

## **LAS HUELLAS DEL TIGRE COREANO**

**Ricardo Sumalavia (\*)**

La primera vez que toda América Latina puso los ojos en Corea fue a finales de la década del ochenta, durante la celebración de los juegos olímpicos en Seúl. Antes de ese evento, de este remoto país oriental sólo se sabía que a inicios de los cincuenta había estallado una terrible guerra interna entre el norte y el sur. Y si nos importó saber algo de este conflicto fue porque la península asiática se había convertido en el tablero de ajedrez de las dos grandes potencias de entonces. La Unión Soviética patrocinó la incursión norcoreana hasta el extremo opuesto, propiciando, como era de esperarse, la rápida participación de las tropas norteamericanas en defensa de los mermados surcoreanos. La presencia de estos dos países fue más que previsible; lo que nadie se esperó fue la absurda presencia del Batallón Colombia. Aquellos soldados caribeños se habrán preguntado en muchas oportunidades, y especialmente en medio de los bombardeos, qué hacían allí. Quizá el beneficio más memorable que recibieron algunos, si acaso alcanzaron cupo, fue ver en persona a la diva Marilyn Monroe, en Corea, saludando y animando a los soldados de Estados Unidos.

Casi tres décadas después, en 1988, la Villa Olímpica en Seúl volvió a albergar a muchos deportistas latinoamericanos. Para los de Corea del Sur esta olimpiada supuso una apoteósica apertura de puertas ante el mundo para demostrar su meteórica recuperación y auge económico. Para los peruanos, Seúl 88 significó que su equipo de voley femenino, en un angustioso final, obtuviera la medalla de plata, y nada menos que bajo la dirección de un coreano que ya forma parte de nuestro imaginario popular, Man Bo Park. Visto a la distancia, tendríamos que decir que las preseas traídas por las jugadoras peruanas fueron en realidad la píldora dorada, plateada en este caso, para hacer más digerible la avalancha de productos coreanos que se han posesionado del mercado peruano en poco más de diez años.

La primera imagen que los peruanos nos hemos formado de los coreanos se da invariablemente a través de sus productos a precios asequibles. Qué familia de medianos recursos no ha reemplazado su viejo televisor Zenith por un Samsung, su lavadora Hoover Incasol por una LG o su setentero escarabajo

Volkswagen por un diminuto auto Tico. Pero para el comprador peruano adquirir un artículo coreano fue lo mismo que comprar uno japonés, sólo que más barato. Con el tiempo descubriría que la calidad no era la misma y que, por lo tanto, todo lo coreano estaba sujeto a sospecha. Pero esta invasión escandalosa ha sabido saltar todo tipo de obstáculos y se ha mantenido principalmente gracias a que los coreanos han abaratado más sus costos, aunque esto haya significado sacrificar la calidad de sus productos. Sin embargo el Perú, como muchos países de América Latina, muy pronto se acostumbró a no tener electrodomésticos eternos; pues Corea del Sur, como buen tigre de Asia, había conseguido que todos los peruanos tuvieran al menos un televisor o un radio a transistores coreanos. Ahora bien, es importante decir que este modelo de producción asiático no ha propiciado ningún remordimiento, ya que los coreanos tienen clara conciencia de que su tecnología apunta a la corta duración de lo fabricado. Esta intención es fácil de comprender si tenemos en cuenta que ellos, protagonistas de un consumismo propio de los nuevos ricos asiáticos, renuevan constantemente todos sus artículos. No es raro ver por las calles de Corea del Sur televisores, refrigeradoras y demás artefactos en perfecto estado, esperando que alguien menos afortunado se los lleve, pues de lo contrario el dueño tendría que pagar un impuesto para que el camión de la basura lo recoja. En el Perú, en cambio, no compramos sino adoptamos un artefacto electrodoméstico (si es que no lo hemos heredado antes de nuestros padres o abuelos), existiendo así una identificación plena, y sólo nos desprendemos de él cuando confirmamos que definitivamente es inservible, y aún así lo vendemos como chatarra. Otros, más imaginativos, adaptan estos artefactos convirtiéndolos en otros igual de útiles y rentables. Por ejemplo, el auto Tico en Corea del Sur es un modelo práctico y pensado para las amas de casa que transportan a sus hijos al colegio y hacen sus compras en el supermercado, o para estudiantes universitarios que deciden pasear a sus amigos. Tiempo de vida estimado: cinco años. Ellos jamás se imaginarían que este auto sería utilizado como un taxi, escurridizo y desafiante, que pone en peligro la vida de sus pasajeros a cada minuto, sólo siendo superado en riesgo por las afamadas combis de la muerte.

Por otro lado, cuando pretendemos aproximarnos a la imagen de los coreanos sin recurrir a sus productos, nos topamos con un estereotipo nada favorable para ellos. Por lo general, son vistos como estafadores, agresivos, xenófobos y siempre dados a las malas artes para obtener beneficios. Además, los coreanos residentes en el Perú no han hecho mucho por acabar con esta

imagen. Quizá el único que batalla sea el presidente de su asociación: Man Bo Park, cuya trayectoria sería intachable, si no quedara en nuestro recuerdo la polémica bofetada a una de las volebolistas peruanas. Tampoco se ha conseguido evitar que nos topemos con comerciantes coreanos, varios de ellos ilegales, en Gamarra, donde están en constante batalla con los comerciantes peruanos, que los acusan de propiciar una competencia desleal. Ni logrado borrar el aterrador reportaje de televisión que revelaba la presencia de barcos coreanos en la costa peruana, cuya tripulación agredía físicamente a los peruanos que trabajaban a bordo. Todo esto es fácil de creer cuando vemos en los noticieros que cientos de universitarios coreanos son capaces de pelear de igual a igual contra la policía, ya que el servicio militar es rigurosamente obligatorio y todos son entrenados en Tae Kwon Do. Así también hemos visto a monjes budistas coreanos dividirse en dos bandos, agarrarse a trompadas y tomar por asalto uno de sus templos más antiguos. Por supuesto, las generalizaciones nunca son justas. Si no recordemos la reputación de los peruanos en el extranjero, siempre vinculados al robo o al narcotráfico. Es conocida la existencia de bandas de asaltantes integradas por peruanos que se han afincado en España y demás países europeos o, siguiendo un modelo mucho más cosmopolita, bandas itinerantes que luego de esquilmar a familias españolas levantan carpa y continúan por Italia, Francia, etc., sin dar tiempo para mayores investigaciones de la policía, para después volver impunes a su siempre entrañable tierra peruana. Pero esto de la mala fama peruana no sólo es en Estados Unidos o Europa; alguna vez una cámara de circuito cerrado en un establecimiento coreano descubrió a un asaltante que resultó ser peruano, avergonzando a los pocos residentes peruanos en Corea.

Otro aspecto de los coreanos, no muy conocido fuera de sus fronteras, es su notable capacidad de organización. Superaron la miseria después de la guerra del cincuenta hasta alcanzar un apogeo económico en sólo un par de décadas. A mediados de 1997, cuando se inició la crisis asiática que repercutió en la economía de todo el mundo, los coreanos realizaron la sorprendente campaña de reunir oro para ser fundido y vendido en lingotes para de esa manera acrecentar las divisas del país. Este oro fue donado por todas las familias coreanas, desde barras que permanecían guardadas en las casas hasta los aros que los niños reciben al cumplir cien días de nacido. Este desprendimiento iba más allá de ser un acto simbólico, apuntaba a la búsqueda de una salida directa de la crisis. A los peruanos, los latinoamericanos, actos como éste nos parecen descabellados, inverosímiles, como

imaginarse a un caribeño admirando a la rubia Marilyn bajo un cielo coreano.

(\*) Profesor en el Centro de Estudios Orientales de la PUCP.