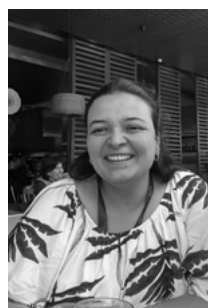




Las políticas culturales de Corea del Sur

y una invitación para reflexionar

22



Diana Consuelo Luque Villegas

Licenciada en Español y Filología Clásica de la Universidad Nacional de Colombia; magíster en Estudios Editoriales del ICC. Líder de los procesos editoriales de los proyectos estudiantiles del PGP-AAI-UNAL Bogotá.



Tal vez se pregunten ¿por qué Corea del Sur y no Colombia? Y la respuesta es sencilla, porque me encantaría que el realismo mágico, los ritmos, los sabores y todas las maravillas colombianas sean tan reconocidas como los *κ-drama*, el *κ-pop* y los demás *κ-content*. Lo sé, este no es un trabajo fácil ni de corto alcance, pero acá estamos, creando en pro de ese sueño.

Si bien me gustaría enfocarme exclusivamente en la relación entre ese objeto cultural denominado libro y la gobernanza contemporánea, tanto ahora como al desarrollar mi trabajo de maestría me di cuenta de que debía ir un poco más allá. Pues, aun cuando libro y gobierno parecen pertenecer a mundos paralelos, la realidad es que son muy cercanos. En los libros no se comparten textos e imágenes planas o aisladas, se comparten expresiones, emociones, puntos de vista, ideologías y demás elementos que dan sentido a una cultura.

Y no cualquier cultura, es la cultura de una sociedad mediada por políticas que le permiten ser, desarrollarse y proyectarse en diferentes escenarios. Por ende, a fin de darle sustancia a esta reflexión, compartiré algunos datos sobre las políticas públicas de Corea del Sur, cuya agenda, nacional e internacional, ha permitido que sus

contenidos culturales, incluidos los libros y *webtoons*, logren difusión y proyección internacional.

El proceso de desarrollo de las industrias culturales surcoreanas inició con la presidencia de Roh Tae-woo (1988-1993) y su visión de una nación enfocada en la economía del conocimiento, lo que no solo implicó que los productos culturales fueran valorados por su viabilidad comercial y económica, sino que también le permitió a la población un mayor acceso a la cultura y el inicio en la consolidación de políticas públicas del ámbito cultural.

Posteriormente, siguiendo la línea política de Roh y en la búsqueda de una solución a la crisis financiera que experimentaba Asia en el año 1997, el presidente Kim Young-sam (1993-1998) apoyó al Ministerio de Cultura para promover la cultura a nivel internacional. Para



ello, Roh y Kim abolieron leyes que prohibían el derecho de exclusividad para importar y exportar películas, mientras desarrollaban estrategias para invertir en las empresas musicales y capacitar a los integrantes de los grupos de *K-pop* que ya empezaban a ser reconocidos en algunos países asiáticos y en Estados Unidos.

Durante el mandato de Kim Dae-jung (1998-2003) se decretó la Basic Law for the Cultural Industry Promotion. Esta ley se convirtió en el marco de referencia para que las industrias culturales de Corea progresaran a través de tres estrategias principales: la capacitación de todas las personas involucradas en cada una de las industrias; la inyección de capital público y privado —en su mayoría de los *chaebols*—; y estrategias para la difusión y comercialización de los contenidos y productos culturales en los que el Estado y las compañías privadas trabajaran de forma coordinada para compartir un solo discurso.

Estas decisiones no solo permitieron la fundación del Korea Game Industry Development Institute (1999) y de la Animation Academy (2000), sino también el establecimiento de agencias e instituciones vitales para la internacionalización de productos y contenidos, como la Korea Culture and Contents Agency (KOCCA) (2001) y la Korean Foundation for International Cultural Exchange (Kofice) (2003), encargadas, entre otros, de promover, acompañar y hacer seguimiento a los contenidos culturales de exportación y sus empresas productoras.

Si bien la expansión de los contenidos culturales surcoreanos iba en aumento, igualmente lo hacían las formas no legítimas para acceder a ellos, por lo que la protección de los derechos de propiedad intelectual de la industria cultural era impajaritable. Por esto, en el año 2006, durante el mandato de Roh Moo-hyun (2003-2008), diferentes organizaciones surcoreanas trabajaron conjuntamente para formular estrategias que permitieran reducir las infracciones a la propiedad intelectual y mantener un mercado cultural estable.

Estas estrategias, a su vez, demostraron la necesidad de trabajar de forma sinérgica entre individuos, empresas, compañías y el Estado para salvaguardar sus derechos. Para 2009, la Korea Cultural Contents Promotion Agency, la Korea Broadcasting and Video Industry Promotion Agency, la Korea Game Industry Promotion Agency, el Cultural Contents Center y la Korea Software Promotion Agency se integraron a la KOCCA.

A 2010, el Ministry of Culture, Sports and Tourism (MCST) le propuso al presidente Lee Myung-bak (2008-2013) el First Basic Plan for Promoting the Cultural Contents Industry (2011-2013). Este plan de trabajo, que involucró otros diez ministerios, tenía como objetivos la apertura de nuevos mercados —como el latinoamericano— para la difusión de contenidos culturales, así como la creación y coordinación de planes de inversión que permitieran el desarrollo de nuevos contenidos culturales. Este último ob-

jetivo se consolidó, entre otros, en un fondo de inversión internacional —Global Korean Contents Fund— para que diversas industrias surcoreanas pudiesen generar sus contenidos.

Más adelante, con el apoyo de la presidenta Park Geun-hye (2013-2017), el MCST se concentró en el desarrollo del Hallyu 3.0 a través de un comité que busca la cooperación entre artistas coreanos y extranjeros, además del grupo de trabajo del Hallyu Content Planning Taskforce, para mediar la cooperación entre el gobierno y las empresas de las distintas industrias surcoreanas, no solo las creativas. El presidente Moon Jae-in (2017-2022), posteriormente, propuso el Policy Plan for Promoting the New Hallyu, por medio del cual la ola coreana (*K-wave*) se convierta en *K-content*, para que los productos asociados con *K-book*, *webtoon*, *K-food*, *K-beauty*, etc., hicieran parte de la difusión a nivel mundial.

Los últimos tres años se han establecido y fortalecido planes de promoción del ocio y la cultura, específicamente en librerías, bibliotecas y galerías, industrias culturales regionales, internacionales y tradicionales, junto con el fortalecimiento de las políticas de derecho de autor en múltiples formatos y un sistema de gobernanza público-privada en el que participan agentes del sector cultural y político para la toma de decisiones.

Con este recorrido no quiero decir que en Colombia estemos en cero, sino que ya tenemos un camino recorrido, además de que, a veces, nos es más fácil analizar las políticas de otras latitudes para comprender y transformar las nuestras. Actualmente, necesitamos políticas públicas en torno al sistema cultural que favorezcan la conexión, la sinergia y el apalancamiento entre los sectores culturales, sus industrias y sus agentes, ya que estas son vitales para que el sector cultural y sus productos, incluido el libro, en sus múltiples formas de creación y expresión sigan siendo patrimonio cultural de nuestra sociedad, mientras dejamos una huella de nuestra transformación.

