en día los jóvenes españoles han terminado a rendirse a este fenómeno musical nacido en Corea, uno de los máximos exponentes de la llamada “Korean wave” (ola coreana), nombre que ha aglutinado la expansión de todo lo coreano en el mundo. Los principales grupos de K pop coreanos, como **BTS o Girls Generation**, antes solo seguidos por un pequeño grupo de alternativos entusiastas en España, ahora

llenan estadios en España y ya es habitual ver en los parques españoles a grupos de teenagers que ensayan, con disciplina casi militar, las estudiadas coreografías de estos grupos.

Para la edición de este capítulo, la responsable de comunicación y eventos del CEIC, mi siempre eficiente colaboradora Heejung Jo, entrevistó un grupo o de K Pop español llamado **DWD**. Este grupo, compuesto por cinco jóvenes españolas y que también ha actuado en Corea, ha sido recientemente seleccionado para representar a España en un prestigioso concurso de K Pop internacional que se celebrará en Bruselas. Las chicas comentaban que, si hace tan solo dos o tres años, eran solo ellas y otros tres o cuatro grupos los que cada año se presentaban a los concursos de K-pop, ahora concurren decenas de grupos que forman largas colas para presentarse en las audiciones.

Otro de los primeros grupos españoles de K-pop fue **The Bratz**, también formado por jóvenes españolas, que en 2019 ganó la 8ª edición del Festival de K Pop en España organizado por el Centro Cultural Coreano. También este grupo representó a España en la final del K-pop World Festival, en Changwon (Corea). Uno de sus vídeos logró alcanzar la cifra de 1 millón de visualizaciones en Youtube.

La sevillana, de nombre artístico **Lucy Paradise** también se convirtió en lo que hoy en día se conoce como un “fenómeno viral” con tan sólo 20 años, publicando en Youtube sus coreografías y canciones de K-pop, lo que en poco tiempo le llevó a grabar un disco con la todopoderosa Warner Music. Cuando se produjo su irrupción en el panorama musical, la prensa hablaba de su original forma de bailar, combinando la disciplina milimétrica de las coreografías coreanas, con otros momentos de baile espontáneo y pasional, más propio del flamenco, otro ejemplo del poder creativo de la fusión artística de dos países. Ella misma es también un ejemplo de cómo cualquier puerta de entrada a la cultura de un país, te lleva a querer abrir otras, pues su interés por el K-pop le llevó a estudiar coreano y a interesarse por otras expresiones artísticas de este país.

El cine coreano es, desde hace tiempo, otro de los principales embajadores coreanos en el mundo. Si hace años no éramos muchos los españoles que descubrimos con deleite el universo estético de los directores coreanos o la originalidad de sus guionistas, hoy podemos decir que el cine coreano ha conquistado el mundo y se encuentra en su época más dorada. Hace sólo unos meses, la película “Parasite” del cineasta Bong Joon-ho sorprendió al ser la ganadora de la Palma de Oro de Cannes en 2019, pero pocos podían imaginar que pronto sería la gran triunfadora en los Oscar de Hollywood, consiguiendo que una película de habla no inglesa, no sólo ganara el Oscar dedicado a esta categoría, sino que también se alzara por

primera vez con la más preciada de las estatuillas, la que se concede a la Mejor Película. Su director Bong Joon Ho, fue además galardonado con el Oscar al Mejor Director y el Oscar al Mejor Guión Original. Parásitos ha supuesto un éxito sin precedentes en la meca del cine, cuyo olimpo suele ser un coto reservado a las grandes producciones americanas y su combinación de drama, humor, crítica social, poesía y suspense consiguió convencer al jurado y a millones de espectadores en todo el mundo.

La rica, variada y saludable **gastronomía coreana** es otro tesoro nacional que está siendo descubierto por los españoles en los últimos años. En 2020 son ya más de veinte los restaurantes coreanos en Madrid y otros tantos en Barcelona. En 2018 abrió su restaurante quien se ha convertido en el más célebre y exitoso chef coreano en Madrid, **Luke Jang**. En su restaurante se ofrece servicio para un máximo de 20 comensales que, en una experiencia cercana y dinámica, pueden degustar las creaciones de este chef sentados junto a una cocina abierta desde donde pueden ver la elaboración de los platos en constante contacto con los cocineros. Ese chef ofrece una mezcla de influencias coreanas y españolas y es un estupendo ejemplo de lo que la fusión de las dos culturas puede conseguir.

**El manga coreano, las series de televisión, las telenovelas, el comic, los cosméticos coreanos (K-beauty)** son otros ejemplos de la ola coreana que, precisamente porque sus aguas llegan a las playas de los más jóvenes, auguran a este movimiento un prometedor futuro.

No querría terminar este bloque sin olvidar a un nuevo, y quizás inesperado “embajador” de Corea en España: el idioma coreano (Hangul). Pese a que Corea no puede ofrecer las cifras de hablantes que ofrecen otros idiomas extendidos en el mundo, como el español, el Hangul se está haciendo poco a poco con un hueco en España. Un caso de éxito es el de la escuela creada hace varios años por Anabel Guardia, el Centro de Estudios Asiáticos Portal Asia. Tras 15 años de experiencia en el sector educativo, y fascinada por todo lo coreano, esta barcelonesa fundó la Asociación Korean Experience en 2012, lo que pronto le llevó a crear Portal Asia, una escuela de estudios orientales particularmente especializada en el idioma coreano. La escuela se ha convertido en una “petite Corea” en Barcelona pues en sus aulas se puede ver y respirar el ambiente coreano. Resulta sorprendente la cantidad de alumnos españoles que quieren aprender coreano y son otras muchas las escuelas que hoy se están abriendo en las principales ciudades españolas. Además de los efectos de la “Korean wave”, los estudiantes españoles tienen cada vez más claro que el futuro traerá un mayor peso de Asia en el mundo y se quieren preparar para ello. Si bien el chino suele ser la opción

preferida, el aprendizaje del idioma coreano resulta más asequible y presenta una opción interesante para el estudiante que quiera salirse de la corriente mayoritaria.

### **Espanoles famosos en Corea y la “fiebre coreana” por lo español**

No son tampoco muchos los españoles conocidos en Corea. **Rafael Nadal** es sin duda el más célebre, no sólo por ser uno de los mejores tenistas de la historia, sino también por ser el “embajador” de la marca coreana Kia. La empresa le apoyó desde sus inicios y el tenista español ha agradecido el apoyo con su fidelidad, en la que se ha convertido en una larguísima relación desde el año 2004. Entonces Nadal tenía sólo 17 años y Kia, que se había establecido hacía poco tiempo en España buscaba una joven promesa del deporte que representara los valores de la marca. Como decía en 2017 Ricardo De Diego, director de comunicación de la marca, *“La figura de Rafa nos dota de una increíble notoriedad, hace que nuestros spots sean más recordados y sobre todo refuerza los valores de nuestra marca. Nadal es además un estupendo prescriptor de marca y eso es algo fundamental a la hora de elegir un embajador. Rafa Nadal y Kia comparten muchos valores como la pasión, la capacidad de trabajo, el sacrificio y las ganas de triunfar. Son valores que han hecho posible que hayamos podido crecer tanto en los últimos años”*.

No es Kia la única empresa gran empresa coreana que ha querido apostar por embajadores de marca españoles. Conscientes del gran reclamo del **fútbol español** y de la popularidad de los futbolistas españoles, **LG Electronics** ha sido marca colaboradora de **la selección española de fútbol** desde 2014. Miguel Angel Fernández, director de marketing de LG, decía recientemente en una entrevista en el diario Expansión que “la selección es la representación de los valores que buscamos. Nos inspiramos en el gol de Iniesta, que aunó a todo un país. Además, se trata de un producto que tiene mucha relación con la venta de nuestros productos, es contenido para disfrutar de una pantalla en un país como España, donde el fútbol nos une a todos”. LG Electronics en España también es patrocinador del **Atlético de Madrid**, y en la misma entrevista, también Miguel Angel Fernández destacaba “la capacidad de resiliencia de un equipo que puede caerse y volverse a levantar, y que tiene la mejor afición. Nosotros somos también una compañía que lucha contra gigantes; somos el Atlético de Madrid de la tecnología y no tenemos complejo de pelear contra los grandes y transmitir nuestros valores”. Algunos miembros del CEIC tuvimos la ocasión de conocer hace un par de años a **Jaime de Jaraiz**, CEO de esta empresa en la Península Ibérica y único country Manager no coreano de LG en el mundo. Tras una animada charla con él, donde nos mostró su gran conocimiento y admiración por Corea, pudimos comprobar cómo desde la posición de CEO de una empresa histórica tan impregnada de la filosofía coreana, se



puede también ser embajador y difusor de la cultura y los valores del país. Por su parte, la también coreana **Hankook**, uno de los líderes mundiales en neumáticos es actualmente patrocinador del **Real Madrid**. **Samsung** también mantiene una estrecha firmó un acuerdo con el Real Madrid. En 2014 este equipo se convirtió en el principal prescriptor de su Smart TV y en 2018 las dos entidades firmaron un acuerdo para emitir contenidos exclusivos del Real Madrid en Twitter. Pero la participación del gigante coreano en la sociedad española no sólo se reduce al fútbol. En mayo de 2018, y con la presencia de honor de la Reina Sofía, la Fundación Excelentia en la IV edición de sus premios, reconoció la gran contribución de Samsung en la cultura española por su colaboración con el Teatro Real para la creación de una aplicación de realidad virtual que ofrece óperas y contenidos exclusivos de esta institución en 360°. Samsung también tiene acuerdos de colaboración con otras destacadas instituciones culturales españolas como el Museo Arqueológico Nacional, el Museo del Prado, The Gaudí Exhibition Center, PhotoEspaña y Feria del Libro.

Volviendo a los españoles conocidos en Corea, y aún sin la popularidad que tienen en Occidente, también artistas como **Julio Iglesias** (que durante su carrera ha ofrecido cuatro conciertos multitudinarios en Seúl) o **Antonio Banderas**, son conocidos en Corea y proyectan esa estereotipo latino y mediterráneo, con gran poder de seducción.

En cualquier caso, si se pregunta a un coreano medio por la imagen de España en Corea, más que de personas famosas, nos hablaría del universalmente conocido Don Quijote, del fútbol español (la Liga, el Real Madrid, el FC Barcelona), el flamenco la guitarra, la paella, el jamón o las tapas (hasta aquí varios de los bestseller españoles en el mundo), y para sorpresa de más de uno, también citaría el Camino de Santiago.

El furor por el **Camino de Santiago** entre los coreanos, sin olvidar que la católica es la tercera religión mayoritaria en Corea, es relativamente reciente y ha sido provocado por dos mujeres, las escritoras **Kim Hyo-sun y Kim Nam Hee**. La primera publicó una trilogía sobre el Camino que se coló durante meses entre los libros más vendidos en Corea. Por su parte Kim Nam Hee fue la primera en contribuir de forma decisiva a popularizar el Camino de Santiago entre los coreanos cuando en 2006 salió a la venta su libro ‘El viaje de una mujer sola’ en el que cuenta su propia experiencia como peregrina. El bestseller llevó a un canal de televisión coreana a producir un reality en el Camino de Santiago, que resultó un éxito sin precedentes entre la audiencia coreana. En 2013 un nuevo reality, este protagonizado por un conocido grupo de K Pop coreano con el oportuno nombre de “god”, (Dios en inglés), supuso un éxito aún mayor, sobre todo entre los más jóvenes.

A principios de 2019, se grabó en el pequeño pueblo leonés de Villafranca del Bierzo, un tercer reality que volvió a realzar la imagen de España entre los coreanos. En este, tres de los más conocidos actores coreanos tenían que comprar productos locales y cocinarlos después para los peregrinos en albergues. No hay que olvidar que para los coreanos España es un país exótico y lleno de contrastes, capaz de brindar situaciones y peripecias de todo tipo. Más de ochenta cámaras durante dos meses de rodaje convulsionaron la tranquila vida de los pocos habitantes de este pueblo, en lo que ha sido un nuevo éxito recientemente estrenado en Corea.

Libros, programas, documentales y realities, junto a los indudables atractivos que ofrece el camino, han creado un fenómeno que ha hecho que hoy en día sean más de más de ocho mil los coreanos que se presentan en la oficina de peregrinos a recoger su Compostela. Corea fue en 2018 el décimo país por número de peregrinos, por encima de nacionalidades de larga tradición en el Camino como Rusia, Brasil, Argentina o Polonia y en 2019 se acaba de aupar a la octava posición. El esfuerzo necesario, el ansia de llegar a una meta y la espiritualidad que ofrece el Camino parecen estar diseñados para la idiosincrasia del pueblo coreano, cuyos peregrinos han adquirido fama de ser los más madrugadores y los que más silenciosamente caminan.

Las líneas aéreas han respondido a la demanda y si **Asiana Airlines** estrenaba la conexión directa entre Barcelona y Seúl, **Korean Air** anunció en octubre de 2019 cuatro vuelos charter que volarán directos de Seúl a Santiago de Compostela en noviembre, mes preferido para los peregrinos coreanos, fuera del ajetreo veraniego.

Si el Camino fue el detonante, nuevos programas de televisión centraron su interés en España, lo que sin duda ha contribuido a que en 2019 hayan superado el medio millón los coreanos que han descubierto esta península extrema de occidente, reverso de Corea en la geografía del mundo. Hace poco la televisión coreana rodó en Madrid, Barcelona, Sevilla, Granada y Ronda un programa en el que cuatro abuelos (entre los más famosos actores coreanos de avanzada edad), recorren estas ciudades. El programa de nombre “Gtot Boda Halbe (“los abuelos son mejores que las flores”), es una parodia de la exitosa serie “Los chicos son mejores que las flores”.

**El flamenco** siempre ha sido, tanto en cante como en baile, un estupendo embajador del arte español. En Asia desembarcó hace tiempo, calando profundamente entre los japoneses, y desde hace unos años ha penetrado también en Corea al albur del interés que ha despertado todo lo español. Hoy en día son varias las asociaciones y grupos de flamenco que imparten clases y ofrecen conciertos en la capital coreana.

**La gastronomía española** es sin duda, otra destacada embajadora de lo español en Corea, lo que ha animado a muchas empresas españolas a incrementar notablemente la exportación de sus productos y a que cada vez sean más numerosos los restaurantes españoles y bares de tapas en Corea. Sin detenernos en el ámbito empresarial, pues otros capítulos de este libro le dedican la debida atención, baste aquí decir que muchas empresas españolas de bebidas (Freixenet, Estrella Damm, Vichi Catalán, Mahou), o de alimentación (el jamón ibérico es un secreto recientemente descubierto por los coreanos) están encontrando en este país a una sociedad increíblemente receptiva a comer y beber productos españoles.

**El exembajador español Gonzalo Ortiz** nos comentó el enorme éxito cosechado en el Festival Spanish Extravaganzza en 2017, donde se sirvieron 2000 menús en sólo cuatro días, para delicia de los paladares coreanos y de las empresas españolas. Hace tan solo unos días, Gonzalo Ortiz ha sido recientemente galardonado por el actual embajador de Corea en España en reconocimiento a su gran contribución a las relaciones hispano-coreanas durante su mandato al frente de la embajada española en Seúl.

No son pocos ya los hijos de parejas hispano-coreanas en España. En Corea es conocido **Jang Min** un joven modelo fotográfico y publicitario nacido en España de padre coreano y madre española. Durante su infancia, en Elche, no aprendió de su padre el idioma coreano, pero con la adolescencia tuvo conciencia de la gran riqueza personal que, a muchos niveles, supone tener dos fuentes culturales tan ricas y a la vez tan distintas como son la coreana y la española. Aprendió coreano y con su mayoría de edad se trasladó a Corea donde no sólo triunfó como modelo con sus bellos rasgos - sino que comenzó a producir vídeos en internet que mostraban lo interesante de la fusión de las culturas coreana y española.

### **El papel de las asociaciones como difusores de las culturas coreana en España y española en Corea**

Tanto en Corea como en España, las asociaciones han desempeñado un papel notable en la difusión de la cultura de cada país en el otro, por lo que también ellas merecen un apartado en este capítulo dedicado a correas de transmisión distintas de las que oficialmente cada gobierno encarga a sus embajadas.

Mucho antes de la eclosión de la “ola coreana” en España, en el año 2000, los profesores doctores, **Alfonso Ojeda** de la Universidad Complutense de Madrid y **Álvaro Hidalgo** de la Universidad de Castilla la Mancha, ambos profundos conocedores de Corea donde trabajaron como investigadores becados por la Korea Foundation, fundaron **el CEIC** (Centro Español de Investigaciones Coreanas”)

que hoy tengo el honor de dirigir. Los profesores Ojeda e Hidalgo (hoy Presidente de Honor y Presidente del CEIC respectivamente) son también autores de otros capítulos en este libro conmemorativo del 70 aniversario de las relaciones diplomáticas entre España y Corea.

También en el CEIC, este mismo año de 2020 celebramos el vigésimo aniversario de esta asociación sin ánimo de lucro, formada principalmente por académicos expertos en Corea, pero abierta a cualquier profesional, empresario o estudiante interesado en la realidad coreana y sus relaciones con España. El CEIC desarrolla su actividad en todos los campos: empresarial, científico, académico, diplomático, sociopolítico y cultural para lo que organiza congresos, jornadas y eventos. Constituye un foro de encuentro para que todos los interesados en Corea puedan mantenerse en contacto y colaborar en la difusión de los valores coreanos y en el fomento de las relaciones con España e Hispanoamérica.

Con la financiación de la **Korea Foundation**, la colaboración de las Universidades Complutense de Madrid, y UCLM de Castilla-La Mancha y el siempre cercano apoyo de la Embajada de Corea en España, en el año 2001 el CEIC organizó en Madrid el primer Simposio de las Relaciones Corea – España con el título “Corea frente a los retos del Siglo XXI”, cuyas ponencias fueron más tarde recogidas en el que sería el primer libro publicado del CEIC. Desde entonces el CEIC ha organizado otros 12 simposios más y ha editado más de una docena de libros sobre Corea en español (la mayoría de ellos en la editorial Verbum) todos ellos disponibles de forma gratuita en su página web [www.ceic.ws](http://www.ceic.ws). A estos simposios han sido invitados destacadas personalidades como el Excmo. Sr. Lee Hong Koo, ex Primer Ministro de la República de Corea y doctor en Ciencias Políticas por la Universidad de Yale, el Profesor Carter Eckert, de la Universidad de Harvard, eminencia académica en historia coreana y asesor del Departamento de Estado de EE.UU. para asuntos coreanos, el Excmo. Embajador Charles L. Prichard (The Brookings Institution Washington, DC), antiguo Director de Estudios Asiáticos de la Administración Clinton, asesor personal del presidente, y posteriormente Representante de la Casa Blanca para Asuntos Coreanos en la Administración Bush. En 2012 el invitado especial fue el insigne Rector Park Chul académico correspondiente de la RAE, y primer traductor directo de El Quijote del español al coreano idioma). Gran amigo de España, Park Chul es también autor también de un capítulo en este libro conmemorativo del 70 aniversario de las relaciones diplomáticas entre Corea y España. El CEIC también financió la publicación de dos importantes obras difusoras de la historia y cultura coreanas como fueron la tesis de la profesora **Eunsook Yang** “Corea: historia de un proceso de reunificación” (Catarata, 2007) y la monografía de **Ernesto de Laurentis** “Evangelización y prestigio. Primeros encuentros entre España y Corea” (Verbum, 2008).

El CEIC ha participado en todas las ediciones de la Tribuna España-Corea, y ha establecido Convenios de Colaboración con diferentes organizaciones, instituciones y universidades españolas, así como con las siete principales universidades coreanas y con la Korea Foundation y la Academy of Korean Studies. Colabora habitualmente con la Embajada de La República de Corea en España y con Kotra Spain, con la que en breve coeditará el libro “Invertir en Corea. El caso de las empresas españolas”. También ha estrechado lazos con Iberoamérica, firmando convenios con universidades y otras asociaciones de estudios coreanos en este continente. El CEIC ha promovido becas a estudiantes coreanos para cursar estudios en universidades españolas, así como a estudiantes españoles en Corea. Igualmente ha promovido el intercambio de personal docente entre la UCLM y los hispanistas de las universidades coreanas. A iniciativa de quien hoy es su Presidente de Honor, el Profesor Alfonso Ojeda, El CEIC consiguió que en 2010 el Ayuntamiento de Madrid nombrara una calle con el nombre de “Calle del Padre Gregorio de Céspedes”, en homenaje al primer europeo en pisar tierras coreanas, allá por el siglo XVI. En el ámbito artístico, el CEIC se convirtió en 2007 en entidad colaboradora y patrocinadora de **APMAE** (Asociación Promotora de Museos Asiáticos en España), entidad también fundada por los profesores Ojeda e Hidalgo, junto con la profesora Eunsook Yang. Por otro lado, el Profesor Ojeda también fue el coeditor del libro “Arte de Corea Rodeando al cielo”, el compendio más completo escrito en castellano sobre arte coreano. La intensa labor del profesor Ojeda fue reconocida en 2004 por el Presidente de la República de Corea, quien le galardonó con la Orden del Mérito al Servicio Diplomático Heung-in Medal.

Gracias a la colaboración de **Capital Radio**, en junio de 2019 en el CEIC comenzamos a emitir semanalmente en esta emisora el espacio “**Corea puerta a Asia**”, que tengo el placer de presentar junto con nuestra responsable de comunicación Heejung Jo. Este espacio radiofónico, dentro del programa “After Work” de **Eduardo Castillo** y en horario de máxima audiencia, es el primero en España dedicado íntegramente a Corea donde cada semana, de una forma amena y durante 35 minutos, se cuenta a la audiencia española tanto la actualidad de la sociedad coreana y de sus empresas, como su cultura y tradiciones, con la participación de destacados invitados.

Afortunadamente, no es el CEIC la única asociación promotora o difusora de Corea en España. En Málaga, nuestros colegas de la **Asociación Puente por Corea**, encabezada por **Antonio Domenech** y en colaboración con la Universidad de Málaga (UMA) y la de Incheon en Corea, realizan una destacadísima labor en la difusión de Corea en España y en la promoción de la cooperación hispano-coreana principalmente en el ámbito académico y cultural pero también en el empresarial mediante su fructífera colaboración con el Parque Tecnológico de Andalucía

(PTA). Puente por Corea facilita el intercambio de estudiantes coreanos y españoles, imparte en la UMA un Máster especializado en Corea, realiza simposios y eventos, ha creado fuertes lazos con coreanistas de los países latinos, y plantea interesantes iniciativas en muchos ámbitos.

La actividad de **las universidades**, tanto coreanas como españolas en el ámbito de los estudios hispánicos y coreanos respectivamente, es objeto de otro capítulo de este libro. Sin embargo, sí queremos citar aquí la labor de destacados profesores universitarios cuya labor también les convierte en embajadores culturales de sus países. En Madrid las profesoras **Migang Chung** en la Universidad Complutense y **Eunsook Yang** en la Universidad Autónoma, ambas residentes en la capital desde hace muchos años, son dos referencias fundamentales en la difusión del idioma, los estudios y la cultura coreana. La profesora Chung también es docente en el Colegio Coreano de Madrid y traductora asidua en cumbres y eventos hispano-coreanas. La profesora Eunsook Yang, doctora en relaciones internacionales, fue comisaria de la extraordinaria exposición “Labores milenarias. Tejidos del Museo de Bordados de Corea” que, con la colaboración de APMAE y la Embajada de la República de Corea en España, se celebró en el Museo del Traje de Madrid, como parte de los eventos conmemorativos del 60 aniversario de las relaciones diplomáticas entre los dos países. Eunsook Yang fundó en 2018 la **ADECCE** (Asociación para la Difusión de Estudios y Cultura Coreana en España) de la que es Presidenta.

Como no podría ser de otra manera, Barcelona con su tradicional vocación hacia Asia, es otra ciudad importante en la difusión de Corea en España. La labor de la profesora **JO Mi Wha** del Departamento de Traducción e Interpretación en el Área de Estudios de Asia Oriental de la Universitat Autònoma de Barcelona, es un buen ejemplo de ello. Tampoco podemos dejar de mencionar al doctor y profesor emérito de esta misma universidad, **Josep Manel Brañes i Espiñeira**, uno de los mayores expertos españoles sobre Corea. Y también al profesor de la Universitat de Barcelona **Xavier Boltaina**, especialista en derecho administrativo comparado, excelente conocedor de Corea, y muy en particular de la del Norte, que ha visitado en multitud de ocasiones. Ambos son también responsables de área del CEIC, y al margen de su labor docente, siempre están disponibles para participar, de forma altruista y entusiasta, en cualquier conferencia, charla o encuentro sobre Corea.

La vetusta Universidad de Salamanca ofrece un Master en Estudios Asiáticos con especialidad en Corea, a cuyo frente y realizando una magnífica labor están la profesora **Kim Hye Jung**, (quien participa como autora de uno de los capítulos de este libro, y el profesor **David Doncel**, asiduo investigador y profesor invitado en universidades coreanas.

Por último, tampoco queremos dejar de mencionar la intensa labor de difusión de Corea en España por parte de **Pío E. Serrano**, que mereció en 2019 el reconocimiento especial de la Embajada de Corea en España. Especialista en literatura coreana, Pío E. Serrano fue fundador y director de la **Editorial Verbum**, de la que, ya retirado, es ahora colaborador honorífico. Verbum es la editorial que más libros sobre Corea ha publicado en España y en idioma español.

La difusión de la cultura coreana enfocada a los más jóvenes (con el K pop como eje principal) es la actividad de otra activa asociación en España, **Han-A**, organizadores entre otros eventos, de una semana coreana en FNAC orientada a la producción musical y audiovisual coreana.

**Carla Folgar** es otra referencia indispensable en la penetración del K-Pop en España como investigadora de este fenómeno. Acaba de publicar su artículo académico “Hallyu en España: espectadores, fanbases y nuevas formas de consumir el audiovisual” Es la directora de la web más importante sobre pop coreano en España. **BANA** con más 300.000 visitas mensuales.

Con un ámbito más amplio a otras áreas de la cultura coreana, también desde la Asociación Cultural **Hwarang**, Ivan Fernández y Nuria Minuesa realizan una gran labor difusora con intensa actividad en las redes sociales.

Es de destacar la labor de la periodista **Teresa Novillo**, quien presenta semanalmente y con gran éxito, “**Corea para principiantes**” el primer programa de televisión dedicado exclusivamente a Corea en el canal online “**Déjate de historias TV**”. A este programa son invitados asiduamente coreanos y españoles que comentan, ilustran y ofrecen multitud de puntos de vista sobre la realidad coreana. La televisión es un excelente medio para poder mostrar toda la riqueza visual y diversidad cromática de Corea.

El periodista y escritor **Santiago Castillo**, también autor de uno de los capítulos de este libro, es otro de los meritorios difusores de Corea en España. Vivió en Corea como corresponsal de la Agencia Efe, y posteriormente creó el diario digital **AsiaNortheast.com**, referencia fundamental en la difusión de noticias de Extremo Oriente en español, con un destacado foco en las que llegan de Corea.

**Kowin** (Korean Women’s International Network) es otra asociación fundamental para la difusión de la cultura coreana en el mundo y un ejemplo del papel cada vez más protagonista de la mujer coreana. Kowin Spain, presidida actualmente por **Lee Inja**, lleva a cabo una intensa labor con la programación de numerosos actos lúdicos y culturales, como el precioso y magníficamente organizado festival de baile al que hace unos meses tuve el placer de asistir.

### **Las redes sociales, la diplomacia paralela “online”**

Facebook, Instagram, Youtube, Twitter... parece mentira que palabras que hasta hace poco eran desconocidas o pronunciadas únicamente por veinteañeros, se hayan convertido en pocos años en los principales canales de comunicación del mundo, ya con una influencia similar a la que la prensa ejerció en el siglo XX.

Las redes sociales también son un estupendo instrumento para las embajadas. El actual embajador de la República de Corea en España, Hong Jo Chun, es un buen ejemplo de ello, con publicaciones diarias en Facebook e Instagram que muestran la intensa y variada actividad de la Embajada de la República de Corea en España.

Por otro lado, todos los famosos, asociaciones o grupos que hemos comentado en este capítulo como embajadores no oficiales de sus países, utilizan habitualmente las redes sociales para la difusión de sus actividades y son un excelente ejemplo de la potente carga difusora de este medio en nuestro mundo global. Hoy en día la información es tan accesible que un joven coreano puede ver con la misma rapidez y facilidad un vídeo de un grupo musical español que uno de un grupo coreano.

Las redes sociales se han convertido en un fabuloso canal de comunicación para las comunidades de españoles residentes en Corea y la de coreanos residentes en España. En ambos casos tienen foros con una intensa actividad en Facebook e Instagram.

Como conclusión a este capítulo, podemos afirmar que la coincidencia en el tiempo de la afición de los coreanos por España y la de los españoles por la Korean Wave, junto con la labor de las asociaciones de uno y otro país, y el trabajo llevado a cabo por cuerpos diplomáticos tan prestigiosos como son el coreano y el español, auguran un futuro muy prometedor de las relaciones hispano-coreanas. Sin duda, Corea y España forman una bonita y simpática pareja de baile, cada vez más compenetrada y consolidada.