

# R DOS MUNDO



Julio - Diciembre 2022



ISSN: En trámite

NÚMERO 1 | VOLÚMEN 1



**Rectora Universidad Autónoma de Nayarit / Rector of the Universidad Autónoma of Nayarit**  
Dra. Norma Liliana Galván Meza

**Director Unidad Académica de Ciencias Sociales / Director Academic Unit of Social Sciences**  
Mtro. Daniel Antonio Camarena Barrón

**Responsable de Proyecto Editorial / Publishing Project Manager**  
Mtra. María del Carmen Hernández Cueto

**Responsable Editorial / Editorial Manager**  
Dr. Víctor Manuel González Bernal

**Maquetador – Diseñador / Layout Artist - Designer**  
Mtro. Ilych Antonio Ramos Guardado

**RDOSMUNDO Vol. 01, Núm. 01,  
Julio - Diciembre 2022.**

**RDOSMUNDO** es una revista de publicación semestral, editada por el **Centro de Investigación en Estudios Coreanos (CIEC)** de la Universidad Autónoma de Nayarit (UAN).

**Ciudad de la Cultura “Amado Nervo”  
Tepic, Nayarit. México. C.P. 63000  
Av. Juárez, No. 67, Col. Centro.  
Tepic, Nayarit, México. C.P. 63000.**

**Teléfono:**  
(+52) 311 211 8800

<https://rdosmundo.uan.edu.mx>

**Fecha de última modificación:**  
**30 de diciembre de 2022.**

**Correo de contacto:**  
[r2mundo@uan.edu.mx](mailto:r2mundo@uan.edu.mx)

**Reserva de Derechos al Uso Exclusivo:**  
04-2022-062911321600-203

ISSN: en trámite.

**Ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor.**

**Las opiniones expresadas por los autores no representan la postura editorial.**

**Queda prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación salvo previa autorización por escrito del Centro de Investigación en Estudios Coreanos (CIEC).**



## COMITÉ EDITORIAL

### **Editor en jefe**

Dr. Víctor Manuel González Bernal

**Universidad Autónoma de Nayarit.**

Cd. de la Cultura Amado Nervo s/n. Tepic, Nayarit,  
México.

Teléfono: +52(311) 2118800 ext. 8975

Celular. 3111460538

Correo electrónico: [victor.gonzalez@uan.edu.mx](mailto:victor.gonzalez@uan.edu.mx)

### **Asistencia técnica**

Ilych Antonio Ramos Guardado

**Universidad Autónoma de Nayarit.**

Cd. de la Cultura Amado Nervo s/n. Tepic, Nayarit,  
México.

Correo institucional: [antonio.ramos@uan.edu.mx](mailto:antonio.ramos@uan.edu.mx)



## COMITÉ TÉCNICO

**Daniel Antonio Camarena Barrón**

Universidad Autónoma de Nayarit  
[daniel.camarena@uan.edu.mx](mailto:daniel.camarena@uan.edu.mx)

**Martín Alonso Carrillo Miralrío**

Universidad Autónoma de Nayarit  
[alonso.miralrio@uan.edu.mx](mailto:alonso.miralrio@uan.edu.mx)

**Mario Mendoza Pérez**

Universidad Autónoma de Nayarit  
[mario.mendoza@uan.edu.mx](mailto:mario.mendoza@uan.edu.mx)

**Laura Esther García Gómez**

Universidad Autónoma de Nayarit  
[laura.garcia@uan.edu.mx](mailto:laura.garcia@uan.edu.mx)

**Irene Rodríguez**

Universidad Autónoma de Nayarit  
[irene.rodriguez@uan.edu.mx](mailto:irene.rodriguez@uan.edu.mx)

**Jaime Humberto del Real Flores**

Universidad Autónoma de Nayarit  
[humberto.delreal@uan.edu.mx](mailto:humberto.delreal@uan.edu.mx)

**Rosalva Arteaga Medina**

Universidad Autónoma de Nayarit  
[rosalva.arteaga@uan.edu.mx](mailto:rosalva.arteaga@uan.edu.mx)

**Fabiola Martínez Castillo**

Universidad Autónoma de Nayarit  
[fabiolam@uan.edu.mx](mailto:fabiolam@uan.edu.mx)

**Ilych Antonio Ramos Guardado**

Universidad Autónoma de Nayarit  
[antonio.ramos@uan.edu.mx](mailto:antonio.ramos@uan.edu.mx)

**Juan Ildelfonso Martínez Rivera**

Universidad Autónoma de Nayarit  
[juan.martinez@uan.edu.mx](mailto:juan.martinez@uan.edu.mx)

**Verónica Luna Gómez**

Colegio de México  
[vluna@uan.edu.mx](mailto:vluna@uan.edu.mx)





## **COMITÉ CIENTÍFICO INTERNACIONAL**

**Dra. Barbara Bavoleo**  
Universidad Nacional De Plata

**Dr. Ángel Licona Michel**  
Universidad De Colima

**Dr. Armando Renato Balderrama Santander**  
Universidad Autónoma de Nuevo León

**Dr. Kim Won Ho**  
Hankuk University Of Foreign Studies

**Dr. Héctor Ramón Ramírez**  
Universidad De Guanajuato

**Dr. Pedro Vidal Tello Almaguer**  
Universidad Autónoma De Guerrero

**Dr Ricardo Ernesto Sumalavia Chavez**  
Pontificia Universidad Católica Del Perú

**Dra. Yunuen Ysela Mandujano Salazar**  
Universidad Autónoma De Ciudad Juárez.

**Dr. Plácido Salomón Álvarez López**  
Universidad Autónoma De Guadalajara

**Dra. María del Carmen Hernández Cueto**  
Universidad Autónoma De Nayarit

**Dr. Víctor González Bernal**  
Universidad Autónoma De Nayarit

**Dr. Felipe Hernández Guerrero**  
Universidad Autonoma De Nayarit

**Dra. Claudia Guadalupe Hernández Rodríguez**  
Busan University Of Foreign Studies

**Dr. Pedro Orozco Espinoza**  
Universidad Autónoma De Nayarit

**Dr. Javier Rosiles Salas**  
Universidad De La Ciénega Del Estado De Michoacan De Ocampo

**Dr. Juan Felipe López Aymes**  
Universidad Nacional Autónoma de México

**Chon Gnam Chin**  
Universidad Hankuk, Corea del Sur.

**Kim, Uh Sung**  
Busan University Of Foreign Studies

**Dr. Carlos Alberto Aquino Rodríguez**  
Centro De Estudios Asiáticos de La Universidad Nacional Mayor De San Marcos

**Dr. César Ross**  
Director De Doctorado en Estudios Americanos  
Universidad de Santiago de Chile.

**Dr. Víctor Edgar Sánchez Gallegos**  
Universidad de Monterrey

**Dra. Lucía Pérez Sánchez**  
Universidad Autónoma De Nayarit.

**Dra. Elizabeth Trujillo**  
Universidad Autónoma De Nayarit.



## **COMITÉ CIENTÍFICO NACIONAL**

**Dr. Carlos Rafael Rea Rodríguez**  
Universidad Autónoma De Nayarit

**Dr. Francisco Javier Urciaga Espinosa**  
Universidad Autónoma De Nayarit

**Dr. José Luis Pacheco Reyes**  
Universidad Autónoma De Nayarit

**Dra. Dalia Imelda Castillo Márquez**  
Universidad Autónoma De Nayarit

**Dra. Karla Noemi Padilla Martínez**  
Universidad De Guadalajara

**Dra. Diana Pérez Pimienta**  
Universidad De Guadalajara

**Dra. Aimeé Argüero Fonseca**  
Universidad Autónoma De Nayarit

**Dr. Salvador Mancillas Rentería**  
Universidad Autónoma De Nayarit

**Dr. José Salvador Zepeda Lopez**  
Universidad Autónoma De Nayarit.

**Dra. Karla Susana Barrón Arreola**  
Universidad Autónoma De Nayarit.

**Dcte. Enedina Heredia Quevedo**  
Universidad Autónoma De Nayarit.

**Dr. Antonio Rumualdo Márquez González**  
Universidad Autónoma De Nayarit.

**Dra. María Del Refugio Navarro Hernández**  
Universidad Autónoma De Nayarit.

**Dra. María Espin**  
Universidad De Guerrero



## ÍNDICE DE CONTENIDO

1. 1er Congreso Internacional en Estudios Coreanos  
Discurso de Felicitación  
**Pp.14 – 18**
2. Chuseok y Día de Muertos, Vivir es recordar  
**Pp. 20 – 33**
3. La influencia del Hallyu en el sector cosmético de Corea del Sur  
**Pp. 34 – 43**
4. De la explotación colonial a los monopolios capitalistas: Un análisis histórico aproximativo de los Chaebols en Corea del Sur  
**Pp. 44 - 54**

# 1

## Discurso de Felicitación

**UH JEONG- IN**  
**Embajador de la**  
**República de Corea del Sur**

**Universidad autónoma de Nayarit**  
**1er Congreso Internacional en Estudios Coreanos**  
**Discurso de Felicitación**

Jueves 17 de febrero de 2022

POR: SUH JEONG- IN  
 EMBAJADOR DE LA REPÚBLICA DE COREA DEL SUR

Rector Jorge Ignacio Peña González, Senadora Cora Cecilia Pinedo Alonso, Subsecretario de Educación Básica del estado de Nayarit Martin Isaac Pérez Gómez, Presidente del Consejo Asesor de la Unificación Pacífica de Corea en América Central y el Caribe Park Rae-Gon, Profesor de la Universidad Hankuk de Estudios Extranjeros Kim Won-Ho y todos los distinguidos asistentes al Congreso Internacional en Estudios Coreanos el día de hoy.

En primer lugar, me parece muy grato que se realice en la Universidad Autónoma de Nayarit, este primer congreso Internacional en Estudios Coreanos, con el motivo de conmemorar el 60 aniversario de las relaciones diplomáticas entre Corea y México.

Así mismo, me gustaría expresar mi agradecimiento al profesor Yun Sang Cheol, a los demás profesores y a todo el personal de la Universidad Autónoma de Nayarit involucrado en la preparación de este evento académico por su arduo trabajo.

**Relación entre Corea y México**

La relación entre Corea y México ha existido durante mucho tiempo. Históricamente, nuestra relación comenzó durante el último periodo del Imperio Coreano en 1905, cuando 1,033 de nuestros antepasados coreanos llegaron a México, los cuales fueron los primeros inmigrantes coreanos en América Latina.

100 años después de esta primera inmigración a México en el año 2005, Corea y México, ambos países han desarrollado una relación de socios estratégicos. Durante este año no solo se celebra el 60 aniversario de las relaciones diplomáticas entre Corea y México, sino que también el 30 aniversario de la relación de hermandad entre la Ciudad de México y Seúl y el décimo aniversario del establecimiento del Centro Cultural Coreano, por lo que en nuestra embajada estamos preparando 40 eventos diferentes para conmemorar el 60 aniversario de las relaciones diplomáticas entre Corea y México.

Entre los eventos más importantes que se llevarán a cabo, se encuentra la participación de Corea como país invitado en el Festival Cervantino que se realizará en octubre de este año en Guanajuato. Así mismo, en el mes de mayo en Corea se llevará a cabo la primera exposición de la Civilización Azteca en el Museo Nacional de Corea en Seúl.

Asimismo, se está debatiendo la designación de la “Calle de Seúl” en la Ciudad de México y se planea realizar el Foro Económico Corea-México sobre el tema de la 4ª revolución industrial en la segunda mitad de este año.

Además de todo esto, con motivo del Día de Corea el 4 de mayo se están preparando recepciones oficiales, actuaciones conmemorativas y exposiciones fotográficas entre otras cosas, también se promueven las actuaciones del equipo de demostración de la Academia Mundial de Taekwondo y de la banda militar del Ministerio de Defensa Nacional.

Como países que ocupan el décimo (Corea) y dieciseisavo (México) lugar entre las mayores economías del mundo, son miembros conjuntos de la OCDE y el G20. Con base en estos puntos en común, la cooperación económica entre ambos países se ha profundizado. A partir del año 2020, Corea es el cuarto socio comercial de México y México es el primer socio comercial de Corea en América Latina (representando el 40% del comercio con América Latina), la inversión acumulada de Corea en México asciende a 7.700 millones de dólares.

En 2017 se abrió por primera vez en América Latina un vuelo directo entre Seúl y la Ciudad de México, convirtiéndola en la ruta principal de conexión entre el noreste de Asia con América Latina. Debido a la propagación del COVID-19, algunos países de América Latina cerraron sus fronteras durante la primera mitad del 2020, y esto ha contribuido en gran medida a la evacuación de los residentes y turistas coreanos.

Desde la inauguración del Centro Cultural Coreano en la Ciudad de México en el año 2012 la Ola Coreana se está extendiendo en el país, como conmemoración de estas relaciones bilaterales, en el 2019 la ciudad de Mérida, la ciudad de Campeche y el Estado de Yucatán designaron el 4 de mayo como el 'Día de Corea', y el mes de marzo del año pasado El Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos declaró el 4 de mayo como el 'Día del Inmigrante Coreano'.

Considerando la cooperación de Corea con el Estado de Nayarit y la estrecha relación con la Universidad Autónoma de Nayarit, que cuenta con la única licenciatura en Estudios Coreanos en México, como embajador, espero sinceramente que también el Estado de Nayarit pueda designar el 4 de mayo como el Día de Corea.

Anteriormente he hablado sobre la relación entre Corea y México, a continuación, les hablaré sobre el estado de la cooperación económica entre los dos países.

Estado de la cooperación económica entre países

En términos numéricos, el desarrollo de las relaciones bilaterales, en comparación con hace 60 años, el comercio creció aproximadamente 20,000 veces y la inversión 80,000 veces. El intercambio humano entre los dos países, que era insignificante hace 60 años, aumentó a 150,000 personas en 2019.

Como una de las 10 principales economías del mundo, Corea y México comparten los valores de la democracia y la economía de mercado, y mantienen un alto nivel de cooperación económica. El volumen de comercio entre los dos países se ha quintuplicado en los últimos 20 años, y Corea se ha convertido en el cuarto socio comercial de México. En términos de inversión, Corea del Sur invierte \$7,700 millones de dólares en México por lo que es el segundo inversionista entre los países asiáticos. El potencial para la cooperación económica entre los dos países es muy grande ya que todo esto se ha logrado sin un tratado de libre comercio (TLC) entre los dos países. Es alentador que las exportaciones de México a Corea también aumentaron de \$4,900 millones de dólares en 2019 a \$5,300 millones de dólares en 2020 a pesar de la situación del COVID-19.

### **Necesidad de firmar un TLC**

A continuación, hablare sobre la necesidad de firmar un Tratado de Libre Comercio (TLC).

Pienso que, para alcanzar este potencial, la firma de un TLC entre ambos países es una tarea muy importante, ya que ayudará a profundizar la cooperación económica entre los dos países. Corea y México tienen redes de TLC con más de 50 países cada uno, si entre ellos cuentan con mecanismos institucionales de cooperación, como los TLC bilaterales, se espera que el efecto de sinergia sea enorme. Así como en el pasado, las dos regiones estaban conectadas a través de Manila en Filipinas y Acapulco en México, Corea y México ahora podrán ser un puente que conectará las dos regiones como países representativos de potencia intermedia en Asia y América Latina.



El gobierno coreano está tratando de construir una base institucional para la futura cooperación económica entre los dos países a través de la firma del TLC Corea-México. Nuestra embajada también participa activamente en actividades de divulgación para el TLC Corea-México, como la publicación de folletos sobre el tema. En ese sentido, hubo muchos logros en el Foro Económico Corea-México sobre el tema del TLC bilateral realizado en diciembre del año pasado. Las empresas mexicanas que participaron en el foro mostraron gran expectativa al señalar que el TLC Corea-México se convertirá en una “autopista” que amplíe la cooperación económica y los intercambios entre ambos países. La Embajada de Corea continuará haciendo todo lo posible para garantizar que las negociaciones del TLC Corea-México puedan reanudarse durante la segunda mitad de este año.

### **Medidas para fortalecer las relaciones bilaterales en el futuro**

Por último, hablare sobre las medidas para fortalecer las relaciones bilaterales en el futuro. Para fortalecer la relación entre ambos países, tendremos que prepararnos para los próximos 60 años de amistad, sobre la base de la amistad que hemos construido durante los últimos 60 años. Para ello, es necesario ampliar y profundizar la cooperación política, económica y cultural existente entre Corea y México, así como continuar descubriendo nuevas áreas de cooperación entre los dos países, considerando los cambios en la era post COVID, con el objetivo de lograr un desarrollo mutuamente beneficioso a través de las fortalezas de cada país.

La salud, la ciencia y la tecnología, así como los campos digitales se pueden considerar como áreas prometedoras de cooperación entre los dos países en el futuro.

En el sector salud, México ha sido duramente golpeado por la propagación del COVID-19, llegando a registrar alguna vez el tercer mayor número de muertes en el mundo. La alta tasa de enfermedades subyacentes como la obesidad y la diabetes y la escasez crónica de medicamentos los hacía vulnerables a la propagación del virus. Corea del Sur compartió con México sus experiencias relacionadas con el COVID-19, y dio apoyo a nivel gubernamental para equipos de diagnóstico y productos de cuarentena por valor de \$ 500,000 dólares. Además del apoyo a nivel gubernamental, las empresas coreanas en México y los gobiernos locales de Corea también brindaron diversos tipos de ayuda humanitaria. Además, en relación con los medicamentos contra el cáncer en niños, un tema que preocupa al presidente de México, una empresa coreana y el Instituto Nacional de Salud y Bienestar de México (INSABI) firmaron un contrato de suministro el año pasado por un total de \$54 millones de dólares. Con lo que se esperan resultados como pedidos adicionales de empresas coreanas en la licitación de medicamentos y equipo médico del sector público mexicano, también, actualmente se está discutiendo la firma de un acuerdo de cooperación en salud entre los dos países.

En el campo de la ciencia y la tecnología, según datos del Banco Mundial en el año 2020, las exportaciones de alta tecnología de México representaron el 21% de las exportaciones totales de manufactura, lo que convierte a México en un país con ventaja en campos de alta tecnología, superando el promedio de 15% de América Latina y el 18.2% de la OCDE. Además, para que los dos países establezcan una base institucional para la cooperación científica y tecnológica, cuatro instituciones coreanas, la Fundación Nacional de Investigación, el Instituto de Investigación de Políticas Científicas y Tecnológicas, la Agencia de Promoción de Tecnología Industrial y el Instituto de Evaluación de Tecnología Energética de Corea han firmado un memorándum de entendimiento con el CONACYT, que supervisa la ciencia y la tecnología de México, con lo que se promoverán diversas formas de cooperación, como los intercambios entre personas y la investigación y el desarrollo conjuntos.

Por último, en caso de la colaboración digital, el aumento de los intercambios no presenciales debido a la propagación del COVID-19, destaca la importancia de la cooperación digital. Este es un campo clave que puede superar la (tiranía de la) distancia entre los dos países. México es un país con una gran brecha digital entre regiones y clases, el gobierno de AMLO prioriza promover la conectividad digital entre las industrias clave a nivel nacional y garantizar el acceso a Internet para todos los ciuda-

danos. Para lograrlo, se podrá desarrollar la cooperación digital en diversos campos, como la red 5G, ciberseguridad y ciudades inteligentes basadas en la tecnología avanzada de Corea.

### **Observaciones finales**

En este sentido, quisiera resaltar el importante papel de la Universidad Autónoma de Nayarit en hacer especial la relación entre Corea y el estado de Nayarit. Espero que la Universidad Autónoma de Nayarit brinde una oportunidad para que jóvenes de todo México se especialicen en Estudios Coreanos, y que el Estado de Nayarit sirva como un puente entre ambos países.

Reitero mi felicitación a la Universidad Autónoma de Nayarit que cuenta con la única Licenciatura en Estudios Coreanos de México y que en junio del año pasado estableció el Centro de Investigación en Estudios Coreanos por la organización de este primer congreso internacional en estudios coreanos. Además, felicito sinceramente a los ganadores del día de hoy. Espero que el congreso de dos días sea un momento valioso para que todos reflexionen sobre su visión de contribuir al desarrollo de las relaciones bilaterales entre Corea y México.

**Gracias.**



# 2

## Chuseok y Día de Muertos, Vivir es recordar

Lucero Castillo Galicia  
Pak Chan-In

## Chuseok y Día de Muertos, Vivir es recordar

Lucero Castillo Galicia\*

Pak Chan-In\*\*

*\*Profesora de coreano en el Centro de Idiomas FESC por la Universidad Nacional Autónoma de México. Profesora de español y artes por GVCS Global Education Center en Sejon, Corea del Sur.*

*luceroCastillo1204@gmail.com.*

*ID-ORCID 0000-0002-3198-2225*

*\*\* Profesor de Culturales Globales por la Universidad Nacional de Chungnam (충남대학교), en Daejeon, Corea del Sur. In1207*

*pc@cnu.ac.kr*

### Resumen

En este artículo se presenta una investigación llevada a cabo en la Universidad Nacional de Chungnam, y tiene como objetivo realizar un estudio comparativo (Goodrick, 2014) empleando el método cualitativo-descriptivo para el análisis de las potenciales similitudes y diferencias que existen entre las tradiciones del 'Chuseok' (추석) en Corea y el 'Día de Muertos' en México. El fin de este trabajo es demostrar que entre ambas tradiciones existen mayores características en común que diferencias. El Chuseok y Día de Muertos son tradiciones ancestrales cuyo núcleo es común, ya que ambas giran en torno a la práctica de rituales conmemorativos donde las familias muestran amor y respeto genuinos hacia sus antepasados fallecidos. Actualmente, su festejo anual demuestra que son tradiciones vivas, latentes en el corazón de coreanos y mexicanos, que siguen siendo de gran importancia para ambas sociedades. Asimismo, el código cultural inmerso que comparten estas tradiciones representa una potencial y valiosa conexión cultural entre Corea y México. Esta investigación expone que el Chuseok y Día de Muertos sirven a la misma filosofía: vivir es recordar. Llegamos a esta conclusión debido a que: (i) ambas tradiciones se sustentan sobre la creencia de la existencia de la vida después de la muerte; (ii) durante ambas festividades las familias se reúnen y organizan ofrendas de comida en los hogares y cementerios para mostrar amor, gratitud y recordar a sus antepasados; y (iii) otras prácticas en común que acercan al Chuseok y Día de Muertos, que se profundizan en el desarrollo del presente trabajo.

**Palabras clave:** Chuseok (추석), Día de Muertos, Conmemoración, tradiciones ancestrales.

### Abstract

This article presents an investigation carried out at the Chungnam National University. Its objective is to conduct a comparative study (Goodrick, 2014) using the qualitative-descriptive method to analyze the potential similarities and differences between the traditions of 'Chuseok' (추석) in Korea and 'Day of the Dead' in Mexico. The purpose of this work is to demonstrate that there are considerably more characteristics in common than differences between both traditions. Chuseok and Day of the Dead are ancient traditions that are similar at their core, as both revolve around the practice of commemorative rituals where families show genuine love and respect for their deceased ancestors. Moreover, their annual celebration shows that they are living traditions latent in the hearts of Koreans and Mexicans and continue to be of great importance to both societies. Likewise, their shared cultural codes represent potential and valuable cultural connections between Korea and Mexico. This research shows that Chuseok and Day of the Dead serve the same philosophy: to live is to remember. We reached this conclusion because: (i) both traditions are based on the belief in the existence of life after death; (ii) during both festivities, families gather and organize food offerings in homes and cemeteries to show love, gratitude, and remember their ancestors; and (iii) other similar practices that bring Chuseok and Day of the Dead closer which are further studied in the body of this work.

**Key words:** Chuseok (추석), Day of the Dead, Commemoration, ancestral traditions.

## Introducción

La creencia sobre la vida después de la muerte fue originando diversos ritos funerarios y conmemorativos, los cuales ayudaron a fortalecer el sentido de pertenencia y diferenciación entre las varias culturas antiguas (Morales, 2017).

Actualmente, algunos países se han esforzado por preservar estas antiguas tradiciones conmemorativas como parte de su patrimonio cultural. En cambio, algunos otros las han subestimado y rechazado por su voluntad de convertirse en “naciones avanzadas” o por la aparición de otras creencias. Sin embargo, como dijo una vez el poeta mexicano, ganador del Premio Nobel en Literatura, Octavio Paz, “una civilización que niega la muerte termina negando la vida”. En otras palabras, una sociedad que niega sus percepciones de la muerte termina negando el patrimonio cultural que vive dentro de estas prácticas conmemorativas. Mantener vivas las tradiciones y prácticas ancestrales ha demostrado ser relevante para las sociedades contemporáneas (Kehinde, 2004), ya que ayudan a conservar una identidad cultural, la cual proporciona un sentido de pertenencia a un grupo social que aprende y acepta elementos simbólicos y rasgos culturales comunes como costumbres, valores, ritos, tradiciones y creencias. Es decir, permite a los miembros de una nación compartir una memoria colectiva. La memoria colectiva es aquella que guarda la identidad de un grupo social que comparte recuerdos, conocimientos e información de un pasado en común. Adicionalmente, el compartir costumbres y creencias permite que las personas se relacionen mejor dentro de un entorno cultural específico (Contreras, 2010). Como señaló Emile Durkheim (Durkheim Emile, 2008), investigador pionero de la memoria colectiva, estos rituales tradicionales pueden desempeñar un papel crucial para que los individuos y grupos se relacionen con su pasado y mantengan su identidad cultural. Por lo tanto, el estudio de estas tradiciones puede ayudarnos tanto a comprender la forma de vida de las sociedades pasadas, como de las presentes (Linnekin, 1983).

Adicionalmente, frente a la constante globalización es de vital importancia que las nuevas generaciones identifiquen estas tradiciones antiguas para respetar, entender y conectarse mejor con las diversas sociedades en todo el mundo. Particularmente, existen varios países que com-

parten la tradición de conmemorar a sus antepasados. Algunos ejemplos son el ‘Pitru Paksha’ en la India, ‘Gai Jatra’ en Nepal, ‘Pchum Ben Festival’ en Camboya, ‘Obon’ en Japón, ‘Qingming Festival’ en China, ‘Chuseok’ en Corea y el ‘Día de Muertos’ en México. Estos países son ejemplos del mantenimiento y conservación de antiguas conmemoraciones a los antepasados y de cómo estas se han convertido incluso en importantes fiestas nacionales.

La presente investigación se centrará en el ‘Chuseok’ y el ‘Día de Muertos’, que se consideran como una de las fiestas nacionales más significativas para Corea y México, respectivamente. En general, Chuseok y el Día de los Muertos son tradiciones cuyos núcleos giran en torno a rituales conmemorativos para los antepasados. Ambas son festividades de mediados de otoño que históricamente comenzaron a celebrarse al final de los períodos de cosecha. Esta investigación tiene como objetivo presentar por primera vez un análisis comparativo, que más allá de enfocarse en las diferencias entre ambas tradiciones, se enfoque en encontrar las mayores similitudes que puedan tener el Chuseok y el Día de muertos. Este estudio comparativo se llevará a cabo bajo el método cualitativo descriptivo para la recolección de datos y el análisis del contenido. Además, este primer acercamiento a la identificación de las características similares más destacadas puede servir de inspiración para generar relaciones más amistosas y mejorar el entendimiento mutuo entre estos países.

La presente investigación se estructura en 3 capítulos. El Capítulo I explica el marco teórico y la metodología. El Capítulo II, o el cuerpo de este trabajo, se estructura de la siguiente manera: en la Secciones 1 y 2 se estudia al Chuseok y al Día de Muertos, respectivamente, y se presentan sus antecedentes, expresiones culturales y los cambios que han sufrido ambas tradiciones; La Sección 3 lleva un estudio comparativo descriptivo entre el Chuseok y el Día de Muertos que analiza sus similitudes y diferencias. Finalmente, el Capítulo III presenta las conclusiones del trabajo y futuras líneas de investigación.

## Capítulo I

### Marco Teórico

Las ideologías sobre las cosas que no se pueden ver, como el alma, dios o el más allá, histórica-

mente han sido fuentes de inspiración para crear diversas costumbres, tradiciones e identidades culturales en varias civilizaciones humanas. Como nos muestra Norbert Elias en su obra “La soledad de los moribundos”, cada sociedad ha desarrollado percepciones distintas sobre el más allá. Generalmente, preguntas como “¿De dónde venimos?”, “¿Adónde iremos?” o “¿Existe el espíritu?” se han hecho desde el origen de la conciencia humana (Mendoza, 2006). En efecto, la creencia después de la muerte llevó a la creación de rituales de conmemoración de los antepasados, que se han convertido en una de las manifestaciones culturales más antiguas de la humanidad. Estas prácticas comenzaron cuando la cognición de la raza humana alcanzó un estado avanzado de conciencia, demostrando que, a diferencia de otros seres vivos, los humanos pueden recordar a sus difuntos (Roel, 2005). La presente investigación toma el caso del Chuseok y el Día de los Muertos en Corea y México, respectivamente, ya que comparten una creencia sobre el más allá y ritos de conmemoración similares.

Algunos estudios previos sobre el Día de Muertos en México y su análisis comparativo con otras culturas han sido realizados principalmente por el antropólogo estadounidense Stanley H. Brandes. Brandes ha publicado varios trabajos comparando el Día de Muertos en México con tradiciones europeas y americanas. Algunas de sus publicaciones son “Azúcar, Colonialismo y Muerte: Sobre los Orígenes del Día de Muertos en México” (Brandes, 1997) e “Iconografía en el Día de Muertos de México: Orígenes y Significado” (Brandes, 1998), Brandes se enfocó en analizar el origen y significado de los elementos artísticos en el Día de Muertos, como en analizar la representación simbólica de la muerte en formas de calaveras y pan, los cuales son utilizados como decoración durante el Día de Muertos, y los compara con los creados y utilizados en España durante el Día de Todos los Santos. Además, Brandes también realizó un análisis comparativo del Día de Muertos en México y la celebración de Halloween en Estados Unidos en “El Día de Muertos y el Halloween, la Búsqueda de una Identidad Nacional Mexicana” (Brandes, *The Day of the Dead, Halloween, and the Quest for Mexican National Identity*, 1998), donde analizó la percepción mexicana y estadounidense de muerte, su simbolismo y crecimiento.

Además de los estudios comparativos realizados entre Europa y América con relación al Día de Muertos en México, las investigaciones realizadas en países asiáticos han sido muy limitadas. En “La comparación entre el mito mexicano y el mito javanés sobre el espíritu de la muerte encontrado en COCO 2017” (Jaya Yohanes, 2019), donde se comparan las prácticas de Indonesia y México relacionadas con los ritos de conmemoración de los antepasados. En particular, se resaltan los elementos artísticos y creencias similares entre Indonesia y México basados en los representados en la película “COCO” de Disney/Pixar (2017). Sin embargo, dado que las similitudes encontradas fueron basándose únicamente en la película “COCO”, su estudio de comparación es un tanto limitado, ya que el análisis se confina a una percepción proveniente de un estudio de animación extranjero. En contraste, el presente trabajo ejecutará una extensa investigación documental y etnográfica para mostrar que existen similitudes aún más extensas entre el Chuseok de Corea y el Día de Muertos de México.

En cuanto a los estudios relacionados sobre el Chuseok de Corea y su comparación con otras culturas se han realizado principalmente con otros festivales de otoño como el Festival chino de Mediados de Otoño y las festividades japonesas de Tsukimi. La investigación realizada por Jin Ping Yang en “La comparación del Festival de Medio Otoño entre Corea y China” (양금평, 2010), mostró que incluso con una estrecha relación en su historia, geografía y cultura, las tradiciones coreana y china habían evolucionado de manera diferente. El análisis comparativo arrojó que si bien ambos países toman la luna como elemento simbólico el tema principal y el significado de las tradiciones son diferentes, ya que los chinos agradecen a la luna y los coreanos centran su gratitud hacia sus antepasados. Por lo tanto, el estudio concluyó que, en particular, el Chuseok no está relacionado con la festividad China. Durante la comparación con Japón, Seong-hwan llegó a una conclusión similar. En su trabajo “Un estudio comparativo del Chuseok en Corea y Tsukimi en Japón” (노성환, 2011), explica que ambas costumbres tienen lugar en el día quince del octavo mes del calendario lunar. Sin embargo, la tradición en Corea representa un momento para encontrarse espiritualmente con los ancestros y en Japón significa, al igual que



la tradición China, un día en que los practicantes adoran a la luna.

Hasta el momento, la investigación relacionada con el Día de Muertos realizada en Corea consiste en algunos estudios realizados por Jong-Wook Park (2011), analizando el papel sociocultural de la tradición (박종욱, 의례로서 '죽은 자들의 날'의 사회문화적 이미지 분석, 2011) y el significado de la costumbre mexicana de conmemoración como código cultural (박종욱, 문화코드로서, 2011). También existen estudios relacionados con algunas películas animadas sobre el Día de Muertos. Por ejemplo, Yi Hyang-ae describió la percepción de la vida y la muerte a través de la película "COCO" (이향애, 2018), y Eom So-Yeon analizó el trans-espacio representado en la película 'El libro de la vida' (엄소연, 2019). Estos trabajos introdujeron parcialmente varios aspectos relevantes sobre el Día de Muertos para la academia coreana, como el significado de la festividad, la cosmovisión indígena mexicana y su percepción heredada de la vida y la muerte, algunos de los simbolismos del Día de Muertos, códigos culturales y elementos icónicos en la tradición. Sin embargo, como se puede observar, ninguno de estos trabajos ha abordado ni sugerido un estudio comparativo que Introduzca las similitudes que más resaltan entre el Chuseok y el Día de Muertos, tal como se pretende presentar y desarrollar en esta investigación.

### Metodología de trabajo

El estudio se integra de una extensa investigación y recopilación de contenido documental y etnográfico, el cual abarcó el origen y evolución de las concepciones sobre la muerte, los rituales conmemorativos y las prácticas culturales de dos importantes festividades nacionales, el Chuseok en Corea y el Día de Muertos en México, ambas tradiciones relacionadas con la conmemoración a los antepasados.

Finalmente, con base en la información presentada, se empleó el método cualitativo descriptivo para el análisis del contenido, con el objetivo de puntualizar, analizar e interpretar los datos encontrados. Este análisis se utilizó para realizar, por primera vez, un estudio que acerca estas dos tradiciones. Finalmente, con la ayuda de un estudio comparativo, se determinaron las más destacadas diferencias, pero más importantemente,

las similitudes entre estos dos rituales de conmemoración a los ancestros.

## Capítulo II

### Sección 1. Chuseok

Corea se encuentra en el noreste de Asia, limita con Japón al este y China al oeste. La creencia en la inmortalidad del alma fue lo que ayudó a consolidar la práctica de la conmemoración de los antepasados a lo largo del tiempo en toda Asia. Desde la antigüedad, Corea ha mantenido una cultura espiritual de aprecio, respeto y conmemoración a sus antepasados, quienes aún después de fallecer siguen presentes en la vida de sus descendientes. Durante el siglo IV, misioneros de China y Asia Central comenzaron a introducir el budismo y el confucianismo a las primeras creencias populares coreanas del totemismo, el animismo y el chamanismo. Posteriormente, en el siglo XIV, Corea fue considerada parte de la esfera cultural de Asia Oriental (Kor. 한자 문화권), en la cual los países miembros compartían un conjunto de sistemas culturales convencionales expandidos por China desde la literatura, el arte, la cocina, la filosofía, la religión, hasta la forma de practicar los rituales en base al confucianismo, el budismo y el taoísmo. Desde entonces, el concepto confucianista de "piedad filial", el cual se refiere a la solidaridad de la estructura familiar y el respeto y amor que los hijos deben expresar hacia sus padres, ha jugado un papel esencial en las ceremonias de conmemoración a los antepasados. Hoy en día, las ceremonias de conmemoración realizadas a los antepasados reflejan una mezcla de creencias entre el chamanismo, budismo y confucianismo.

Principalmente, durante la última dinastía en Corea, llamada Joseon, los rituales conmemorativos se lograron unificar y estabilizar gracias al libro Garye (Kor. 가례) (정현정, 2020). Este libro estableció las pautas, basadas en el neoconfucianismo, para varias costumbres, modales, ceremonias y rituales familiares que rigen incluso hasta en la actualidad.

Existen varias clasificaciones para los rituales que involucran la creación de ofrendas de alimentos en Corea, según la fecha, la ocasión y el lugar de realización, y generalmente se denominan Jesa (Kor. 제사). El Jesa (한국민족문화대백과사전, 1991) se puede dividir en tres categorías: Gije, Charye y Seongmyo. El Gije (Kor.



giye, Chin. 忌 祭) se realiza para el aniversario de la muerte del antepasado. El Charye (Kor. 차례 Chin. 茶禮) (también conocido como Jeolsa (Kor. 절사) o Chasa (Kor. 차사) se representa en los hogares durante los festivales de temporada. Finalmente, Seongmyo (Kor. 성묘) (también conocido como Myoje (Kor. 묘제, Chin. 墓祭)), se realiza en tumbas familiares, durante el aniversario de la muerte del antepasado o en días festivos nacionales (한국민족문화대백과사전, 1991). En particular, Charye y Seongmyo tienen la singularidad de ser ceremonias tanto solemnes como festivas, ya que pueden realizarse durante las festividades nacionales coreanas (한국민족문화대백과사전, 1991), siendo Chuseok (Kor. 추석) una de las festividades más importantes de Corea.

Chuseok ‘Festival de Otoño’, o también llamado Hangawi (kor. 한가위), significa en medio de las cuatro estaciones (한국민족문화대백과사전, 1991) y se festeja cada décimo quinto día del octavo mes del calendario lunar (alrededor de septiembre). El Chuseok se originó como una fiesta agrícola, que indicaba el tiempo de cosecha y también como un día de servicio conmemorativo donde se debía agradecer a los antepasados, ya que se pensaba que estos podían ayudar en la obtención de una buena cosecha. Es por esto que el elemento principal de Chuseok son las ofrendas de comida, como el Charye y el Seongmyo, ya que, según las creencias ancestrales coreanas, durante el Chuseok, los ancestros pueden regresar para disfrutar esta comida preparada por sus descendientes.

## Sección 2. Día de Muertos

El ‘Día de Muertos’, es una de las fiestas más importantes que se celebran en México del 1 al 2 de noviembre. Durante las festividades del Día de Muertos, las personas celebran a sus antepasados fallecidos que aún están vivos en los corazones de la familia. Durante estos días, parte esencial de la conmemoración son las ofrendas de alimentos que se preparan en los hogares y cementerios. Sin embargo, el ‘Día de Muertos’, antes de convertirse en una tradición popular y reconocida, enfrentó diversos procesos de cambio.

México pertenece geográficamente a América del Norte y etnológicamente a América Latina. Durante el periodo preclásico (2200 a.C.- 250

d.C.), el clásico (250 - 950 d.C.) y el posclásico (950 d.C. - 1521), florecieron y desaparecieron importantes civilizaciones en Mesoamérica, tales como la olmeca, la zapoteca, la maya y la azteca-mexica. Estos grupos indígenas no temían a la muerte, sino que la veían como un viaje de transformación gradual y complejo que el espíritu debía hacer después de la muerte. Las civilizaciones mayas y mexicas creían que las almas iniciaban diferentes viajes después de su muerte, comenzando su viaje una vez que la diosa de la tierra ‘Tlaltecuhltli’ (diosa de la tierra precolumbina asociada con la fertilidad) devoraba sus cadáveres. En el caso de los mayas, su viaje al otro mundo fue el ‘Xibalba’, que está dentro del ‘Popol Vuh’ libro sagrado que narra la mitología e historia de los pueblos mayas y explica el viaje después de la muerte. Para los mexicas, el ‘Mictlán’ (M.Luna, 2018) era un viaje de 4 años y nueve etapas (descrito en los manuscritos florentinos y vaticanos A), destinado a las personas que morían de manera natural o enfermedad. En estos viajes se ponía a prueba la resistencia, la voluntad y la convicción del alma.

Durante este tiempo del viaje al más allá, las familias preparaban ofrendas de alimentos todos los años en agosto y septiembre, decorándolas con flores y colocando alimentos de temporada, herramientas y otros objetos para que sus antepasados fallecidos los usaran durante el largo viaje después de la muerte. Con el tiempo, estas civilizaciones nativas fueron conmemorando a sus miembros fallecidos al final de los ciclos agrícolas con diferentes rituales y ofrendas de alimentos bajo la idea de que sus familiares fallecidos aún podrían estar presentes en la vida de los descendientes para ayudarlos durante la cosecha, la caza o la guerra (Secretaría de Cultura, 2020). Las creencias creadas en estas primeras civilizaciones de México sentaron las bases para el tradicional ‘Día de Muertos’. Sin embargo, desde la conquista de los españoles en 1521, la tradición del Día de Muertos se ha convertido en una mezcla de costumbres indígenas precolumbinas, tradiciones católicas y cultura moderna. Las civilizaciones indígenas en México estuvieron bajo el dominio español durante casi tres siglos (desde 1521 hasta 1810 E.C.). Durante este tiempo, México era una colonia española llamada ‘La Nueva España’, y las tradiciones de conmemoración indígenas sufrieron enormes cambios, que, si bien no hicieron desaparecerla por completo, varios

nuevos símbolos y creencias fueron sumándose y modificando en cierto modo la práctica.

Actualmente, los ofrecimientos de alimentos, u Ofrendas como se les conoce en México, son el espacio central de la celebración del Día de Muertos y representan un acto de amor a la memoria de los familiares fallecidos. En México es una tradición que las familias se reúnan y preparen ofrendas de comida para todos los familiares fallecidos e incluso amigos o algún ser querido de la familia. En los hogares, estas ofrendas se dejan durante tres días y los elementos se cambian cuando es necesario. También es una tradición que los miembros de la familia visiten las tumbas de sus antepasados para limpiarlas, adornarlas con flores y colocar una ofrenda, incluso algunas familias suelen comer ahí o pasar una noche en el lugar.

### Sección 3. Resultados y Análisis

A través del estudio y análisis histórico de las ideologías y prácticas culturales en las tradiciones de Chuseok y el Día de Muertos tanto de forma Independiente como en conjunto y a través del método descriptivo cualitativo, se detectaron en total dieciséis similitudes y sólo cuatro diferencias significativas las cuales se enumeran y analizan a continuación.

#### SIMILITUDES

##### 1. Se tiene una percepción similar sobre el “más allá” al honrar a los antepasados.

Si bien el Chuseok y el Día de Muertos tienen diferentes orígenes históricos, se puede observar que ambas tradiciones están unidas por su naturaleza humana de recordar a sus fallecidos. En particular, la percepción que Corea y México comparten es similar al llamado “más allá”. En la obra de Vincent Thomas, *La Muerte Una Lectura Cultural* (Thomas, 2006), se describe al “más allá” como una de las tres percepciones de vida después de la muerte. La descripción de Vincent Thomas sobre el “más allá” resume perfectamente la concepción en la que basan sus tradiciones estas dos culturas, al describirlo como un mundo después de la muerte casi idéntico al mundo de los vivos, donde los antepasados fallecidos pueden preservar sus lazos familiares y tener la oportunidad de un reencuentro con sus familiares vivos a través de los rituales de conmemoración, como lo son estas ofrendas

de alimentos que se conocen como “Charye” o “Seongmyo” en Corea y “Ofrenda” en México.

##### 2. Las antiguas civilizaciones que dieron origen a Chuseok y el Día de Muertos eran sociedades “Homo – Ludens”.

Sapiens significa “saber”, Ludens significa “jugar”, por lo que “Homo Ludens” significa “hombre que juega.” Según el filósofo e historiador neerlandés Johan Huizinga, en su libro *Homo Ludens* (Huizinga, 2020), “el acto de jugar” crea y propicia del desarrollo cultural. En otras palabras, el origen de la mayoría de las tradiciones humanas se debe precisamente a la presencia del elemento del juego y a la evolución de una sociedad a Homo-Ludens, una sociedad que no sólo piensa, sino que también crea cultura.

El origen de los ritos, según Huizinga, también proviene de un juego “privilegiado” o “sagrado”. Los ritos contienen elementos esenciales del juego como lo es la activa participación de sus actores, la ruptura del tiempo ordinario y el traslado de sus participantes a un lugar único, similar a un “Patio de Juegos”, como el creado en las ofrendas de alimentos durante los ritos de conmemoración. Estos elementos del juego son los que posicionan a los rituales de conmemoración del Día de muertos y Chuseok como parte de una creación cultural lúdica, resultado de una sociedad Homo-Ludens.

##### 3. Tanto el Chuseok como el Día de los Muertos se comenzaron a realizar al final del ciclo de cosecha de otoño.

Cómo se observó anteriormente, tanto el Chuseok como el Día de Muertos tuvieron un reflejo simbólico del ciclo agrícola desde sus primeras civilizaciones indígenas, quienes comenzaron a conectar sus calendarios, ceremonias y festividades con períodos cíclicos de la tierra y los fenómenos naturales. En particular, cuando la agricultura era la principal fuente de producción en cada país, las sociedades coreana y mexicana empezaron a creer firmemente que los antepasados podían apoyar a la familia en sus necesidades y actividades productivas (Museo Nacional de Korea, 2020) (Limonés Carlos, 2016). Estas ideologías pudieron haberse originado también como resultado del mismo ciclo natural de la agricultura, dado a que los árboles, las plantas, y las cosechas crecen de la tierra, donde fueron enterrados sus antepasados. Es por ello que, po-

siblemente, se originó la necesidad de mantener el vínculo familiar, incluso después de la muerte. Así ambas sociedades, al final de sus correspondientes ciclos agrícolas de otoño, comenzaron a celebrar el final de la cosecha preparando rituales de conmemoración y ofrendas con alimentos de temporada que compartían con sus antepasados como retribución simbólica a su intervención en una buena cosecha.

#### 4. Las ofrendas de alimentos tienen un papel central en las tradiciones de conmemoración coreanas y mexicanas.

La importancia de las ofrendas de alimentos en ambas tradiciones radica en que se las considera un lugar especial preparado para recordar y honrar a familiares y seres queridos. En la antigüedad, la formada creencia de que el ciclo agrícola sería inconcebible sin la intervención de los antepasados hizo que las ofrendas de alimentos creadas durante el Chuseok y el Día de Muertos, como se muestra en las Figuras 1 y 2, fueran una forma simbólica de agradecimiento y retribución a sus antepasados por una buena cosecha, además de mostrar los principios de reciprocidad que seguían tanto la civilización coreana como la mexicana.

En semiótica, los símbolos se utilizan como herramienta para describir ideas y creencias. Los símbolos están presentes en las creaciones de todas las culturas dentro de imágenes, palabras, artes, arquitectura y ceremonias, como la ceremonia de las ofrendas. Las ofrendas de alimentos están llenas de simbolismos que ayudan a expresar el respeto, amor y conexión familiar de los descendientes hacia sus muertos. A través de los alimentos se expresa también el sustento de la vida incluso después de la muerte. Está en la naturaleza humana asociar la comida con la vida, es lo que hace que las ofrendas de alimentos se utilicen como un símbolo que atrae a los antepasados muertos al mundo de los vivos. Además, la preparación de las comidas conmemorativas ayuda a los descendientes a recrear la intimidad de una comida familiar y simboliza la unión con sus seres queridos (Gräslund, 2012) a través de reencuentros familiares, no solo con los ancestros fallecidos sino con los familiares vivos.



Fig. 1: Ofrenda Coreana “Chaye” preparada durante el por toda la familia en un apartamento (fotografías tomadas por el autor en 2020).



Fig. 2: Ofrenda del Día de Muertos de México, exhibida en el Museo Nacional de Corea por la Embajada de México en Corea (fotografías tomadas por el autor en 2020).

#### 5. Durante el Chuseok y el Día de Muertos se colocan ofrendas de comida dentro de los hogares.

Tanto las familias coreanas como las mexicanas preparan ofrendas de comida dentro de sus hogares, en especial, el Charye en Corea como la Ofrenda en México son tradicionalmente colocadas dentro de la habitación principal. El significado simbólico de realizar estas ofrendas de alimentos es para dar la bienvenida a los espíritus de los antepasados que regresan al hogar. También puede relacionarse con la antigua práctica de enterrar a los difuntos cerca o dentro de las casas (Limonos Carlos, 2016), ya que, en las culturas primitivas además de aún no contar con lugares específicos para enterrar el cadáver de los difuntos, se creía que era importante enterrar a los antepasados cerca de la casa para mantener el contacto con los familiares fallecidos (Gräslund, 2012).

En cuanto a las posibles razones por las que las ofrendas se comenzaron a colocar en la sala prin-



principal es que las antiguas casas agrícolas solían tener una sola habitación donde las familias comúnmente realizaban todas las actividades de la casa. Con el desarrollo de los hogares, las ofrendas probablemente se quedaron en la habitación donde la mayoría de los miembros de la familia pasan su tiempo juntos, que ahora se conoce como la “sala principal”.

#### **6. Las familias tradicionalmente visitan el cementerio durante Chuseok y el Día de Muertos para limpiar y colocar ofrendas de alimentos sobre la tumba de sus antepasados.**

Visitar el lugar de entierro del antepasado para colocar las ofrendas de comida en estos lugares es otra práctica en común que tienen Corea y México y que se ha convertido en una tradición que se sigue realizando durante los días de celebración del Chuseok y el Día de muertos. De igual forma, en ambos casos, las familias suelen compartir la comida previamente ofrecida en la ofrenda (en lugar de simplemente desecharla) y amenizan el entremés hablando sobre la memoria de sus seres queridos (한국민족문화대백과사전, 1991) (Mendoza, 2006).

#### **7. Las ofrendas coreanas y mexicanas se colocan como un acto de amor y gratitud que suprime cualquier miedo a los posibles visitantes “sobrenaturales”.**

Debido a que las ofrendas conmemorativas representan un lugar en donde las almas de los antepasados fallecidos tienen la oportunidad de interactuar con sus descendientes vivos, las familias coreanas y mexicanas crean estos espacios no con temor a lo sobrenatural, sino como un acto lleno de gratitud y amor, que incluso suprime cualquier temor a los posibles visitantes sobrenaturales (한국민족문화대백과사전, 1991), (Secretaría de Cultura, 2020).

Las ofrendas que conmemoran a los antepasados fallecidos se originaron de la creencia en que estos siguen existiendo, pero en un “plano diferente”. Bajo esta premisa, no había necesidad de sentir miedo hacia un miembro fallecido de la familia. Por lo tanto, la preparación de las ofrendas de alimentos generalmente expresa un sentimiento de amor, solidaridad, comunidad, cuidado, y atención, e incluso, dependencia.

#### **8. Durante el Chuseok y el Día de Muertos se colocan elementos similares en sus ofrendas.**

La siguiente similitud es que las familias coreanas y mexicanas colocan elementos comunes en sus ofertas de alimentos, como comida especial de temporada, fruta fresca, bebidas tradicionales, incienso, velas y objetos simbólicos para recibir a sus antepasados. Además, en ambas tradiciones, algunos componentes de las ofrendas intentan representar los cuatro elementos naturales como el agua, la tierra, el aire y el fuego.

Por ejemplo, en el caso de Corea, al realizar su ofrenda de alimentos se trata de representar algunos elementos naturales como es el del agua por el pescado, el del aire por pato o pollo y el de la tierra por carne de res o cerdo (이영춘, 1994). En el caso de la Ofrenda en México, el elemento agua se refleja en varias bebidas tradicionales, el del aire se asocia con papel picado, el de la tierra con las frutas y el pan y finalmente el del fuego con las veladoras (NPI, 2020).

Al analizar estos elementos naturales, se puede observar que la metáfora de la vida está reflejada en ambas ofrendas de alimentos. La presencia de los elementos naturales en estas ofrendas puede entenderse como una posible representación del mundo de los vivos, ya que estos fueron los elementos que el antepasado fallecido utilizó para interactuar durante su vida con el mundo natural. Debido a esto, es posible que dichos elementos naturales simbolizaran el querer crear una “conexión” entre el mundo espiritual y el mundo de los vivos para que los antepasados fallecidos interactuaran con sus familiares en el plano terrenal.

#### **9. Los nombres o fotografías de los antepasados se colocan en la ofrenda para proporcionar al alma un punto de acceso simbólico.**

Un elemento esencial en la ofrenda de ambos países es aquel que les permitiría a las almas de los antepasados acceder a la ofrenda de comida. En el caso de Corea, puede colocarse un tablón de papel o madera con el nombre del antepasado o una foto para colocar en el Charye (이영춘, 1994). Y en el caso de México, las fotografías o retratos son los más utilizados en la Ofrenda (NPI, 2020). Se cree que estos elementos ayudan a establecer un vínculo entre el alma y el mundo material. Objetivamente, las fotografías y los tabloncillos de madera con nombres son elementos que ayudan a la familia viva a recordar más fá-

cilmente los rostros y los nombres de los antepasados fallecidos. Asimismo, ayudan a exponer los familiares fallecidos a las generaciones más jóvenes, para de alguna manera preservar los lazos familiares.

### **10. Durante el Chuseok y el Día de Muertos no solo se llevan a cabo actividades solemnes sino también festivas.**

Ambas tradiciones mantienen ritos que surgieron desde la antigüedad cuando los cazadores y agricultores creían que el mundo estaba impregnado de una sacralidad cósmica. Por lo tanto, se creía que el hombre solo podía tener acceso a lo sagrado a través de la creación de rituales. De esta manera, los rituales se convirtieron en un medio solemne por el cual el hombre podía comunicarse con la sacralidad del mundo (Borobio, 2011). Por tal motivo los rituales se fueron considerando buenos para el hombre, y naturalmente se convirtieron en motivo de celebración. De este modo, durante el Chuseok y el Día de Muertos se llevaban a cabo actividades como honrar y agradecer solemnemente a los antepasados, pero también festejar el final de la cosecha.

### **11. Ambas tradiciones se han transformado, evolucionado y pasado del campo a las grandes ciudades.**

La evolución del Chuseok y el Día de Muertos en las tradiciones coreana y mexicana ha originado su migración del campo a las grandes ciudades. Esto ha contribuido positivamente en el desarrollo de ambas tradiciones ancestrales en la sociedad actual. Por ejemplo, hoy en día, muchas prácticas y rituales rurales también se realizan en las grandes ciudades, donde la gente elabora ofrendas en sus apartamentos, visita los cementerios de la ciudad y disfrutan de juegos y espectáculos folclóricos rurales en museos o plataformas digitales.

El desenvolvimiento actual del Chuseok y Día de Muertos demuestra que siguen siendo expresiones de una vida comunitaria viva, por lo que la continuidad de estas tradiciones funciona como un reencuentro con el pasado y como la formación constante de un sentido de pertenencia a la comunidad actual (Morales, 2017).

### **12. Las actividades culturales y expresiones artísticas del Chuseok y el Día de Muertos**

### **han ayudado a preservar y desarrollar estas tradiciones.**

Para el Chuseok y el Día de Muertos, las diversas expresiones artísticas han sido elementos cruciales para su preservación e introducción a las nuevas generaciones. Las expresiones artísticas y culturales, únicas en ambos países, han demostrado ser una importante herramienta que ayuda a mantener vivas las tradiciones en la memoria colectiva de las personas. Además, la constante creación de contenido artístico ha servido para reinterpretar, recordar y revivir la experiencia de la tradición, conservando el Chuseok y el Día de Muertos vivas a través del tiempo. Por ejemplo, durante el Chuseok se realizan presentaciones contemporáneas en varias ciudades de juegos antiguos que se solían hacer en comunidades rurales durante la festividad como el Ganggangsullae (강강술래) (Danza del círculo de mujeres), Ssireum (Kor. 씨름) (Lucha coreana), el tira y afloja (줄다리기), Corrida de toros y Neolttwigi (Kor. 널뛰기) (salto sobre una tabla) (이영춘, 1994), así como recreaciones artísticas en algunas aldeas folclóricas del Sonori (Kor. 소놀이) (juego de vacas) y del Geobungnori (Kor. 거북놀이) (Juego de la Tortuga) (한국민족문화대백과사전, 1991). Por el otro lado, durante el Día de Muertos, la continua presencia y uso de un vasto legado artístico como las calaveritas literarias, las ilustraciones de José Guadalupe Posada, las pinturas de Diego Rivera, los alebrijes creados por Pedro Linares, las ofrendas públicas en ciudades o pueblos rurales y hasta los desfiles de día de muertos y catrinas en el centro de la Ciudad de México (Marchi, 2009) ha mantenido viva la tradición no solamente en México sino también en el extranjero.

Es importante mencionar que el estreno en 2017 de la película animada “COCO” de Disney Pixar, la cual desarrolla su trama en torno al Día de Muertos, ayudó a que las personas coreanas, sobre todo a las que poco sabían sobre esta tradición mexicana, se sintieran identificados en varios aspectos reflejados en la festividad, desde la forma similar que los familiares imaginan los espíritus de sus antepasados, hasta incluso con la forma de representar el mundo imaginario del “más allá”. Fue tanto el interés y buen recibimiento en la sociedad coreana que, según el informe anual de audiencia internacional, Corea se ubicó entre los diez principales territorios donde la película fue bien recibida (Nash Information

Services, 2017). La película de COCO dejó un gran interés y sentimiento de identidad en la población coreana quien por primera vez vio reflejadas cuales eran realmente las ideologías mexicanas de una tradición tan mística como es el Día de Muertos.

**13. Las ofrendas de comida que se preparan durante el Chuseok y el Día de Muertos son realizadas con mucho amor, el cual ayuda a reducir la carga económica o de tiempo que puedan implicar.**

Si bien preparar ofrendas de comida puede suponer una enorme inversión de tiempo, energía y dinero para las familias, la continua creación del Charye y las Ofrendas han demostrado que los lazos familiares y el amor son lo suficientemente fuertes como para continuar expresándolo a través de la creación de estos rituales de conmemoración. Es así que, en Corea como en México, se observa que las conmemoraciones se siguen realizando aún con los posibles inconvenientes de tiempo, dinero o energía que involucra el realizar las ofrendas de alimentos o el visitar a los antepasados en los cementerios.

**14. En ambas tradiciones existen comidas representativas.**

Durante la celebración del Chuseok y el Día de Muertos se pueden encontrar comidas tradicionales de la festividad que solamente se producen en estas temporadas. En el caso del Día de muertos es común encontrar un pan de forma circular con una esfera en medio y tiras a su alrededor llamado “Pan de Muerto”. Sin embargo, la forma del pan depende de cada región en México, y la cual también puede variar desde la forma, hasta el sabor y el color. De manera similar a este pan, en Corea se produce y consume especialmente durante el Chuseok el “Songpyeon” (Kor. 송편), un pastel de arroz con colores y un relleno semidulce variado. La forma del Songpyeon se asemeja a una media luna y el relleno puede ser semillas de sésamo, castañas o frijoles.

Tanto el Pan de Muerto como el Songpyeon tienen la función en el plano cultural de representar la prosperidad y la riqueza de las cosechas en estas temporadas, además de ser un importante apoyo culinario que ayuda a reforzar el sentido de pertenencia e identidad en ambas tradiciones.

**15. Durante Chuseok y el Día de Muertos, los participantes visten sus trajes típicos.**

Es costumbre que durante la celebración del Chuseok y el Día de Muertos se vistan trajes típicos como el “Hanbok” una vestimenta tradicional étnica coreana, y en México vestidos o trajes regionales acompañados de un maquillaje “estilo Catrina” un personaje en forma de calavera creada por el litógrafo mexicano José Guadalupe Posada y popularizada por el pintor mexicano Diego Rivera.

El uso de estas prendas en ambos países tiene como uno de sus principales objetivos el promover los bienes culturales regionales que están directamente relacionados con su historia, prácticas y creencias que fortalecen la identidad y diferenciación entre otros países que llevan a cabo tradiciones de conmemoración a los ancestros.

**16. El Chuseok y el Día de los Muertos comparten el mismo significado central durante su celebración.**

El significado central que comparten ambas tradiciones es el de brindar un momento familiar, especial para recordar y compartir recuerdos del antepasado o seres queridos fallecidos. Por eso, durante estas fiestas, la mayoría de las familias de ambos países se reúnen para conmemorar la memoria de sus antepasados. Como se ha visto, ya sea en Corea o en México, el principal objetivo de los rituales conmemorativos es el de mantener una relación íntima con la memoria y apreciar tanto a los familiares vivos, que se unen para la creación de las conmemoraciones, como a los fallecidos. En otras palabras, durante estas ceremonias, los antepasados fallecidos son recordados o “devueltos al corazón”. Además, dado que estas prácticas rituales se realizan en el marco familiar y social, su ejecución ayuda a cultivar y mantener los lazos familiares, la historia y la identidad cultural. Por lo tanto, la preservación de las tradiciones de Chuseok y el Día de Muertos juega un papel fundamental en la permanencia y continuidad de la comunidad y su cultura. La celebración de estas fiestas trae momentos de regeneración de la vida familiar, social y de construcción de la vida comunitaria. Durante el Chuseok y la celebración del Día de Muertos, se observa que sus participantes manifiestan una identidad, sentimientos y creencias compartidas.

## DIFERENCIAS

El objetivo del presente estudio comparativo fue el encontrar el mayor número de similitudes posibles entre el Chuseok y el Día de los Muertos, sin embargo, estas tradiciones por supuesto que también poseen características diferentes, de las cuáles nos gustaría mencionar las más representativas que pudimos encontrar dentro de cada celebración, sin cerrarnos con esto a la posibilidad de que existan más características a considerar en investigaciones futuras.

### 1. Nivel de preservación en las prácticas tradicionales del Chuseok y el Día de Muertos.

La forma en que cada sociedad procesa la muerte, está directamente relacionada con el entorno cultural donde las personas viven y se desarrollan. Si bien ambas tradiciones colocan ofrendas de alimentos, en Corea debido a la influencia del confucianismo (RoelSterckx, 2005) que está profundamente arraigado en la sociedad coreana, la originalidad del Charye se ha conservado de forma más estricta que la forma original de las ofrendas en México, donde las continuas conquistas (Portilla, 2010) la fueron modificando constantemente. Por ejemplo, el Charye en Corea, se sigue ofreciendo sólo hasta cuatro generaciones de antepasados fallecidos. En cambio, en México, se han ido agregando a sus ofrendas no solo familiares sino amigos, celebridades, mascotas o cualquier persona amada en la familia.

También en Corea, las ceremonias de conmemoración tienden a estar estrictamente formalizadas y no se permiten ninguna desviación de sus reglas establecidas, esto también debido a la naturaleza confucionista de sus ceremonias. Hasta apenas hace unos años, las familias coreanas han comenzado a agregar comida rápida al Charye, e incluso a llevar de manera más relajada el ritual, como permitiendo la participación de niños pequeños.

Por otro lado, en el Día de Muertos en México, la intervención de otras culturas ha ido agregado constantemente nuevos elementos y decoraciones a la Ofrenda Mexicana a través de los años, volviéndola más flexible y permisiva en cada generación. Por ejemplo, actualmente, la Ofrenda contiene comida tradicional, comida rápida y hasta fotografías de personas extranjeras y elementos de otros países. Sin embargo, aún existen varias regiones de México en las que aún

se preserva la solemnidad y los elementos de las primeras Ofrendas mexicanas.

### 2. Diferentes niveles y tiempo de colocación de los ofrecimientos de comida durante el Chuseok y el Día de los Muertos.

Aunque la preparación de ofrendas se encuentra entre las similitudes más destacadas entre Chuseok y el Día de Muertos, dos aspectos particulares en su ejecución se encuentran entre sus diferencias. En primer lugar, mientras que el Charye en Corea se coloca en una mesa con un solo nivel, la Ofrenda en México puede ir de uno (como originalmente se colocó durante el período precolombino) a siete niveles. En segundo lugar, mientras que el Charye en los hogares se coloca y se retira el mismo día, la Ofrenda mexicana se mantiene colocada durante tres días o incluso más.

En Corea, el arreglo de los alimentos en el Charye se hace en filas, mientras que, en la ofrenda mexicana, los elementos se colocan comúnmente por niveles. En el caso de Corea, la influencia del confucianismo en Chuseok se continúa observado en algunos libros de rituales tales como el libro Garye que marca un nivel con cuatro o cinco filas para colocar los alimentos. En el Charye, además de colocar los alimentos según su tipo, también se posicionan siguiendo los cuatro puntos cardinales: norte, sur, este y oeste (Chang Hyeon Et al, 2018).

Por otro lado, en México, la Ofrenda varía por región en su preparación y colocación de los elementos. Comúnmente, se coloca por niveles y cada nivel tiene un significado o se dirige a un alma en específico. Por ejemplo, los dispuestos en dos niveles representan la tierra y el cielo, los de tres pisos representan el cielo, la tierra y el inframundo, mientras que los de siete pisos indican los **niveles** que atraviesan las almas para poder descansar (Carrillo, 1973). Actualmente, es difícil para las familias coreanas y mexicanas averiguar exactamente qué alimentos se van a poner en la mesa ritual y dónde. Por lo tanto, es costumbre que las generaciones más jóvenes confíen en los recuerdos y las enseñanzas de sus padres.

En cuanto a la diferente duración en la que quedan expuestas las ofrendas coreanas y mexicanas, se puede vincular a la creencia formada en



México de las almas de los familiares adultos y niños llegan en días distintos. Por lo tanto, la mesa de ofrendas se deja por más de un día y, por lo general, las familias cambian los objetos y alimentos según el día en que se cree que llega cada espíritu. Por otro lado, en el caso de Corea, la ofrenda se deja sólo durante la ceremonia, tiempo en el cual los descendientes permiten que los espíritus de los antepasados disfruten de la comida. Pasado este tiempo, la ofrenda es retirada y consumida por las familias.

### **3. El Chuseok y el Día de Muertos siguen diferentes calendarios para su celebración.**

Se puede observar que las culturas indígenas mexicana y coreana vincularon sus festividades al final de la temporada de otoño, resaltando el cambio estacional, sin embargo, las fechas específicas designadas para Chuseok y el Día de Muertos son una diferencia evidente. Mientras que en Corea el Chuseok se celebra el decimoquinto día del octavo mes del calendario lunar (alrededor de septiembre) (한국민속대백과사전, 1991), México celebra el Día de Muertos del 1 al 2 de noviembre del calendario solar (Mendoza, 2006). Es interesante notar que antes del período de la colonización española, el Día de Muertos se celebraba más cerca de Chuseok. El Día de Muertos se celebró inicialmente 45 días después del segundo equinoccio del año, que fue alrededor de septiembre. Sin embargo, desde la colonización, el Día de los Muertos fue reprogramado para coincidir con la festividad católica de «Todos Santos», que se celebraba el 1ro de noviembre.

### **4. El nivel de apertura al público durante las ceremonias del Chuseok y el Día de Muertos.**

El último atributo contrastante que consideramos abordar es que, en Corea la conmemoración de los antepasados y las ofrendas de alimentos aún se llevan a cabo de manera muy privada y familiar. Por otro lado, la sociedad mexicana abre más las puertas de su casa y lleva la tradición a los espacios públicos. Estos factores colocan los rituales conmemorativos coreanos y mexicanos en un entorno familiar, pero al mismo tiempo categorizan a Corea en una atmósfera más privada o íntima y a México en un dominio más social. Así, se puede observar que los ritos de cada nación son una ventana importante a sus valores comunitarios.

## **Capítulo III**

### **Conclusiones**

En conclusión, aunque el Chuseok y el Día de Muertos reflejen características culturales únicas relacionadas con su propio folclore y entorno cultural, muestran similitudes mucho más fuertes. También, se pudo observar que tanto el Chuseok como el Día de Muertos son tradiciones importantes que ayudan a preservar los lazos familiares y la identidad cultural.

El Chuseok en Corea y el Día de los muertos en México comparten características esenciales en las ofrendas de alimentos, que permiten materializar la oportunidad de compartir un momento familiar y conmemorar a los seres queridos fallecidos. Interesantemente, como se analizó en este trabajo, las ofrendas de alimentos en el Chuseok y el Día de los muertos convergen en su concepción espiritual, importancia, y ejecución en la mayoría de sus aspectos. A pesar de ser la ofrenda la principal similitud entre ambas tradiciones, otros puntos en común como la relevancia actual y la creación de contenidos culturales alrededor de ellas también destacan y acercan aún más estas tradiciones cuyo objetivo principal es la conmemoración de los ancestros. En otras palabras, cómo se expone al principio de esta investigación el Chuseok y Día de Muertos sirven a la misma filosofía: vivir es recordar.

Adicionalmente lo expuesto en este estudio nos proporciona motivos para poder referirnos al Chuseok y al Día de Muertos como tradiciones muy cercanas con el potencial para conectar ambas comunidades y propiciar intercambios culturales entre estas dos naciones lejanas en el espacio, pero cercanas en su interior.

### **Recomendaciones**

Finalmente, los investigadores interesados en continuar nuestra investigación podrían explorar cuales serían los elementos cruciales al crear contenido cultural trascendente en torno a estas tradiciones y las implicaciones de secularizar los rituales religiosos para su difusión cultural/artística en una sociedad racial y religiosamente diversa.

### **Bibliografía**

Borobio, D. (2011). Familia, ritos y fiesta . Dialnet, 11-25.



- Brandes, S. (1997). Sugar, Colonialism, and Death: on the Origins of Mexico's Day of the Dead vol. 2, no. 2. *Comparative Studies in Society and History*, 270-299.
- Brandes, S. (1998). Iconography in Mexico's Day of the Dead: Origins and Meaning. *Ethnohistory*, 181-218.
- Brandes, S. (1998). The Day of the Dead, Halloween, and the Quest for Mexican National Identity. *Journal of American Folklore*, 359-380.
- Carrillo, S. (1973). Ofrendas de muertos.
- Chang Hyeon Et al, K. Y. (2018). Ancestral ritual food of Korean jongka: Historical changes of the table setting. *Journal of Ethnic Foods*, 121-132.
- Contreras, Z. (2010). Cultura, identidad y etnicidad, aproximaciones al entorno multicultural: rompiendo costumbres y paradigmas cotidianos. *Cuicuilco*, 149--164.
- Durkheim Emile, e. a. (2008). *The Elementary Forms of The Religious Life*. Courier Corporation.
- Goodrick, D. y. (2014). Estudios de caso comparativos. *Síntesis metodológicas: evaluación de impacto*, 9, 18.
- Gräslund, A.-S. (2012). Living with the dead. Reflections on food offerings on graves. De Gruyter.
- Huizinga, J. (2020). *Homo Ludens*. Madrid: Alianza.
- Jaya Yohanes, e. a. (2019). The Comparison Between The Mexican Myth and Javanese Myth About Dead Spirit Found in COCO 2017 Movie. *National Seminar of PBI (English Language Education)*, 400-405.
- Kehinde, O. (2004). *Beyond primitivism: indigenous religious traditions and modernity*. Psychology Press.
- Limones Carlos. (2016). Más allá del disfraz y pedir calaverita. *Espacio Diseño*, 36-41.
- Linnekin. (1983). Defining Tradition: Variations on the Hawaiian Identity. *American Ethnologist*, 241-252.
- M., L. L. (2018). El camino al Mictlan. ¿Camino al Tormento o Camino al Origen? *Vita Brevis*, 159-173.
- Marchi, R. (2009). *Day of the Dead in the USA: The Migration and Transformation of a Cultural Phenomenon*. Rutgers University Press.
- Mendoza. (2006). Que Viva el Día de Muertos, Rituales que hay que vivir en torno a la muerte. Conaculta.
- Morales, S. (2017). La importancia de la tradición en los procesos identitarios. *Ars Brevis: anuario de la Catedra Ramon Llull Blanquerna*, 23., 207-223.
- Museo Nacional de Korea. (13 de 09 de 2020). *Festivals, Celebrations, and Holidays*.
- Nash Information Services, L. (2017). *Coco (2017) Box Office Top 10 Territories (USD)*. the-numbers.
- NPI, I. N. (2020). Conoces el significado de los elementos de una ofrenda de Día de Muertos? Gobierno de México.
- Portilla, M. L. (2010). El Indio Vivo Visto Por Los Frailes en el Siglo XVI. *Estudios de cultura náhuatl*, 281-295.
- Roel, S. (2005). *Of Tripod and Palate: Food, Politics, and Religion in Traditional China*. Springer.
- Secretaría de Cultura. (12 de 09 de 2020). Día de muertos: del Miccaihuitontli a la Fiesta de Todos los Santos.
- Secretaria de Cultura de Mexico. (2019). *Día de muertos; del Miccaihuitontli a la Fiesta de Todos los Santos*. Government of Mexico.
- Thomas, L.-V. (2006). *La Muerte Una lectura cultural*. Barcelona: Paidós.
- 노성환. (2011). 한일 중추절에 대한 비교연구: 한국의 秋夕과 일본의 月見. *일어일문학*, 261-283.
- 박종욱. (2011). 문화코드로서. *국제지역연구*, 53-78.
- 박종욱. (2011). 의례로서 '죽은 자들의 날'의 사회문화적 이미지 분석. *코기토*, 299-326.
- 양금평. (2010). 한, 중 양국의 추석에 관한 비교 분석. *한국의 민속과 문화*, 131-153.
- 엄소연. (2019). '죽은 자들의 날 (Día de los Muertos)'의 우주관과 영화 *마놀로와 마법의 책 (The Book of Life)*에 나타난. *중남미연구*, 99-122.
- 이영춘. (1994). *차례와제사*. 대원사.
- 이향애. (2018). 영화 *코코*에 나타난 삶과 죽음에 대한 인식. *기호학 연구*, 225-250.
- 정현정. (2020). 조선본 [가례 (家禮)]의 특징과 의의. *민족문화연구*, 105-128.
- 한국민속대백과사전. (1991). 한가위. *folkency*.
- 한국민족문화대백과사전. (1991). 한국민족문화, 제사, 성묘, 묘제, 차례, 한가위. *encykorea*.

# 3

## La influencia del Hallyu en el sector cosmético de Corea del Sur

María Salomé Ayala González  
Abel Octavio Gutiérrez Seimandi  
Elizabeth Trujillo Ubaldo

## La influencia del Hallyu en el sector cosmético de Corea del Sur

María Salomé Ayala González\*  
 Abel Octavio Gutiérrez Seimandi\*\*  
 Elizabeth Trujillo Ubaldo\*\*\*

\**Estudiante de la Licenciatura en Estudios Coreanos  
 Universidad Autónoma de Nayarit.*

\*\**Estudiante de la Licenciatura en Estudios Coreanos  
 Universidad Autónoma de Nayarit.*

\*\*\**Cátedra CONACYT-UAN, UAN,  
 elizabeth.trujillo@uan.edu.mx  
 orcid.org/0000-0002-8534-7366*

### Resumen

Este trabajo surge del interés de documentar la relación histórica que existe entre el uso del maquillaje y la industria de los cosméticos, lo anterior en un contexto de integración del Hallyu como estrategia de poder blando y su influencia en la popularización de la industria del K-Beauty. Este último, como artífice del poder económico de Corea del Sur, acontecimientos que demuestran la unificación de lo que Naye (2004) definió como poder blando y poder duro. Con una metodología cualitativa y con alcance descriptivo, a través del método de análisis de contenido. Se identifica que, el Hallyu ha sido un factor clave en la popularización del estereotipo de estética coreana y en el incremento de la demanda de los productos de origen coreano. Los productos promocionados por celebridades coreanas se difunden a través de las redes sociales, llegando fácilmente a la población potencial, que son las personas influenciadas por el hallyu, estos fans buscan utilizar productos coreanos para obtener una apariencia como la de sus idols favoritos, reforzando y replicando los estereotipos de belleza coreana. Concluyendo que, Corea del Sur se distingue por globalizar elementos a través de la cultura (poder blando), con impactos positivos en la demanda de productos, incrementando las ganancias y el poder económico (poder duro) de la industria del K-Beauty.

**Palabras clave:** K-beaty, cultura de la belleza, Hallyu, poder blando

### Abstract

This work arises from the interest of documenting the historical relationship between the use of makeup and the cosmetics industry, the above in a context of integration of Hallyu as a soft power strategy and its influence on the popularization of the K-industry. Beauty. The latter, as the architect of the economic power of South Korea, events that demonstrate the unification of what Naye (2004) defined as soft power and hard power. With a qualitative methodology and descriptive scope, through the method of content analysis. It is identified that Hallyu has been a key factor in the popularization of the stereotype of Korean aesthetics and in the increase in demand for products of Korean origin. Products promoted by Korean celebrities are spread through social networks, easily reaching the potential population, which are people influenced by hallyu, these fans seek to use Korean products to obtain an appearance like that of their favorite idols, reinforcing and replicating Korean beauty stereotypes. Concluding that, South Korea is distinguished by globalizing elements through culture (soft power), with positive impacts on the demand for products, increasing profits and the economic power (hard power) of the K-Beauty industry.

**Key Word:** K-beauty, beauty culture, hallyu, soft power.

## Introducción

En los últimos años gracias a “la ola coreana” (hallyu) se ha globalizado la cultura popular y consigo ha atraído el interés por la estética coreana, como la moda y el maquillaje. Este trabajo surge con el interés de documentar y dar a conocer la relación histórica entre el uso del maquillaje y la industria de los cosméticos, así como saber si es que el hallyu ha influenciado en la popularización de la industria de la belleza. Así mismo, se pretende conocer el papel que juegan los cosméticos en la economía surcoreana.

Se realizó una investigación descriptiva a través del método de análisis de contenido mediante el uso y recopilación bibliográfica de diversas fuentes documentales. El presente trabajo se estructura de la siguiente manera: primero se dará a conocer el contexto histórico del maquillaje en Corea del Sur a partir del periodo de los Tres Reinos (57 a.C. - 935 d. C.), junto con su filosofía y valores estéticos, indagando si es que estos valores prevalecen en la sociedad actual, posteriormente, se describe el desarrollo de la industria de cosméticos a raíz del milagro económico y su relación con el hallyu, fenómeno clave de este trabajo, que también se explicará. Como siguiente punto se hablará de forma breve sobre el K-beauty y la ventaja competitiva con la que cuenta, tanto por el hallyu, como por sus características distintivas: buena calidad, el uso de ingredientes naturales y el cuidado de la piel.

Como resultados, se presenta información que sostiene el argumento sobre el cual se centra el presente trabajo, ¿El hallyu tiene algún efecto en la industria de la cosmética de Corea del Sur? Finalmente se presentan los apartados de conclusiones y recomendaciones.

## Antecedentes y contexto histórico del maquillaje en Corea del Sur

La piel blanca y perfecta ha sido sinónimo de estatus social desde la antigüedad en Corea del Sur, sin importar el género. Dicho estatus acorde al color de la piel se dio como contraste con la piel de las personas que labraban la tierra, que al estar expuestas al sol constantemente se bronceaban.

Los primeros registros que se tienen del uso de maquillaje en Corea del Sur (a partir de este momento Corea), son de la época de los Tres Reinos (문화재청, 2014). Desde ese momento y hasta

la actualidad, el maquillaje coreano se ha caracterizado por ser usado de forma ligera, ya que tiene el fin de hacer lucir aún mejor lo que naturalmente ya es estético.

Este es un punto que contrasta en gran medida con Europa, ya que se usaban los polvos para cubrir la mugre que pudiera percibirse en la piel, es decir cubrir lo que no era deseable que se viera, así también, se inventan los perfumes para cubrir el mal olor, consecuencia de una prolongada escases de agua que limitaba la frecuencia de la ducha, mientras que, por ejemplo, el nativo americano recurría a la ducha diaria y utilizaba productos naturales para el aseo personal, encontrando una marcada preocupación indoamericana por oler bien, por ser placenteros al olfato del otro (Sanchez, 2006). En este último aspecto, la percepción sobre la higiene personal fue muy similar a la coreana, y el maquillaje no fue la excepción.

En el reino Silla (57 a.C-953 d.C.) la ideología que imperaba en la belleza era la de *oung-yook-il-chi-sa-sang* (영육일치사상) que significa “dentro de un cuerpo hermoso, se encuentra un alma hermosa” (Andersa, 2018, parr. 4) es decir, la armonía del cuerpo y el alma. Las personas de esta época buscaban embellecerse con maquillaje elaborado con productos naturales, peinados que les permitiera lucir el rostro y ropas elaboradas artesanalmente.

También en esta época, se tenía la idea de que un corazón puro estaba acompañado de un cuerpo limpio, por lo que el baño era una parte esencial (문화재청, 2014). El actual cuidado de la piel conocido actualmente como *skincare*, no se tenía como tal en estas épocas, pero se puede decir que ya existía, pues dicha limpieza de la piel es parte del proceso de su cuidado.

Ejemplo de que tanto hombres como mujeres hacían uso del maquillaje y cuidaban de su apariencia, es que en la época de los Tres Reinos existieron los *hwarang* (화랑), “hombres hermosos seleccionados para convertirse en guerreros, que para verse bien vestían ropa fina y usaban maquillaje” (문화재청, 2014). Desde este tiempo la apariencia se ha relacionado con el éxito social, situación que hasta la fecha prevalece en la sociedad coreana, pues en la actualidad estar

dentro de los estándares garantiza un buen empleo, conseguir pareja y destacar en cualquier ámbito deseado.

En la dinastía Goryeo (918-1392) el maquillaje pesado era usado por mujeres de clase social baja, mientras que las de clase alta usaban un maquillaje más liviano (문화재청, 2014). La gente comenzó a cuidar mucho de su piel para poder tener una piel perfecta sin necesidad de tanto maquillaje. En este trabajo, se considera que el skincare ya existía desde este periodo, y es la base del skincare moderno, pues con el pasar del tiempo evolucionó y se separó de los cosméticos, pero la idea de una piel saludable predomina en la sociedad actual.

En la dinastía Joseon es donde se establecen los valores confucianos en la sociedad coreana. El maquillaje ligero fue enfocado a resaltar la femineidad y delicadeza, sin modificar los rasgos naturales de la cara. Tener una piel sin imperfecciones y blanca seguía siendo considerado como esencial. En el confucianismo también se tiene “la filosofía de sinche palbu, que significa la absoluta integridad del cuerpo completo: cuerpo (sinche) - cabello (pal) - piel (pu)” (Gelezéau, 2015).

En la era Joseon, las mujeres de clase alta tendían a imitar el maquillaje de las mujeres que trabajaban en el medio del entretenimiento (Chung, 2013). Si bien, en esta época aún está lejos el surgimiento del hallyu, se puede notar cómo las personas eran influenciadas por artistas para tratar de verse mejor.

Un concepto importante para entender la importancia del maquillaje aún en la actualidad, es el de chemyeon (체면), originado también en la era Joseon. Tiene su origen en la filosofía china, con el concepto de mianzi (cara) (Kim & Jang, 2018, p. 106). Chemyeon es una “auto-imagen”, que se forma a través de las interacciones sociales, que refleja valores sociales positivos” (p. 106). Si bien este concepto está muy apegado al aspecto moral, también la imagen física que se tenga dentro del grupo tiene gran importancia. La opinión del otro tiene un peso importante en la sociedad coreana: para obtener reconocimiento y aprobación, que incluye el aspecto físico, lo que inmediatamente se verá reflejado en el chemyeon de cada persona. Por esto, los coreanos le

dan tanta importancia a la apariencia física, invirtiendo en productos de belleza, como el maquillaje y skincare.

Hasta la época Joseon, todo era fabricado a través de productos naturales a “nivel de industrias caseras” (Jeon, s.f.), por lo tanto, no había marcas ni empaques. Con la influencia occidental que llegó a Corea en el siglo XIX a través de la colonización japonesa y la apertura comercial con occidente, se comenzó la producción y consumo en masa del maquillaje. Los cosméticos importados del exterior eran principalmente cremas, polvos, jabones y perfumes, estos cosméticos se consumían en grandes cantidades y al mismo tiempo eran muy populares por su empaque y calidad superiores a los cosméticos convencionales. Tal popularidad de los cosméticos importados se convirtió en un catalizador para la industrialización de los cosméticos en Corea. (Jeon, s.f.)

En esta misma época, se afianzó la idea de que lo occidental era de mejor calidad, por lo que las industrias coreanas que empezaban a surgir intentaron imitar los productos occidentales. Situación que produjo, una naciente industria imitadora de mala calidad, por ejemplo “el primer cosmético producido en masa en Corea en 1916, Bakgabun (박가분)” (Jeon, s.f.), que era un polvo blanco, tenía alto contenido de plomo y fue retirado del mercado. A pesar de esto, nunca se alejaron de la fabricación de productos naturales, se continuo produciendo (de manera artesanal o industrial): maquillaje, suavizantes, hidratantes y/o blanqueadores para la piel, así como productos para usar antes del maquillaje o al momento de lavar la cara. Actualmente la publicidad continúa reforzando el estereotipo de que la piel blanca es más estética y que todos deben aspirar a tener ese tipo de piel. Por lo tanto, la mayoría de los productos cosméticos y de skincare cuentan con ingredientes para blanquear la piel.

### **La naciente industria de cosméticos y el milagro económico de Corea del Sur**

Debido a la colonización japonesa y la Guerra de Corea, no se desarrolló más la industria de los cosméticos hasta la década de 1960. Justo en esta época comienza también el milagro económico surcoreano, que se caracterizó por la implementación del modelo de sustitución de importaciones.



Dicha sustitución de importaciones estaba enfocada en fortalecer la industria interna y hacerla competitiva al exterior, por lo que la relación del gobierno con los grandes conglomerados empresariales (chaebols) se estrechó, y es “en 1961, cuando una ley que prohibía ventas de productos extranjeros se aplicó y la industria coreana de cosméticos floreció” (Chung, 2013).

Algunas casas cosmetiqueras son parte de los chaebols, lo que significa que hay mucha investigación y desarrollo detrás de los productos de belleza. Como se sabe, todo proceso conlleva su tiempo, y si bien desde 1960 se comenzó a trabajar en la industria de cosméticos coreana, no fue hasta “1999 cuando se promulgó el Acta de Cosméticos para promover aún más la industria y promover el desarrollo de cosméticos funcionales” (Jeon s. f.).

El hecho de que se buscara promover la industria en esta década no es casualidad, aunque la crisis asiática de 1997 llevó a las empresas surcoreanas a buscar mercados extranjeros, fue el hallyu el fenómeno al que la industria cosmética coreana le debe su internacionalización, comenzando a expandirse por Asia.

### **Industria de entretenimiento (hallyu)**

“El Hallyu se utiliza para denominar a la popularidad del entretenimiento coreano en todas partes del mundo” (Díaz, 2018, p.10). Este movimiento es un fenómeno social también conocido como “ola coreana”, que apareció por primera vez a mediados de la década de 1990, después de que Corea del Sur y China establecieron relaciones diplomáticas en 1992, como consecuencia los dramas de televisión y música pop coreanos se comenzaron a transmitir en China, donde consiguieron gran popularidad.

En un inicio este término era centrado únicamente para los dramas televisivos, la música pop y las estrellas de este género, actualmente su significado se ha ampliado para incluir la popularidad de cualquier cosa de origen coreano (Vargas & Park, 2015). De igual forma López (2015) dice que el Hallyu se ha:

*“catalogado como un fenómeno cultural por sus alcances a nivel internacional y por ser un elemento difusor y diseminador de la cultura coreana durante la última década, este movimiento ha sido clave en la promoción y difusión*

*de la imagen de Corea en muchos países alrededor del mundo” (p. 171).*

Con los años, la “ola coreana” se ha ido expandiendo por el mundo atrayendo cada vez a más aficionados. No solo la música o los dramas de TV son conocidos en todo el mundo, también la cultura tradicional, gastronomía, aprendizaje del idioma, turismo, cosméticos, moda, etc. Son algunos de los aspectos coreanos que han logrado incidir en los intereses de otras personas, ajenas totalmente a esta cultura. Dentro del hallyu encontramos el K-pop, que a pesar de incluir diversos géneros musicales entran en una misma categoría la cual se refiere a toda la música producida en Corea y cantada en idioma coreano. “En la actualidad el K-pop se ha convertido en el elemento más popular dentro de este movimiento, a su vez, se ha convertido en la imagen del país hacia otras latitudes” (López, 2015, p. 171).

Cremayer (2018) afirma que: “el K-pop es un poderoso motor internacional del Hallyu y ha llevado a sugerir que esta tendencia es parte de una estrategia gubernamental denominada poder blando que el país asiático emprendió para fortalecer su imagen ante el mundo” (p. 3). En la actualidad el fenómeno hallyu ha crecido tanto que tiene un enorme impacto en la audiencia mundial, principalmente en jóvenes, lo que aporta altos ingresos a Corea del Sur con base en sus exportaciones, incluyendo la industria cosmética.

Estas exportaciones de la industria cosmética son consecuencia de la demanda provocada por los jóvenes interesados por la cultura popular coreana, principalmente en los actores y en los cantantes conocidos como idols, ya que Corea del Sur promueve la imagen de sus artistas con su ideal de belleza y piel perfecta. Al estar influenciados por estos estereotipos y estándares de belleza, buscan imitarlos para así lograr una apariencia que asemeja a los de sus artistas favoritos. El año 2012 fue cuando la “ola coreana” llegó a occidente a través del K-pop, siendo una gran influencia la canción Gangnam Style del cantante Psy (Haughland, 2020). De esta forma, se impulsó una mayor apertura de los mercados occidentales a los productos coreanos, incluidos comida, moda y cosméticos.

## La influencia del hallyu en la exportación del K-beauty

El K-beauty son todos los productos de belleza coreanos, sin limitarse al maquillaje, además se incluye también lo relacionado con el cuidado de la piel y perfumería. Haciendo una analogía, se podría considerar que el K-beauty es para los cosméticos, lo que K-pop es para el mundo de la música. Guay & Gallon (2021) definen al K-beauty como una nueva versión de los cosméticos, que se adapta a los gustos y preferencias locales, una renovación de lo que hasta entonces ofrecían los grandes sellos internacionales; una visión estética de occidente, los cuales no se adaptaban a la ideología que ha prevalecido en Corea a través de los siglos.

Una gran diferencia entre las estéticas entre Oriente y Occidente es la densidad del maquillaje. Como se mencionó con anterioridad, en Corea siempre se ha buscado resaltar la belleza innata, y una apariencia natural, mientras que, en Occidente, se busca cambiar las facciones de la cara, usando un maquillaje más pesado y glamouroso.

Como se mencionó con anterioridad, la popularización del K-beauty tomó forma a raíz del incremento de admiradores del hallyu, ya que algunos de sus productos como las cremas BB y los compactos de almohadillas, se popularizaron y se convirtieron en representantes de los cosméticos coreanos. Las principales marcas coreanas han capitalizado el éxito de estos productos para posicionarse en el mercado internacional, dando como resultado, que marcas europeas y estadounidenses los adopten, en un intento de conquistar a los consumidores asiáticos (Guay & Gallon, 2021).

Esto es un gran contraste a lo que anteriormente se mencionó sobre el inicio de la industria cosmética surcoreana, donde intentaron imitar los productos occidentales. En la actualidad ocurre lo opuesto, las grandes empresas occidentales desean imitar los productos surcoreanos, utilizando el renombre con el que cuentan para penetrar en el mercado. En un principio, la industria de cosméticos surcoreana trabajaba para marcas japonesas (Guay & Gallon, 2021), esto se puede considerar como el knowhow de dicha industria, dando pie a que Corea del Sur se desarrollara y se diera a conocer al mundo por la excelente calidad de sus productos, adaptándose constante-

mente a los cambios y tendencias propios de la industria.

## Metodología de trabajo

En el estudio se siguió una metodología de tipo cualitativa con alcance descriptivo, a partir de la recopilación y presentación de información con el objetivo de documentar la relación histórica que existe entre el uso del maquillaje y la industria de los cosméticos, lo anterior en un contexto de integración del Hallyu como estrategia de poder blando y su influencia en la popularización de la industria del K-Beauty.

A partir de sitios web y bases de datos empleados como fuentes de información fueron Google Académico, Redalyc, Scielo, Dialnet, EBSCO, Sprinter y Elsevier; cabe señalar que el material analizado se compone de artículos de corte científico y libros de corte histórica. Las palabras clave que fueron utilizadas para la búsqueda fueron: Hallyu, cultura, estética, y corea. Cabe señalar que el universo registró aproximadamente 20 resultados viables, de los cuales se destacan los temas relacionados con: la I+D en la industria de la belleza, apuesta por la sustentabilidad de los ingredientes y el peso económico de la industria cosmética de Corea del Sur.

## Resultados y análisis.

A partir del análisis realizado, se identifica que de acuerdo con la ideología de que tanto mujeres como hombres deben de cuidar su apariencia física, en Corea del Sur ambos géneros juegan un papel muy importante en el mercado de cosméticos, contrario a lo que sucede en Occidente, pues los hombres de Corea del Sur son lo que más presupuesto de su gasto destinan en productos cosméticos, a nivel mundial (Nguyen 2021). Por lo tanto, la demanda de los productos K-beauty, la moda coreana y la cirugía plástica en Corea del Sur están en constante aumento, y estas industrias en Corea del Sur son de las más competitivas (Style Story, 2020).

Las marcas invierten constantemente dinero en Investigación + Desarrollo (I+D), para fabricar productos nuevos e innovadores con el fin de mantenerse como empresas competitivas. Esta es una característica común de la forma de trabajar de los chaebols y el gobierno de Corea del Sur, quien también les ofrece apoyo en el I+D. Así mismo, al ser un país productor de tecnolo-

gía, los surcoreanos utilizan mucho los medios digitales para realizar compras. La Oficina Nacional de Estadística de Corea declaró que las transacciones de compras en línea de cosméticos superaron los \$14,2 mil millones de dólares en 2021. De estos, las transacciones de cosméticos móviles representaron \$9,2 mil millones de dólares (KED Global, 2021). Esta es la razón por la cual las marcas en Corea se enfocan mucho en el marketing en canales de redes sociales como Instagram, Twitter, TikTok, Kakao, YouTube, etc.

Incluso existe el llamado hallyu 2.0, que se basa en el uso de redes sociales (Lopez & Ryzhkov, 2017). De esta manera se puede ver el beneficio de que un país invierta en educación, investigación y desarrollo de tecnología, apostar por esta triada impulsa el desarrollo de la población en todos los aspectos de la vida, fortalece la economía y se extiende el mercado.

**Apuesta por la sustentabilidad e ingredientes orgánicos en Corea del Sur**

En la actualidad todas las industrias se han visto permeadas por la concientización medioambiental, y Corea del Sur no es una excepción, ya que a partir de 2019 el país implementó la Ley de Reciclaje que afecta a todos los productos vendidos en Corea del Sur (Nguyen, 2021), incluyendo los cosméticos. Debido a esto, las marcas de cosméticos se centraron en la sustentabilidad de todos sus productos y además envían un mensaje a los consumidores de conciencia social. Si bien, el hecho de que los cosméticos incluyan productos naturales tiene un pasado histórico, ahora con la tendencia de sustentabilidad, los consumidores coreanos buscan ingredientes más naturales y ecológicos en sus productos de belleza, así como un empaque ecológico (Style Story, 2020).

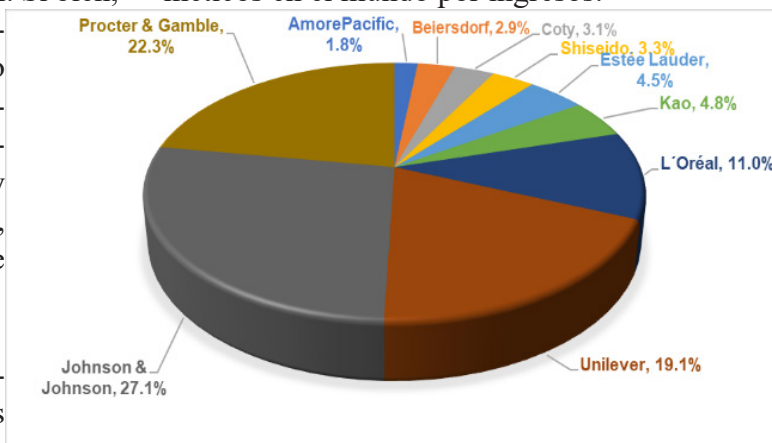
Si las marcas de cosméticos no utilizan productos naturales u orgánicos pierden competitividad en el mercado. Recientemente, las marcas de belleza en Corea del Sur se asocian con comunidades agrícolas locales para colaboraciones de abastecimiento ético (Style Story, 2020). De esta manera, Corea del Sur refuerza sus industrias e impulsa al sector agrícola; las marcas se benefician de la buena imagen que se genera al relacionarse con este tipo de abastecimiento.

**Las compañías más importantes de cosméticos en Corea del Sur**

Olive Young, Lalavla, LOHB son las principales compañías que tienen el mayor poder del mercado de cosméticos en Corea del Sur (Nguyen, 2021). A pesar de que estas compañías tienen sus propios productos, se dedican principalmente a la venta de marcas variadas de cosméticos y de productos del cuidado de la piel. Estas compañías y las marcas que distribuyen siempre están dentro de las tendencias de la industria, en constante innovación, además de que aprovechan la tecnología y el uso de redes sociales para llegar a más consumidores potenciales. Así mismo, los productos que distribuyen han generado una reputación de naturalidad, debido a la demanda de ingredientes orgánicos como lo son “el té verde, el ginseng o la centella asiática” (Kim, 2021).

AMOREPACIFIC Corporation es la compañía de belleza y salud más grande de Corea del Sur, y el principal productor/chaebol con más de 30 marcas de productos para el cuidado de la piel, maquillaje, fragancias, etc. Fue establecida en 1945 y en 2020 ocupó el décimo puesto dentro de las compañías de cosméticos más grandes del mundo, generando ingresos por USD 5500 millones (BizBibe, 2020).

**Gráfica 1.** Los principales productores de cosméticos en el mundo por ingresos.



**Fuente:** Elaboración propia con datos de BizVibe (2020).

Representó el 1.8% de los ingresos de las principales manufactureras de cosmética en el mundo. Se puede notar el dominio de las empresas estadounidenses Johnson & Johnson y P&G, quienes concentran más del 40% de los ingresos de la fabricación de cosméticos a nivel mundial. Tam-



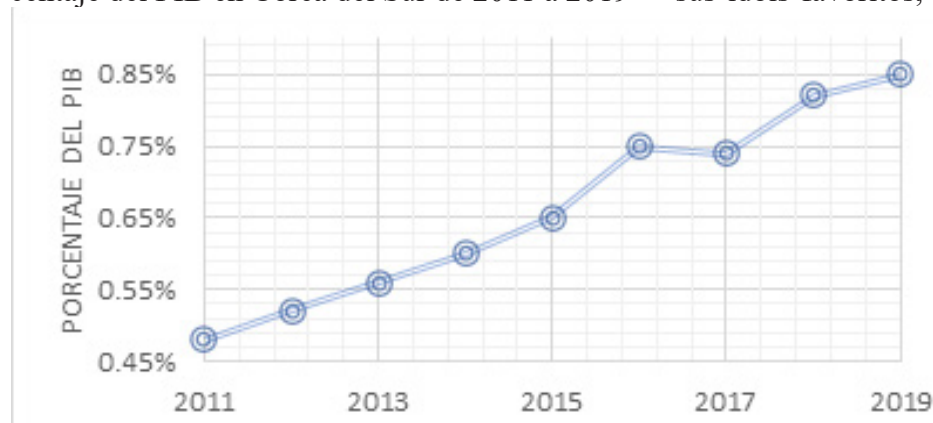
bién se encuentran empresas francesas, alemanas y japonesas dentro de esta clasificación.

Lo sorprendente de la industria cosmética coreana es que ha logrado posicionarse dentro de los principales productores, junto con empresas occidentales que han existido desde antes de que Corea del Sur se fundara como país. Esto habla sobre el vertiginoso crecimiento de la industria y su competitividad en menos de 70 años. AMOREPACIFIC tiene gran importancia a nivel nacional, pero su crecimiento y desarrollo ha estado enfocado también hacia el exterior.

Debido a que el K-beauty es una propuesta original e innovadora que ha cautivado al mercado internacional, las empresas como AMOREPACIFIC que tiene importancia al interior, también se han proyectado al exterior. Este conglomerado opera alrededor de 13.300 puntos de venta en todos los canales de distribución en 14 países, incluidos EE. UU., China, Francia y el Sudeste Asiático (Martin Roll, 2017).

Gracias a la propuesta original e innovadora que tiene Corea del Sur en la industria cosmética, “se consolidó en el 2020 como el tercer exportador mundial de cosméticos, tras Francia y Estados Unidos” (Nguyen, 2021), y según el Servicio de Aduanas de Corea y la Asociación de Cosméticos de Corea, en este mismo año sus exportaciones en dicho sector tuvieron un crecimiento del 15% en comparación con el año 2019 (Guay & Gallon, 2021).

**Gráfica 2.** Industria de cosméticos como porcentaje del PIB en Corea del Sur de 2011 a 2019



Fuente: Elaboración propia con datos de Jobst, (2021).

La industria de los cosméticos tiene un peso tan importante, que incluso se puede ver reflejado en el Producto Interno Bruto de Corea (PIB). Los

cosméticos han alcanzado casi el 1% del PIB, lo que se traduce como una industria importante, recordando que las exportaciones son parte clave de la misma.

Debido al aumento de la demanda de productos K-Beauty en los Estados Unidos y Asia, Corea del Sur se convirtió en el quinto mayor exportador de productos cosméticos con \$ 8.5 mil millones en 2021 (KED Global, 2021). China es el mayor importador de cosméticos y representa más de la mitad de las exportaciones anuales totales de Corea del Sur (KED Global, 2021). Esto es un claro resultado de las relaciones comerciales entre ambos países, que han ido creciendo a través del tiempo, y reforzadas por el hallyu, ya que como se mencionó anteriormente China tiene tendencias estéticas similares a las coreanas.

Además, Corea del Sur ha visto crecer sus exportaciones a otros países como Estados Unidos, Francia e Inglaterra a lo largo de los años (KED Global, 2021). La influencia del hallyu en Occidente se ve reflejada en la demanda de productos coreanos, dando como resultado este crecimiento de exportaciones.

**Conclusiones**

El Hallyu, sí ha sido un factor clave en la popularización de la estética coreana. Las marcas de cosméticos en Corea del Sur contratan a celebridades coreanas para promocionarlos, con impactos positivos en la demanda de estos productos a nivel nacional e internacional. Principalmente, llegan a personas influenciadas por el hallyu, fans que buscan lograr una apariencia como la de sus idols favoritos, reforzando y replicando los

estereotipos de belleza dados por Corea del Sur. Así se demuestra, como el poder blando puede ser utilizado para alimentar el crecimiento económico (poder duro) de una industria, en este caso la industria del K-beauty. Ya que el gobierno ha institucionalizado la política cultural y económica para

favorecer en ambas industrias.

## Recomendaciones

Se puede sugerir para futuras investigaciones, realizar un análisis de tipo correlacional con variables conexas con el suicidio y las operaciones estéticas, ya que en ambas variables Corea del Sur se encuentra entre los países con mayores tasas de incidencia. Sociedades tan competitivas en las que por regla general la primera impresión visual es la que determina el éxito de una persona, se impone con un continuo bombardeo de un estereotipo de belleza (en ocasiones inalcanzable), que trastocan la salud mental del individuo.

## Referencias bibliográficas

- Andersa, (2018, 24 de agosto). 화장하는 女人, 역사에 색을 입히다. 뉴스프리존 *News free zone*. <http://www.newsfreezone.co.kr/news/articleView.html?idxno=81142>
- BizBibe. (2020, 21 de agosto). *Top 10 Largest Cosmetic Manufacturers in the World 2020, Top Cosmetic Manufacturers | Global Cosmetic Industry Factsheet*. <https://blog.bizvibe.com/blog/top-cosmetic-manufacturers>
- Chung, A. (2013, enero 1). Tracing history of cosmetics. *The Korea Times*. [http://koreatimes.co.kr/www/news/culture/2013/01/135\\_129776.html](http://koreatimes.co.kr/www/news/culture/2013/01/135_129776.html)
- Cremayer, M. (2018). El *K-pop* de BTS, exponente del *Hallyu*, del Poder Blando y de la Comunicación Transmedia. *Anuario de Investigación CONEICC, 1(XXV)*, pp. 82-94. <https://anuario.coneicc.org.mx/index.php/anuarioconeicc/article/view/46/35>
- Díaz, L. (2018). *Usos y estrategias de marketing en la industria musical de Corea del Sur* [Tesis de final de grado, Universidad Politécnica de Valencia]. Archivo digital. <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/106068/DÍAZ%20-%20%20%09Usos%20y%20estrategias%20de%20marketing%20en%20la%20industria%20musical%20de%20Corea%20de%20Sur%3A%20Un%20caso%2C%20YG%20Ent....pdf?sequence=1>
- Gelezáu, V. (2015). The body, cosmetics and aesthetics in South Korea The emergence of a field of research. *L'ecole des Hautes etudes en sciences sociales*. 2. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01211686>
- Guay, B. & Gallon, V. (2021, 18 de octubre). K-Beauty: How did Korea make its mark in the world of cosmetics?. *Premium Beauty News*. <https://www.premiumbeautynews.com/en/k-beauty-how-did-korea-make-its,19204#nh1>
- Haugland, C. (2020). *Hallyu, The Korean Wave*. Embassy of the Republic of Korea to Norway. [https://overseas.mofa.go.kr/no-en/brd/m\\_21237/view.do?seq=81](https://overseas.mofa.go.kr/no-en/brd/m_21237/view.do?seq=81)
- Jeon, W. (s. f.). 화장(化粧). Encyclopedia of Korean Culture 한국민족문화대백과사전. The Academy of Korean Studies. <http://encykorea.aks.ac.kr/Contents/Item/E0064848>
- Jobst, N. (2021). Cosmetics industry as a share of GDP in South Korea 2011–2019. Statista. <https://www.statista.com/statistics/710697/south-korea-cosmetics-industry-gdp-share/>
- KED Global. (2021, 6 de mayo). *K-beauty boom makes S. Korea the fourth-largest cosmetics exporter*. <https://www.kedglobal.com/monthly-trade-infographics/newsView/ked202105060014>
- Kim, H. (2021, 22 de julio). Las exportaciones de cosméticos de Corea ocuparon el tercer lugar en todo el mundo el año pasado. *Korea.net*. <https://spanish.korea.net/NewsFocus/Business/view?articleId=199900>
- Kim, Y. & Jang, Y. (2018). “Chemyeon,” the Korean Face: Finalizing the Scale and Validity through Self-Construal. *Korea Journal*. 58. pp. 102-127. DOI: 10.25024/kj.2018.58.3.102 [https://www.researchgate.net/publication/332346579\\_Chemyeon\\_the\\_Korean\\_Face](https://www.researchgate.net/publication/332346579_Chemyeon_the_Korean_Face)
- Sánchez, J. (2006). Los europeos ante una estética olfativa indoamericana. *Revista electrónica de Estudios Filológicos*, Murcia, (11). [https://www.um.es/tonosdigital/znum11/estudios/22-bellezaolfativa.htm#\\_edn3](https://www.um.es/tonosdigital/znum11/estudios/22-bellezaolfativa.htm#_edn3)
- Lopez, N. & Ryzhkov, A. (2017). *Hallyu* as a vehicle of internationalization. *Journal of Korean Culture*. 36(2017.2). pp. 131-158. [https://www.researchgate.net/publication/314299227\\_Hallyu\\_as\\_a\\_vehicle\\_for\\_internationalizing\\_the\\_Korean\\_culture\\_official\\_discourse\\_and\\_its\\_repercussions](https://www.researchgate.net/publication/314299227_Hallyu_as_a_vehicle_for_internationalizing_the_Korean_culture_official_discourse_and_its_repercussions)
- López, N. (2015). El roll del *Hallyu* como cultura pop en la relación y la difusión de la imagen de la mujer coreana contemporánea. *PORTES*, 9(18), pp. 171-195. <http://www.portesasiapacifico.com.mx/revistas/epocaii/numero18/8.pdf>
- Martin Roll. (2017). *AmorePacific - Korean Beauty Company Going Global*. <https://martinroll.com/resources/articles/branding/amorepacific-korean-beauty-company-going-global/>

- Nguyen, S. (2022, 29 de marzo). *Korean Cosmetic Industry – Complete Overview of the K-Beauty Market*. Seoulz. <https://seoulz.com/korean-cosmetic-industry-complete-overview-of-the-k-beauty-market/>
- Style Story. (2020, 23 de julio). *Korea's Biggest Beauty Stores*. <https://stylestory.com.au/blogs/style-story/how-to-do-a-korean-facial-massage-1>
- Vargas, X. & Park, H. (2015). La globalización de productos culturales: Un análisis webometrico de Kpop en países de habla hispana. *REDES*, 26(1), pp. 124-148. <https://revistes.uab.cat/redes/article/view/v26-n1-vargas-meza-park/525-pdf-es>
- 문화재청. (2014). 한국 미인(美人)을 통해 본 화장의 역사. [https://www.cha.go.kr/cop/bbs/selectBoardArticle.do?nttId=16627&bbsId=BBSMSTR\\_1008](https://www.cha.go.kr/cop/bbs/selectBoardArticle.do?nttId=16627&bbsId=BBSMSTR_1008)

# 4

## **De la explotación colonial a los monopolios capitalistas: Un análisis histórico aproximativo de los Chaebols en Corea del Sur**

**Dr. Pedro Orozco Espinosa**

**Dra. Minerva Esparza Jáquez**

**Estefanía Hernández Ibarra**

**Melissa Yuquier Hernández Carvajal**

## De la explotación colonial a los monopolios capitalistas: Un análisis histórico aproximativo de los Chaebols en Corea del Sur

Dr. Pedro Orozco Espinosa\*

Dra. Minerva Esparza Jáquez\*\*

Estefanía Hernández Ibarra\*\*\*

Melissa Yuquier Hernández Carvajal\*\*\*\*

\*Profesor – investigador de Ciencia Política en la Universidad Autónoma de Nayarit, México.

*pedro.orozco@uan.edu.mx*

ID-ORCID 0000-0002-8004-7444.

\*\*Profesora – investigadora de Turismo en la Universidad Autónoma de Zacatecas, México,

*minerva\_esparza@hotmail.com.*

\*\*\*Estudiante de Estudios Coreanos en la Universidad Autónoma de Nayarit, México,

*21005211@uan.edu.mx.*

\*\*\*\*Estudiante de Estudios Coreanos en la Universidad Autónoma de Nayarit, México,

*21010061@uan.edu.mx.*

### Resumen:

Este trabajo tiene como antecedente la discusión académica sobre aspectos, o factores que han detonado el desarrollo económico y social de los países que se han encontrado en las peores condiciones de su historia y han aprovechado las circunstancias para sobreponerse y avanzar a mejores estadios. Este es el caso de Corea del Sur. Por ello, el objetivo inicial de esta investigación se centra en analizar el proceso histórico de los *chaebols*, su transformación y su impacto en la estructura económica, política y social Corea del Sur entre 1950 y 2021. Así, desde una metodología cualitativa, se exploró y analizó la información histórico documental y datos económicos y sociales del país. La investigación nos llevó a descubrir que la convergencia de factores históricos, actores como los *chaebols* y el Estado o gobierno y las decisiones políticas y económicas de intervención contribuyeron a mejorar la calidad de vida de la población como a posicionar este país en los primeros lugares entre las economías más importantes del mundo.

**Palabras clave:** Chaebols, keiretsu, zaibatsu, desarrollo económico, conglomerado.

### Abstract:

This work has as background the academic discussion on aspects, or factors that have triggered the economic and social development of countries that have found themselves in the worst conditions in their history and have taken advantage of the circumstances to overcome and advance to better stages. This is the case of South Korea. Therefore, the initial objective of this research focuses on analyzing the historical process of the *chaebols*, their transformation, and their impact on the economic, political, and social structure of South Korea between 1950 and 2021. Thus, from a qualitative methodology, it was explored and analyzed the historical documentary information and economic and social data of the country. The investigation led us to discover that the convergence of historical factors, actors such as *chaebols* and the State or government, and political and economic intervention decisions contributed to improving the quality of life of the population as well as positioning this country in the first places among the largest economies in the world.

**Key words:** Chaebols, keiretsu, zaibatsu, economic development, conglomerate.

### I. Introducción

La palabra *chaebols* (재벌) remite a su significado original, es decir, a su descomposición en dos vocablos: *chae* (재) cuyo significado trasmite la idea de riqueza y/o fortuna y *bol* (벌) que refiere a la idea de grupo y/o familia. Así, pues, según Murillo y Sung (2013), la idea de los *chaebols*

refieren a ese corporativo de firmas formalmente independientes con una administración común y el control financiero de una sola familia, y que además está definida por tres rasgos en su estructura comercial, donde, uno, varias empresas afiliadas operan en un diverso de industrias; dos, la propiedad y el control grupo se funda en una



familia dominante; tres, el corporativo empresarial representa un gran porcentaje de la economía nacional (p. 2).

En este sentido, los *chaebols* se fundan en el sistema empresarial *zaibatsu*, al cual fue sometido el pueblo coreano durante la ocupación japonesa de la Península Coreana, la cual duró más de tres décadas. Por lo que, en calidad de trabajadores explotados y servidores de los japoneses, entendieron el sistema *zaibatsu* y lo mejoraron al tomarlo como base para establecer el *sistema chaebol* en Corea del Sur, una vez liberados del dominio de Japón y Corea del Norte por Estados Unidos de América (EUA).

Con el apoyo económico de EUA, la intervención del Estado surcoreano, medidas ilegales y preferentes, y planes quinquenales, se logró formar los grandes conglomerados que sacaron de la pobreza a Corea del Sur. Sin embargo, en el proceso, se observa que se fueron alterando los papeles, es decir, se pasó de depender los *chaebols* del Estado a el Estado depender de los *chaebols*.

El impacto descrito hasta el momento fue influenciado por los *keiretsu*, que, gracias a ello, a finales de la Guerra Fría, Corea del Sur creció rápidamente. Estas empresas tuvieron su nacimiento por la década de 1960, dando origen a los más importantes emporios empresariales como son Samsung, Hyundai Motors, Daewoo Motor, entre otros. Así, pues, el crecimiento y desarrollo económico se vio reflejado en años posteriores en la infraestructura, lo cual muestra la importante influencia de los *chaebols* en el despegue de este país. Con ello, los primeros fundadores presenciaron la ausencia de los japoneses y tuvieron que soportar y superar la (s) crisis asiática de 1997 para que las empresas siguieran adelante y así convertirlas en los grandes monstruos del desarrollo tecnológico y automotriz.

Actualmente, Corea del Sur es uno de los países que han comenzado a implementar iniciativas para impulsar la cuarta revolución industrial, con la participación de varios *chaebols* como Hyundai, LG, Samsung, por mencionar algunos. Además, gracias a estos, este país ha llegado a competir en el ámbito económico con otras potencias como EUA, varios países de Europa y del mismo continente asiático, como es el caso

de Japón y China, quienes siguen teniendo poder e influencia en el país, incluso, pudiera decirse más que antes, aunque tal situación ha hecho que el gobierno surcoreano legisle y aplique leyes para restringir su intervención, como los *Cinco Objetivos de la Reconstrucción del Chaebol*.

Por todo lo anterior, esta investigación tiene como objetivo analizar el proceso histórico de los *chaebols*, su transformación en conglomerados empresariales y el impacto de estos en el desarrollo económico de Corea del Sur de 1950 al 2021. Para ello, se realizó la indagación documental para identificar dicha trayectoria histórica seleccionando los estudios que han profundizado en este fenómeno, así como los trabajos y las bases de datos que contribuyen al análisis de algunas variables económicas que muestran la dominancia que estos corporativos familiares han tenido en la transformación social, política y económica de actual Corea del Sur, junto a las políticas públicas implementadas por el Estado en determinados momentos de su historia.

El trabajo se compone de tres apartados. El primer apartado describe el origen de los *chaebols* en el contexto de conversión de la península coreana en un protectorado japonés (1905), lo que trajo consigo la esclavitud y la explotación de los coreanos al ser obligados a trabajar sus propias tierras para los japoneses, unirse a su ejército y a trabajar en sus empresas. En el segundo apartado se muestra el proceso de desarrollo y el establecimiento de estas empresas y su transformación en corporativos que paulatinamente fueron apoyados por el Estado, lo cual favoreció el desarrollo económico de Corea del Sur. Y, finalmente, el tercer apartado se centra en observar el actual desarrollo de estos nuevos conglomerados y su inserción en la globalización, con una importante presencia competitiva, gracias a la integración y desarrollo de alta tecnología.

## II. Un nacimiento de explotación y esclavitud

La Península Coreana fue convertida en un protectorado de Japón en 1905 después de que Corea, específicamente la dinastía Joseon, fuera forzada a firmar un acuerdo impuesto por Japón. Fue oficialmente anexada a los territorios del gran Imperio Japonés el 22 de agosto de 1910, siendo liberada hasta el 15 de agosto de 1945.

Durante este periodo de la ocupación japonesa, los coreanos fueron obligados a unirse a las fuerzas militares y luchar por los intereses del Emperador; a trabajar para los japoneses en sus empresas y labrar las tierras que les fueron arrebatadas, incluso fue tal la explotación coreana que las mujeres adolescentes fueron usadas para la prostitución, éste es el caso de las llamadas *mujeres de consuelo*. De estas cuatro realidades, nuestra atención se centra solo en el ámbito empresarial bajo el cual, desde nuestro análisis e interpretación, Corea fue sometida, esclavizada y explotada, pero también industrializada, antes de ser dividida en dos: Corea del Norte y Corea del Sur.

Así, pues, el sistema empresarial que implantó Japón en Corea fue el llamado *zaibatsu*, que para González-Quemada (2019) son conglomerados empresariales dedicados a conseguir el respaldo económico necesario mediante el chantaje y la presión al gobierno, consiguiendo incluso la formación de sus propios bancos.

Estas grandes corporaciones se desarrollaron mayormente en la era Meiji entre 1866 y 1870, logrando mantenerse a pesar de la II Guerra Mundial. Eran propiedad de una sola familia y cuyo poder se extendía a todas las líneas de producción. Naturalmente, el poder y la riqueza se concentraba en unos pocos. Además, estos conglomerados se expandían a diversos sectores, desde seguros y bancos, hasta la exportación y producción de minerales.

De acuerdo con Mastrapasqua (2013), este modelo empresarial en sí nació en 1600 en Japón, aunque su auge se dio durante la segunda revolución industrial, específicamente, en 1866. Surgieron como pequeñas empresas familiares especializadas en varias ramas, pues la producción dependía de las necesidades de la nación. Su dinámica dependía y expansión dependía de la coalición de empresas, unidas por determinados intereses económicos y tener un grupo de negocios.

En su estructura, en el centro se encontraba un banco, una organización de desarrollo de negocios y una organización con mucho poder económico. Asimismo, existía un grupo de pequeñas organizaciones independientes fuera del núcleo central, las cuales compartían departamentos y

acuerdos económicos, con la característica de una alta interdependencia.

Se puede decir, entonces, que este sistema empresarial *zaibatsu* le otorgó experiencia al pueblo coreano, para después tomarlo como base para la generación de un nuevo sistema: los *chaebols*. Así, para desarrollar los *chaebols*, fue necesario que Japón fuera vencido por Estados Unidos y la URSS, poniendo fin a la Segunda Guerra Mundial. Las potencias ganadoras dividieron los territorios que eran parte del Imperio de Japón y así reducir el poder que antes había alcanzado.

De esta manera, la Península Coreana, tras conseguir finalmente su independencia el 15 de agosto de 1945, fue dividida en: la República Popular Democrática de Corea o Corea del Norte (zona de influencia de URSS y China) y la República de Corea o Corea del Sur (zona de influencia de EUA).

Sin embargo, el 25 de junio de 1950 inició la Guerra de Corea, la cual fue un escenario de enfrentamiento indirecto entre la URSS y EUA como parte de la Guerra Fría, siendo esta un conflicto político, económico e ideológico entre el sistema comunista-socialista representado por URSS y el sistema capitalista representado por EUA.

La Guerra de Corea consistió en que Kim Il Sung, dictador de Corea del Norte, en su afán de reunificar la Península, decidió invadir Corea del Sur. Syngman Rhee, dictador de Corea del Sur, devolvió los ataques, dado que él también quería reunificar la Península. La Guerra terminó el 27 de julio de 1953, sin un tratado de paz, sino un armisticio conocido como *Paz de Panmunjom* vigente hasta hoy. Además, se determinó que la frontera entre ambas naciones sería el *Paralelo 38*. A partir de aquí, todo estará relacionado con Corea del Sur.

Así, pues, se puede decir que la ocupación japonesa de la Península Coreana, el proceso de su independencia, la Segunda Guerra Mundial y la Guerra de Corea, fueron los acontecimientos que ocasionaron que Corea del Sur quedara en ruinas, en extrema pobreza y en las peores condiciones como para poder recuperarse rápidamente en los próximos años. Además, la mayoría de los recursos que se podían explotar estaban en Corea

del Norte, por lo que había todavía menos esperanza para salir adelante.

EUA decidió *vigilar* a Corea del Norte estableciendo una base militar en Corea del Sur. Asimismo, apoyó económicamente a su aliado del Sur y lo condujo hacia el capitalismo mediante el fortalecimiento de los conglomerados existentes (*chaebols*), con el objetivo de mejorar la economía y hacerlo su socio comercial.

De acuerdo con Sáez-Benito (2018), a partir de que Park Chung Hee asciende al poder en 1961, mediante un golpe de Estado, se estableció la política industrialización del país y hacer de ésta la base del modelo económico surcoreano hacia afuera, es decir, dirigida su producción hacia la exportación.

Desde 1973, comenzó a desarrollar la industria química pesada. Los *chaebols* nacen en esta industrialización, donde fue relevante el papel del Estado en esta tarea, a través de ayuda financiera del gobierno y los estímulos para diversificar la producción en distintas ramas complementarias. Así, se llegó a concentrar hasta el 70% de las exportaciones en pocas empresas.

Los *chaebols* se crearon como pequeñas empresas familiares, de las cuales la mayoría fueron fundadas desde antes de la Guerra de Corea, aunque comenzaron a ser relevantes en los años de 1950, bajo la dictadura de Syngman Rhee. Sin embargo, tuvieron su mayor auge durante la dictadura de Park Chung Hee. Éste seleccionó las empresas más relevantes en el mercado doméstico y les otorgó ciertos privilegios entre los cuales el gobierno les asignaba proyectos exclusivos, principalmente en las áreas de construcción y todo lo relacionado el área militar.

También tenían exenciones fiscales respecto a al pago de impuestos y fuentes de financiación segura, todo con el fin de que el presidente Park pudiera alcanzar el objetivo marcado por el modelo de Industrialización por Sustitución de Importaciones (ISI) en el país, poniendo a los *chaebols* como medio (Torre-de Hernando, 2019).

Los principales *chaebols* que formaron parte del impresionante crecimiento económico de Corea del Sur fueron *Samsung*, *Hyundai*, *Daewoo* y *LG* originalmente *Lucky-Goldstar*. Actualmente, se mantienen como los grandes conglomerados que

siguen aportando al crecimiento y al desarrollo económico del país con sus exportaciones, a excepción de *Daewoo*, quien cayó en bancarrota tras la crisis asiática de 1997.

### III. El principio y desarrollo de un gran proyecto

En el entorno regulatorio de Corea del Sur, los *chaebols* son una alternativa al antiguo sistema de financiación del sistema empresarial *keiretsu*, el cual consiste en el desarrollo de transacciones de mercado, protagonizadas en los bancos a nivel nacional, especialmente en la provisión de pagos y garantías.

En lo relativo a la estructura, como se ha venido señalando, los *chaebols* se fundan en las familias, donde jerarquía y centralización dependen más de las relaciones gubernamentales que de sus contrapartes japonesas (Torre, 2019).

*Keiretsu* es pues un modelo de negocios que se originó como *zaibatsu*, en el que traducción literal se refiere a los monopolios. Se inició como una pequeña empresa familiar profesional. Así, se les llamó *chaebols* por dedicarse a diversas actividades según las necesidades de la sociedad. De acuerdo con Torre (2019), “Hay una razón acerca de estas diferencias; los *chaebols* coreanos intencionalmente apuntan a ser unos líderes en una economía en rápido crecimiento, por otro lado, los *chaebols* necesitaban comprar armas después del período colonial japonés 1930” (p. 16).

Por otra parte, en cuanto a la propiedad familiar, la sangre es primordial en la sociedad coreana, mientras que en Japón el apellido en sí mismo es más importante. De ahí que los hijos adoptados puedan convertirse en herederos legales en Japón, pero no en Corea del Sur. Finalmente, la propiedad y la gestión están efectivamente separadas en los *keiretsu*, ninguna familia controla a todo el grupo, pero en los *chaebols* una familia controla a todo el grupo. Por eso, Torre (2019), señala que “el sistema de *chaebols* vivió su esplendor durante el gobierno del general Park Chung-hee (1961-1979), durante el que se dedicó un trato preferencial a dichos conglomerados para promover un alto crecimiento económico a través de sus actividades” (p. 16).



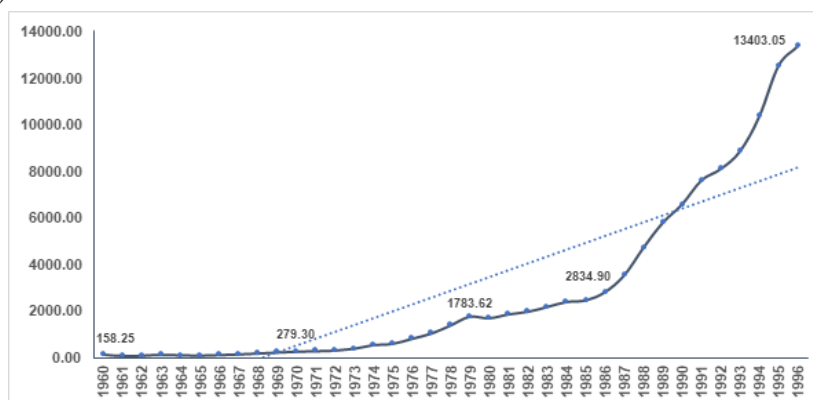
Esta protección, otorgada a la industria pesada del país, está sujeta a las siguientes condiciones: es competitivo por un tiempo, pero después de ese tiempo, sigue adelante, y exportar. Esto no es una protección limitada o ilimitada para todos los sectores industriales. Se escogieron ciertas industrias con posibilidades de desarrollo en determinado tiempo (Mastrapasqua, 2013). En su siguiente patrón “el gobierno coreano creó su primera ronda de líderes industriales tras una selección de empresas punteras y eficientes dentro del mercado doméstico” (Torre, 2019:17).

Para la década de 1980, los *chaebols* se habían convertido en importantes corporaciones transnacionales, las cuales ya no necesitaron el apoyo ni el financiamiento del Estado y, en consecuencia, ya no tenía el control de éstas.

Como bien lo señala Torre (2019), estas corporaciones “crecieron hasta llegar al punto en que tenían demasiada capacidad industrial y, a medida que su actividad y participación internacional se desarrollaba, sus defectos en cuanto al gobierno corporativo quedaban más expuestos” (p. 17).

Desde ese momento, el gobierno comenzó a idear contramedidas reglamentarias de bloqueo a las grandes empresas. Además, de 1993 a 1997, durante el gobierno de Kim Young Sam, se comenzó una intensa campaña contra los *chaebols*. Asimismo, la Comisión de Comercio Justo endureció las medidas normativas para el funcionamiento comercial de estas empresas, lo que provocó el enjuiciamiento de presidentes, gerentes y ministros por casos de soborno y extorsión. Este fue el caso de Lee Kun-Hee y Kim Woo-Jung de los corporativos Samsung y Daewoo, respectivamente (Torre, 2019).

**Gráfico 1.** Producto Interno Bruto per cápita (1960 – 1996)



**Fuente:** Elaborado con los datos del Banco Mundial (2022)

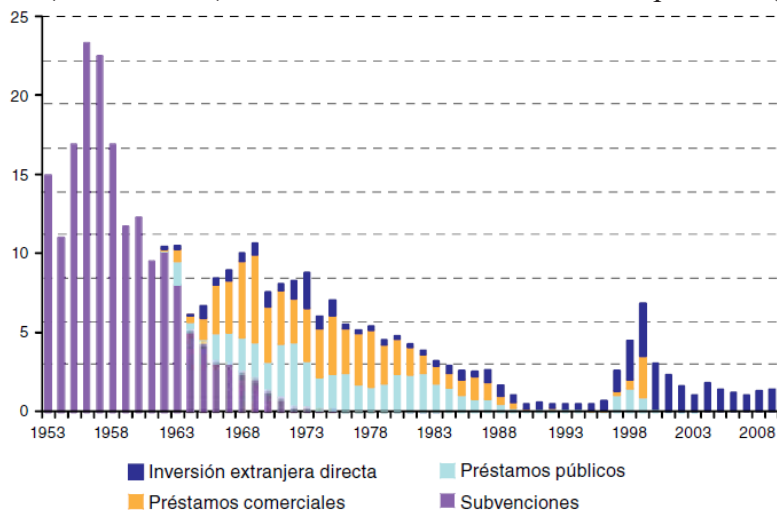
Así, pues, si para 1970, Corea del sur se encontraba en su mejor momento de crecimiento y desarrollo económico, debido a la apertura e incremento de muchas empresas y fábricas, para 1996 esto se veía reflejado en un crecimiento en la bolsa de trabajo y una mayor exportación de mercancía. Por tanto, las ganancias se reflejaban en el ingreso de cada ciudadano coreano. Tal como lo señala Onni (2020) y se observa en el gráfico 1, el país había pasado de un PIB per cápita anual de \$67.00 dólares en 1953 a un ingreso per cápita de \$13,403.00 dólares en 1996 con una tendencia a partir de 1969. Tan buena era esa noticia que Corea del Sur posicionó en el lugar número once entre las mejores economías a nivel mundial.

Todavía hasta principios de la década de 1960, la economía del país no presentaba algún avance significativo (gráfico 1), por lo que el mercado interno había llegado a su límite y Estados Unidos había alcanzado su cuota máxima de ayuda económica, más aún el gobierno de los EUA “anunció en 1968 que sus efectivos terrestres serían retirados gradualmente de Corea en 1971-1975” (SaKhong y Koh, 2010:39). Esta situación empezó también a descender conforme pasaron los años (gráfico 2).

En el cuadro 1, se puede observar cómo EUA por encima de los apoyos dados por los programas ofrecidos por la Organización de las Naciones Unidas (ONU). Sus aportes aumentaron en 1957 hasta 368.8 millones de dólares y un aumento de las importaciones de 442.1 millones de dólares, cuya relación significó el 86.6% del producto nacional bruto (PNB)

Por otro lado, Corea del Sur no tenía materias primas para exportar y continuaba dependiendo de la importación de alimentos, recursos y bienes de capital para sostener el crecimiento industrial. Debían hacer frente a los países y las industrias que necesitaban acceso al crecimiento divisas.

**Gráfico 2.** Entradas de subvenciones, préstamos e inversión extranjera directa en porcentaje del PIB (1953 a 2008)



Fuente: SaKong y Koh (2010)

**Cuadro 1.** Apoyos recibidos e importaciones, 1953 a 1960 (millones de dólares)

AYUDAS RECIBIDAS	1953	1954	1955	1956	1957	1958	1959	1960
EUA	12.8	108.4	205.8	271	368.8	313.6	219.7	245.2
SOCORRO CIVIL DE COREA POR LA ONU	158.8	50.2	8.7	0.3				
RECONSTRUCCIÓN DE COREA POR LA ONU	29.6	21.3	22.2	22.4	14.1	7.7	2.5	0.2
<b>TOTAL</b>	<b>201.2</b>	<b>179.9</b>	<b>236.7</b>	<b>293.7</b>	<b>382.9</b>	<b>321.3</b>	<b>222.2</b>	<b>245.4</b>
<b>TOTAL, IMPORTACIONES</b>	<b>345.4</b>	<b>243.3</b>	<b>341.4</b>	<b>386.1</b>	<b>442.1</b>	<b>378.2</b>	<b>303.8</b>	<b>343.5</b>
AYUDA/IMPORTACIONES (%)	58.3	73.9	69.3	76.1	86.6	84.9	73.1	71.4
IMPORTACIONES/ PNB (% PRECIOS CORRIENTES)	12.9	7.3	9.8	13.1	12	10.7	10.1	12.6
IMPORTACIONES/PNB (% PRECIOS CONSTANTES)		8.8	11.2	13	14.3	11.7	9.3	10.4
DÉFICIT/PNB (%)		6.2	8.7	11.7	10.5	8.7	7.5	9.3

Fuente: Krueger (1979)

La falta de liquidez obligó a las grandes corporaciones a convertirse en instituciones estatales si querían continuar financiando sus actividades. El gobierno, conocedor de la dependencia de la economía surcoreana en este pequeño número de gigantes, se vio forzado a pedir ayuda al Fondo Monetario Internacional (FMI) a través de un préstamo de 57 billones de dólares (Torre, 2019).

Con este apoyo de inversión por parte del FMI, la situación del país comenzó a cambiar poco a poco. El marco regulatorio se reforzó y el entorno empresarial se tornó hacia un tinte mucho más global. Se fundó el Korean Stock Exchange

(KSE, la bolsa coreana), que incrementó la capacidad de financiación directa por parte de las firmas coreanas a través de mercados de capitales abiertos, mientras que el volumen de financiación indirecta, como los créditos bancarios, se redujo. Para los *chaebols*, esto se tradujo en un incremento del modelo accionista en la estructura de sus empresas, lo que empezó a generar los consecuentes problemas desde el gobierno corporativo (Torre cita a Kim, 2003).

Como se ha venido mencionando, la organización de las empresas coreanas dentro del sistema *chaebol* fue un factor clave en el desarrollo económico del país durante la segunda mitad del siglo XX. Uno de los conglomerados más importantes que están cambiando el mundo es *Samsung Holdings*.

*Samsung* fue fundado en marzo de 1938 por el empresario Lee

Byung-chul en Daegu como una marca de importación y exportación de productos de consumo. El levantamiento de este gran *chaebol* surgió durante la colonización japonesa hasta finales

de la guerra de Corea. Es importante señalar esto, ya que ha logrado desarrollarse a pesar de que no estaban en conflictos de guerra (Torre, 2019).

*Samsung* ha logrado destacar entre otros

*chaebols*, posicionándose como la empresa más importante del país y orgullo coreano. La empresa no recibió ningún tipo de activo japonés en tiempos previos a la guerra, sin embargo, el gobierno jugó un papel importante en el desarrollo de *Samsung*. Del único que *Samsung* aceptó activos fue del dictador Park Chung-hee. Esto se debió a una estrategia poco ética. Después de que Lee Byung Chul lo convenciera de que lo perdonara por acumular riqueza ilegalmente para apoyar a los generales en su gobierno, ingresó al gobierno para obtener ganancias políticas (Rhyu, 2005, como se citó en Torre, 2019).

## El impacto de los *Chaebols* en la actual sociedad coreana

Los *chaebols*, siguen presentes en Corea del Sur. Según Sáez-Benito (2018), “actualmente los *chaebols* intervienen en aproximadamente el 70% de las exportaciones coreanas y los nueve grupos más grandes controlan el 40% de las exportaciones, y los ingresos de los cuatro principales *chaebols* (*Samsung*, *Hyundai*, *SK* y *LG*) es mayor” (p. 33).

**Gráfico 3.** Porcentaje de los Chaebols más grandes al PIB de Corea del Sur



**Fuente:** Alonso A. (2013).

El crecimiento de los *chaebols* no puede desligarse de la ayuda del gobierno coreano, ya que mantienen una relación de complementariedad. Ahora, la autoridad e influencia del gobierno en el campo económico es hoy menor que en el pasado. Aunque las empresas *chaebols* dependen del apoyo del gobierno, también controlan la vida económica y restringen el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas. Corea del Sur tiene que luchar con potencias como Estados Unidos, Europa y Japón, pero también con el auge de países emergentes como China (Lin, S., y Salas Fumas, V., 2021).

Qilin Su, Junyi Wan y Xiaoming Ou (como se citó en Lin, S., y Salas Fumas, V., 2021) dividieron el proceso de gobernabilidad de los *chaebols* del gobierno coreano en dos fases:

a. La primera fase abarca desde 1974 a 1992 cuando, gracias a la contribución de los *chaebols* al crecimiento económico, el Estado surcoreano los gobernó de manera suave, es decir, establecieron un control de crédito, intervinieron en la reestructuración de la estructura subsidiaria del *chaebol* y controlaron las acciones cruzadas del *chaebol* y las garantías mutuas subsidiarias para gobernar el *chaebol* familiar.

b. La segunda fase abarca desde 1998 hasta la actualidad, cuando el gobierno surcoreano bajó la presión de la crítica pública, los documentos y leyes gubernamentales pertinentes imponen fuertes limitaciones a los *chaebols*, por ejemplo, la promulgación de los “Cinco Objetivos de la Reconstrucción del *Chaebol*”, el acuerdo de la Ley Comercial, la Ley de Quiebras, entre otras, para restringir a los primordiales accionistas y robustecer la protección de accionistas minoritarios.

De acuerdo con Lozano (2021), la diplomacia económica que ha llevado a cabo Corea del Sur se ha caracterizado por la orientación hacia las exportaciones, incluso ha sido capaz de mantener un superávit comercial de más de \$98,000 millones de dólares, posicionándose como el cuarto más grande del mundo después de Alemania China y Japón. Dentro de estas exportaciones están productos como circuitos integrados, automóviles, barcos, petróleo refinado, paneles de pantalla de cristal líquido (LCD), autopartes, maquinaria industrial y teléfonos celulares, por ejemplo, hoy en día los aparatos electrónicos, con las marcas de *LG* o *Samsung* desarrollaron reconocimiento a nivel nacional.

Actualmente, Corea del Sur se posicionó en el primer lugar en el Índice de Innovación de Bloomberg (2021), donde 65 de las 2000 más grandes empresas cotizadas en el mundo son de este país. Así, las diez más importantes y grandes empresas en el 2022 fueron: Samsung Group (lugar 14), Hyundai Motor (lugar 147), SK Hynix (lugar 170), KB Financial Group (lugar 257), Shinhan Financial Group (lugar 279), KIA (lugar 283), Posco (lugar 285), LG Chem (lugar 333), SK (lugar 399) y Hana Financial Group (lugar 483).

Todo este desarrollo también viene acompañado por la exportación cultural y el entretenimiento, como *K-dramas* y *K-pop*; los actores de estos medios de entretenimiento hacen colaboraciones con empresas nacionales o extranjera, generando mercancía como puede ser con temas de *idols* como los *lightstick*, *photocards*, también llaveros, mochilas, ropa, entre otros productos.

La empresa *Samsung* con BTS (grupo de Big Hit Entertainment, ahora Hybe Labels) desarrolló productos con diseños y colores característicos

de la boyband (teléfonos y audífonos inalámbricos), lo que ocasionó un aumento de la venta de sus productos. Las fans del grupo, conocidas como “ARMY”, agotaron la existencia de los Galaxy Buds o audífonos inalámbricos después de una hora de su lanzamiento.

Otro financiamiento por parte de *Samsung* es gracias a la *chaebol* Miky Lee, una de las herederas, es vicepresidenta de la compañía de entretenimiento *CJ Entertainment* y productora de la película ganadora del Oscar en 2019 *Parasite*. Además, promueve proyectos culturales para que puedan llegar a ser reconocidos a nivel mundial.

La cuarta revolución industrial permite a muchos países, como Alemania, China, Japón, EUA y Reino Unido, a avanzar a un nuevo estado de la fabricación, donde los procesos se caracterizan por nuevos paradigmas tecnológicos de producción basados en la digitalización avanzada en las fábricas, en internet y en los *objetos inteligentes*.

**Cuadro 2.** Aspectos claves en las iniciativas de la Industria 4.0 en Corea del Sur

Iniciativa	Área/Objetivo	Actor promotor
	TIC's Innovación Industria 4.0	
Fundación coreana de fábricas inteligentes	Automatización de las fábricas	Empresas y gobierno
Iniciativa de fábricas inteligentes	Ciudades inteligentes	Gobierno
Banco de pruebas de ciudades inteligentes	Automatización de las fábricas	Empresas y gobierno

Fuente: Kagermann et al. (2016)

Estos nuevos procesos denominados *Industria 4.0* se vinculan con financiamiento público y regulación gubernamental, pero también con el sector privado. Corea del Sur ha realizado iniciativas orientadas para promover el cambio tecnológico, estas son fundamentales para la competitividad de la industria; en sectores de la tecnología, los *chaebols* como *Samsung*, *Hyundai*, *LG*, *SK Telecom*, además de la participación de PYBES, son la base del liderazgo global (Maldonado, D. J. M., 2022).

### Conclusión

La creación, el establecimiento y la consolidación de los *chaebols* fue significativo para el proceso de aprendizaje de otro modelo empresarial, como el *zaibatsu* y, posteriormente, los actuales

corporativos o conglomerados empresariales, aunque para la experiencia de Corea, estos hayan sido parte de una amarga historia de esclavitud y explotación.

Sin embargo, la modificación y transformación de algunos aspectos, como la importancia de la línea de sangre en vez de solamente el apellido o lazo legal, o la obtención de recursos o apoyos provenientes de otros países como EUA o los propios organismos financieros internacionales, como el FMI, y las facilidades legales otorgadas por el Estado, o gobiernos en turno, fue lo que coyunturalmente contribuyó al despegue interno e internacional de esta economía. Aunque también hay que reconocer que, gracias al arduo trabajo del pueblo coreanos, la disciplinada organización, la planeación detallada y el compromiso por salir de la miseria, es por lo que ahora Corea del Sur se ha convertido un referente de modelo económico, organizacional y líder mundial en innovación tecnológica.

Por algo actualmente se ubica como líder “de las economías más robotizadas en el Asia, no solo por la cantidad de robots (631) que funcionan en tareas productivas, también porque posee una sólida ley de robótica que permite el incentivo de políticas públicas para el desarrollo de esta tecnología y el nacimiento de instituciones como Hubo Lab, que en un corto plazo hará que los robots sean más parecidos a las personas” (Biblioteca del Congreso Nacional, 2019)

Pero, en la retrospectiva asumida, se observa que a diferencia de este lado del Pacífico, varias empresas coreanas han podido dominar y desarrollar esta tecnología por su cuenta. Así, se señaló que entre las décadas de 1950 y 1990, fue como surgieron varias empresas privadas con excelencia en la fabricación de automóviles, de las cuales se encuentran Daewoo Motors, Asia Motors, Kia Motors, SsangYong, Samsung y, por supuesto, Hyundai Motors.

Sólo Hyundai Motor sobrevivió a la crisis financiera asiática de 1997, marcada como una epidemia de cancelaciones y quiebras bancarias, conocida como *el Efecto Dragón*, donde los mercados asiáticos perdieron en conjunto aproximadamente 400 mil millones de dólares. Esta situación vino a ser el peor año para estas empresas, pero algunas supieron corregir el rumbo y salir



adelante. Por ello, de este proceso de surgimiento y consolidación de estos corporativos, junto a las crisis enfrentadas, hacen ver la importancia de estudiar minuciosamente las lecciones aprendidas en estas circunstancias.

Así, pues, los *chaebols* han continuado hasta la actualidad, ganando poder e influencia, interviniendo en las exportaciones, logrando además que mucho de la cultura coreana llegue a lugares fuera de Asia para generar ganancias y reconocimiento que va más allá del entretenimiento (K-dramas y K-pop) que se ha expandido al mundo. Pues, el actual reto que sigue quedando a los demás países que han vivido los vaivenes de las crisis económicas, como es el caso de América Latina, se encuentra en la puerta que Corea del Sur ha abierto hacia la cuarta revolución industria, la cual le viene dejando importantes ganancias por la innovación tecnológica. Un estadio hacia el cual todos los países están obligados a transitar. Por ello, se vuelve relevante seguir estudiando y monitoreando la trayectoria de este país y, porque no, de los demás países asiáticos.

### Referencias bibliográficas

- Alonso A. (2013). Chaebol y hallyu. El comercio. Recuperado de: <https://blogs.elcomercio.es/sociedad/sinred/2013/10/26/chaebol-y-hallyu/?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F14>
- Biblioteca Nacional del Congreso (2019), Corea del Sur potencia el desarrollo de la robótica en servicios, en Observatorio Parlamentario Asia Pacífico, 05 de agosto. Recuperado de: [Corea del Sur potencia el desarrollo de la robótica en servicios - Programa Asia Pacífico \(bcn.cl\)](https://www.bcn.cl/observatorio-asiatico/2019/05/05/corea-del-sur-potencia-el-desarrollo-de-la-robotica-en-servicios-programa-asiatico)
- González-Quemada, J. (2019). *La influencia de los chaebols en la economía coreana* [Trabajo de Grado, Universidad de Valladolid] UVaDOC. Recuperado de <https://acortar.link/influenciachaebol>
- Haggard, S., Kang, D. y Moon, C. I. (1997). Japanese colonialism and Korean development: A critique. *World Development*, 25(6), 867-881. Recuperado de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0305750X97000120#>
- Herrera-Sáez-Benito, T. (2018). *Los chaebols: Función en el desarrollo coreano y problemática actual* [Trabajo de Grado, Universidad Pontificia Comillas] Repositorio Comillas. Recuperado de: <https://acortar.link/loschaebols>
- Kagermann, H., Anderl, R., Gausemeier, J., Schuh, G. y Wahlster, W. (2016). *Industria 4.0 in a global context. Strategies for cooperating with international partners*. Munich: Herbert Utz Verlag. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/315739153\\_Industria\\_4\\_0\\_in\\_a\\_Global\\_Context\\_Strategies\\_for\\_Cooperating\\_with\\_International\\_Partners\\_acatech\\_STUDY](https://www.researchgate.net/publication/315739153_Industria_4_0_in_a_Global_Context_Strategies_for_Cooperating_with_International_Partners_acatech_STUDY)
- Lin, S., y Salas Fumas, V. (2021) El análisis de la empresa familiar y su sistema de funcionamiento: El ejemplo de chaebol de Corea del Sur. Recuperado de: <https://zaguan.unizar.es/record/110171>
- Liry Onni. (2020, 24 de abril). Emocionante gesto para pagar la deuda al FMI así superó Corea del sur su peor crisis económica. [Video]. Youtube. <https://youtu.be/RKIQ-C9e6d38>
- Lozano, D. (2021). *Evolución de la industria del entretenimiento surcoreano y la ola coreana (Hallyu), en Colombia a través del Soft Power*. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10554/58530>.
- Maldonado, D. J. M. (2022) Iniciativas internacionales de fomento para la industria 4.0. [Universidad De La Salle Bajío A.C.]. Recuperado de: <http://tecnotrend.delasalle.edu.mx/uploads/a07n12/diana.pdf>
- Mastrapasqua, J. (2013). *Conglomerados Coreanos (재벌): El Estado Como Promotor Del Desarrollo Industrial* [Trabajo de investigación, Universidad Nacional de Cuyo] Biblioteca Digital UNCuyo. Recuperado de: [https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos\\_digitales/7061/16-mastrapasqua-tesisfce.pdf](https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/7061/16-mastrapasqua-tesisfce.pdf)
- SaKong, I., & Koh, Y. (2018). La economía coreana: Seis décadas de crecimiento y desarrollo. Recuperado de: [La economía coreana: seis décadas de crecimiento y desarrollo \(cepal.org\)](https://repositorio.cepal.org/publicaciones/1/S1800173es)
- Torre, E. (2019). El modelo Chaebol surcoreano caso Samsung Holdings. Recuperado de: <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/295579/retrieve>
- Torre-De Hernando, E. (2019). *El Modelo Chaebol surcoreano: Caso Samsung Holdings* [Trabajo de Grado, Universidad Pontificia

Comillas] Repositorio Comillas. Recuperado de: <https://acortar.link/modelochae-bol>







**R** **D** **O** **S** **MUNDO**