



Desde Baek-ku hasta AV: el Barrio Coreano de Buenos Aires, ¿exhibición pública de la cultura?

Fenzel, Huilen Muriel.
huilenfenzel@gmail.com

Escudero, Camila Belen.
camibelescudero@gmail.com

Tutora: Triana Sánchez Attanasio
CIDETUR -EEYN - UNSAM
tsanchezattanasio@unsam.edu.ar

Seminario de Investigación Aplicada al Turismo - EEEYN, UNSAM.

Docentes de cátedra: Ricardo Cortés, Roxana Hruby, Mercedes González Braco, Triana Sánchez Attanasio, Yazmín Abraham, Martín Rodríguez Buscia.

RESUMEN:

Daremos a conocer la reciente formación del barrio coreano como exhibición pública de la cultura, basando nuestra investigación en diversos autores, pero teniendo como columna vertebral a Mera, C. (1998; 2008; 2016) y a Lin, Y. (2020). Para llegar al objetivo de la investigación desglosamos los términos como barrio, narrativa, cultura, turismo, comunidad, entre otros. Indagaremos sobre la migración coreana y el desarrollo del barrio coreano, para poder comprender posteriormente las dos narrativas específicas elegidas: la del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y la de la comunidad; para encontrarnos con una separación del barrio: la zona de Baek-ku y AV (Flores y Floresta). Para ello respaldaremos nuestra hipótesis con entrevistas a la comunidad y trabajo de campo, encontrándonos con la similitud de la conformación del Barrio Chino de Belgrano con solo una zona del barrio que fue el AV, ambos conformados primero como una zona residencial y comercial para luego convertirse en una exhibición pública de la cultura.

PALABRAS CLAVE: BARRIO COREANO - TURISMO - NARRATIVAS - CULTURA.



ÍNDICE.

INTRODUCCIÓN	3
OBJETIVO GENERAL.....	4
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	4
BARRIO, NARRATIVA Y SIMBOLOGÍA COMO UNA CONSTRUCCIÓN TURÍSTICA.....	4
INMIGRACIÓN COREANA EN ARGENTINA	6
NARRATIVAS TURÍSTICAS CONSTRUIDAS SOBRE EL BARRIO COREANO	7
MANIFESTACIONES CULTURALES	9
APRECIACIONES FINALES.....	11
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:.....	13
ANEXO	14



INTRODUCCIÓN.

Hay diversos barrios donde se congrega la comunidad coreana, muchos de ellos llegan a ser turísticos, como son el caso de Koreatown en Los Ángeles, en Nueva York (Estados Unidos), en México, el de Londres (Inglaterra) y el de Buenos Aires (Argentina). En todos se encuentran las mismas particularidades como lo son las tiendas de artículos generales, la gastronomía y los lugares de ocio como discotecas y dorebangs (karaokes); en los más desarrollados turísticamente la comunidad enfatiza en la cultura, las actividades y los festivales.

Nos enfocaremos específicamente en el Barrio Coreano de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires ubicado en la zona de Flores y Floresta, denominadas "Baek-ku" y "AV". Poniendo en tensión las narrativas turísticas endógenas y exógenas ya construidas y reflexionando sobre cómo la cultura puede considerarse una estrategia de atracción turística.

Entonces, nuestro objetivo será comprender cómo el Barrio Coreano argentino se desarrolló a lo largo de estos años y la presente investigación analizará su potencial como exhibición pública de la cultura, definida por Lin como un proceso donde la imagen se convierte "al emplear e implementar símbolos tradicionales y mejorar la estética" en ese espacio (2020).

Finalmente, nos referiremos a las proposiciones teóricas de Tapia Barria, V. (2015), Moscoso, F. V. (2019), Sabugo, S. M. (2001), Falco, D. D. P. (2001) Lazar, A. (s/f), Arévalo, J. M. (2010), mientras que, para su historicidad tomamos lo propuesto por Mera, C. (1998; 2008; 2016).



OBJETIVO GENERAL.

Analizar el Barrio Coreano de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires como exhibición pública de la cultura a partir de la construcción de sus narrativas turísticas en la actualidad.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Indagar el desarrollo histórico del barrio.
- Observar las narrativas exógenas desarrolladas por el gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y las narrativas endógenas desarrolladas por la comunidad coreana.
- Identificar las manifestaciones culturales mantenidas en el tiempo presentes en este espacio.

BARRIO, NARRATIVA Y SIMBOLOGÍA COMO UNA CONSTRUCCIÓN TURÍSTICA.

En la Ciudad de Buenos Aires, se determina al “Barrio Coreano” a un sector de los barrios de Parque Chacabuco y Flores (comuna 7) donde convive la comunidad coreana. Éste se trata de un barrio no oficial delimitado en siete cuadras comprendidas por la Avenida Carabobo y sus inmediaciones, llamado 백구 (Baek-ku), que significa ciento nueve. Además, se incluye el nuevo barrio llamado 아베 (AV) por el diminutivo de Avenida Avellaneda, ubicado hacia el centro de Flores y extendiéndose algunas manzanas hasta otro barrio oficial, Floresta (comuna 10¹).

Antes de ahondar en el estudio del Barrio Coreano, es preciso definir qué se entiende como barrio. Tomando la definición propuesta por Tapia Barría (2015) podemos entender a un barrio como:

“(…) una unidad global en la que existen diversos tipos de organización social, también como una localización y, asimismo, un lugar en que la gente encuentra los medios para vivir. Es un lugar no sólo de actividad económica y de asociación humana, sino también un lugar en el que se centran los recuerdos, tanto individuales como de grupo. Es más, la comunidad tiene la cualidad de la duración, que representa una acumulación de experiencias de grupo que vienen del pasado y se extienden a través del tiempo, aunque los individuos vayan y vengán siempre”. (p.127).

Los barrios oficiales son aquellos reconocidos por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y, como expresa Mario Sabugo (2001), se conformaron alrededor de antiguas parroquias establecidas en el siglo XIX. A finales de dicho siglo surge una nueva generación de barrios que no son determinados por las parroquias sino que tienen distintos orígenes.

Entonces, a partir de estas nociones, para la presente investigación se analiza un barrio no oficial, que a efectos de este trabajo será entendido como una zona que pertenece formalmente a cualquiera de los barrios oficiales delimitados por las agencias gubernamentales de la ciudad, pero reciben otras

¹ La ciudad de Buenos Aires se divide en 15 comunas, es decir, “unidades descentralizadas de gestión política y administrativa que, en algunos casos, abarcan más de un barrio”. (Argentina, s/f).



denominaciones por parte de sus propios habitantes y poseen un reconocimiento por el resto de la población. Esto es lo que sucede en nuestro caso de estudio, cuyo nombre, ciento nueve (Baek-ku, por su pronunciación en coreano) refiere a la línea de colectivos que usaron los primeros inmigrantes para llegar a esa zona.

Por otra parte, los barrios pueden convertirse en destinos turísticos. Según Florencia Moscoso (2018), el turismo se inserta y desarrolla en un territorio atravesado por múltiples procesos sociales conformando lo que se conoce como destino turístico. Estos destinos, conllevan relaciones entre sujetos y actores, y todas ellas presentan el aspecto de intersubjetividad y comunicación como eje fundamental.

Además, el turismo conlleva las experiencias vividas por el turista y por todos los actores involucrados, de esta manera cada ser vive e historiza de manera diferente su experiencia en turismo. Ya que somos seres sociales experienciales, donde nuestra historia de vida orienta nuestras perspectivas e interpretaciones de la realidad vivida por nosotros y por otros semejantes. (Panosso, 2008, en Moscoso, 2018, p.231).

No obstante, el turista usualmente visita un destino con una idea preconcebida:

“El imaginario urbano está formado por muchas narrativas sobre la ciudad, por lo tanto, la ciudad es una fábula, no hay una sola ciudad ‘real’. Así, el turismo y sus narrativas intentarán perfilar una forma específica de legibilidad de lo urbano, a partir de sus diferencias y atractivos en relación a la mirada foránea.” [...] “Este proceso vivido por el turista está ligado a la memoria, al museo imaginario construido en torno a un determinado destino.” [...] “Esto ocurre porque la ciudad es redundante: se repite para fijar alguna imagen en la mente [...] la memoria es redundante: repite los símbolos para que la ciudad empiece a existir.” (Musse, 2008, y Gomes, 1994, en Falco, 2011, p. 8 y 9) (traducción propia)².

A partir de estos breves lineamientos teóricos, en este trabajo pensamos una narrativa turística como aquel imaginario colectivo que se forma sobre un “destino” o una “cultura”, que será utilizado como una herramienta para crear la promoción de los destinos, en este caso, el barrio como exhibición pública de la cultura. En este sentido, según Lin (2020), el enfoque de la estética y el simbolismo funciona para crear una imagen directa y simple con el objetivo de implantar un significado en la conciencia de un público externo, este proceso de conversión de una imagen es al que llama exhibición pública de la cultura. Por todo lo dicho anteriormente, analizaremos el barrio coreano en tanto exhibición pública de la cultura por las características específicas que lo identifican y que en él se manifiestan.

Y, para responder a nuestra hipótesis, el enfoque por el cual abordamos esta investigación es de carácter cualitativo. En primera instancia, se recolectó información a través de fuentes primarias tales como un relevamiento al barrio, es decir, nos dirigimos al barrio coreano (la parte de Beak-ku y AV) ubicado en Flores, realizando el recorrido turístico ofrecido por el gobierno de la ciudad respetando los puntos más relevantes. Asimismo, llevamos a cabo una observación participante en el Centro Cultural Coreano ubicado en Retiro. Allí pudimos acceder a la biblioteca del centro la cual nos ayudó a obtener material que contribuyó en el proceso de investigación, además de conversar con el personal de manera casual.

²Cita original: “O imaginário urbano é constituído das muitas narrativas sobre a cidade, portanto, a cidade é fábula, não existe uma única cidade ‘real’. Assim, o turismo e suas narrativas tratarão de traçar uma forma específica de legibilidade para o urbano, pautada nas suas diferenças e atrações em relação ao olhar estrangeiro.” [...] “Este processo vivido pelo turista está ligado à memória, ao museu imaginário construído acerca de certa destinação.” [...] “Isso ocorre porque a cidade é redundante: repete-se para fixar alguma imagem na mente [...] a memória é redundante: repete os símbolos para que a cidade comece a existir”.



Esta observación nos derivó a una entrevista con Jazmín que, a su vez, fue intermediaria para realizar otras entrevistas a personas del barrio³. Lo más destacable sobre Jazmín, nacida en Corea del Sur, es que estudió Antropología por lo que debido a ello tenía una mirada y pensamiento más amplio sobre cómo percibir el pensamiento de las personas y al barrio mismo. Por otra parte, Margarita, nació en Argentina, siendo la tercera generación en su familia, por lo que pudimos empaparnos sobre una mirada diferente que tenía en comparación a Jazmín. Finalmente, Pedro que es surcoreano, vino a vivir a Argentina hace poco tiempo.

Por último, utilizamos fuentes secundarias, como lectura de artículos e investigaciones académicas sobre los temas pertinentes que se podrán encontrar en la bibliografía al final de la investigación.

INMIGRACIÓN COREANA EN ARGENTINA.

Para indagar en la inmigración coreana en Argentina, nos basaremos en la investigación de Carolina Mera para poder contextualizar los motivos de la realización del barrio y cómo prosperó hasta la actualidad.

“La presencia de habitantes provenientes de la península de Corea en nuestro país data del año 1956. En el año 1962 se firma el acuerdo diplomático entre la República de Corea del Sur y la República Argentina; sin embargo, es a partir del año 1965 que comenzarán a llegar oficialmente inmigrantes de Corea con destino final Argentina.” (Mera, 1998, p. 39).

La comunidad coreana llegó a la Argentina para instalarse en las zonas rurales. Sin embargo, las condiciones naturales del lugar y la falta de infraestructura hicieron que estas personas fueran trasladándose hacia las ciudades más cercanas hasta finalmente confluir en la Ciudad de Buenos Aires, en el barrio que luego sería el centro de la vida social: “Baek-ku” (Mera, 2016).

Estos inmigrantes se asentaron en villas de emergencia y, a pesar de tener títulos y profesiones, la falta de comunicación y capital los obligó a buscar otras actividades económicas. Así fue como comenzaron con la producción textil, mejorando su calidad de vida y desplazándose hacia barrios con mejores condiciones de vida hasta terminar formando Baek-ku en Flores. (Mera, 2008).

Sin embargo, fue en la década de 1980 cuando llega un grupo más numeroso gracias al Acta de Procedimiento; en esta Argentina se comprometía a recibir a la diáspora coreana en calidad de inversores. Esta comunidad ya tenía lazos en el país, comenzaron a agruparse y establecieron instituciones étnicas, como iglesias y asociaciones, para seguir fomentando su cultura y educarse (Mera, 2016). Cabe destacar que una parte de esta oleada tenía como objetivo final Estados Unidos, siendo Argentina una escala en el proceso de migración, y mientras que algunos se fueron, otros decidieron quedarse (Mera, 1998).

Actualmente, la comunidad coreana creció de tal manera que permitió la creación de una extensión del barrio similar al tradicional en el cual se asientan los más jóvenes ya que se trata de un ámbito de gastronomía y diversión, al que llaman “AV”.

³ A fines de conservar el anonimato de los y las interlocutoras los nombres de los entrevistados utilizados son ficticios.

NARRATIVAS TURÍSTICAS CONSTRUIDAS SOBRE EL BARRIO COREANO.

El gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, desde la página “DisfrutemosBA” y “Turismo Buenos Aires” muestra actividades sobre arte y cultura donde se incluyen circuitos de Turismo en Barrios (tanto oficiales como no oficiales). Allí podemos observar dos recorridos autoguiados específicos para el Barrio Coreano denominados “Corea en la Ciudad”, donde se resaltan las costumbres y gastronomía de la colectividad.

La construcción del **Circuito 1** está comprendida a partir de la Avenida Castañares, a lo largo de Carabobo, hasta llegar a la Avenida Eva Perón. Es la zona en la que se radicaron los primeros inmigrantes coreanos en la provincia. Dentro del recorrido encontramos 16 puntos de interés los cuales pueden ser locales gastronómicos, templos, iglesias y boulevards.



Figure 1: Mapa del circuito 1 (DisfrutemosBA).

En una nota de divulgación que invita a visitar el barrio, Pablo Park, reconocido chef y vecino del barrio, expresa que con los años el Barrio Coreano “antiguo” se ha vuelto cada vez más peligroso y por este motivo las personas y empresas se están yendo al “nuevo” (Lazar, s/f).



Entonces, el **Circuito 2** se construye en la “nueva zona”. Cuenta con 39 puntos gastronómicos comprendidos sobre las calles Páez, Ruperto Godoy, Felipe Vallese, San Nicolás, Morón, Argerich y Aranguren. Esta es la zona donde se encuentran las generaciones más jóvenes. En él, además de coreanos, conviven una gran población de judíos ortodoxos, musulmanes e inmigrantes bolivianos y peruanos (Lazar, s/f), por lo que va a influir en el tipo de gastronomía que se comercializa.

Las personas pueden identificar dónde empieza el recorrido del Circuito 1 ya que en el piso se encuentra una placa identificativa que dice barrio coreano, además de dibujos de mapas de Argentina y Corea. Por otro lado, para identificar el comienzo del Circuito 2, el gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires usó de referencia un restaurante coreano ubicado entre Páez y Helguera.

Se aprecia en estos circuitos que el gobierno se centró en formar una promoción turística enfocándose en la historia y cultura que fue construyendo la comunidad coreana a lo largo de los años, otorgándoles un orden y sentido para su exposición. Duhamel y Doumenge en Lacarrieu (p.9, 2016) refleja esta idea explicando que hay una relación estrecha entre turismo y exotismo que tiene que ver con que el exotismo es un requisito indispensable para el turismo.

Sin embargo, cabe preguntarnos si la comunidad⁴ es consciente de esta construcción turística. Para contestar a esta pregunta nos basamos en las respuestas obtenidas en las entrevistas realizadas a personas referentes y residentes en la comunidad. Las mismas reflejaban que en su mayoría estaban al tanto de estas construcciones turísticas o evidenciaban personas paseando por el barrio, pero no les parece trascendental. Tal es el caso de Pedro, quién nos comentó “En mi caso vine desde Corea por elección a probar cómo es vivir en Argentina. No me interesa lo que ocurra con el turismo en el barrio” (Pedro, en comunicación personal, Mayo 2023).

⁴ Entendemos por comunidad a una unidad conformada por una organización social en una localización específica, donde la gente encuentra los medios para vivir, pero en la que también se genera una identidad y un sentido de pertenencia (Tapia Barría, 2015, p. 127).

Por otra parte, al preguntarle a Jazmín (en comunicación personal, Mayo 2023) nos comentó que el barrio se trataba de un lugar donde encontrarse con sus amigos, para hacer turismo visitan otros lugares como Palermo. Y luego, Margarita (en comunicación personal, Mayo 2023), otra entrevistada, nos cuenta que no le parece una buena idea que la zona de Baek-ku fuera algo turístico ya que está muy deteriorada y hay muchos problemas de seguridad tal que hasta los propios coreanos rechazan ir. Sin embargo, ambas coinciden que la zona de AV es un buen lugar para considerar actividades turísticas ya que ahí se encuentra la nueva generación (coreanos nacidos en Argentina) y por eso es un ambiente “mucho más abierto”.



Figure 3: Barrio Coreano de Bs. As. (Imagen propia).

MANIFESTACIONES CULTURALES.

Antes de hablar de las manifestaciones culturales, hay que tener en cuenta que la cultura según Arévalo (2010) puede interpretarse como todo aquello que el ser humano produce y que complementa a la naturaleza. En definitiva la cultura sería algo para lo que el ser humano está dotado y para lo que ciertamente el ser humano produce, genera y porta en su condición. No todos tienen la misma cultura, pero sí todos la tenemos. Ya en la década de los 90 García Canclini introdujo el término de culturas híbridas. Para el autor la hibridación implica "la quiebra y mezcla de las colecciones que organizaban los sistemas culturales, la desterritorialización de los procesos simbólicos y la expansión de los géneros impuros" (1997, p. 263). Noción que se ha transformado con los años, pero que nos es útil para poner en tensión la idea de las culturas como algo dado y estancado, idea que Grimson (2011) refuerza al establecer una contraposición a la idea “antigua” de cultura, diciendo que se han dado diferentes configuraciones culturales que abarcan el sentido común, los hábitos, las creencias y los rituales que nos permiten pensar a su vez en las desigualdades y la historia dentro de cada cultura entre las culturas.

Entonces, ¿cuáles son nuestras ideas preconcebidas sobre el imaginario cultural coreano? Cuando comenzamos el trabajo, nos encontramos con ideas en común sobre lo que es la cultura coreana, por ejemplo, creíamos que se trataba de una cultura “bastante cerrada”, que tenían jornadas laborales extensas y, por último, observábamos el boom de estos últimos años sobre series televisivas (k-dramas), la música (k-pop) y la gastronomía.



Ahora, luego de investigar y hacer las entrevistas, percibimos que la idea de “cultura cerrada” es una cuestión generacional. Es decir, entre las últimas generaciones, se marca una brecha entre los nacidos antes de los 90 y post 2000, donde los últimos tienden a ser más “abierto” ya que tienen influencias de amigos argentinos, de las series televisivas y la música. Mera explica que:

“Los jóvenes se argentinizan cada vez más sin perder su condición de coreanos y los padres se aferran a la cultura étnica, aceptando las nuevas formas que imponen los hijos.” “Se ve surgir una camada de jóvenes que podríamos llamar “biculturales”: mantienen el idioma y las prácticas culinarias de Corea, los comportamientos tradicionales al interior del hogar, se casan en mayor proporción con coreanos, pero al mismo tiempo adoptan el castellano, se manejan con soltura en ámbitos no comunitarios, incorporan comidas locales y mantienen amistad con personas no coreanas. Son jóvenes preparados para experiencias de convivencia intercultural.” (Mera, 2008).

Podemos ver esto manifestado en los “restaurantes clandestinos” en Baek-ku. Así como muchos locales gastronómicos venden comida para cualquier cliente, otros abren las puertas solo a la comunidad, pareciendo casas normales por fuera y, por dentro, manejándose como un restaurante tradicional. Lazar (s/f) escribe que, aunque poco a poco las cosas están cambiando, muchos restaurantes todavía no aceptan a clientes que no hablen coreano o vayan acompañados de coreanos, esto es una ejemplificación de lo que llamamos “cultura cerrada”, situación que no se manifiesta en los restaurantes administrados por las nuevas generaciones que sí reciben todo tipo de público, siendo así “más abiertos”.

Sin embargo, una manifestación cultural similar que encontramos entre la comunidad coreana y la sociedad argentina es la forma de ver la religión como una manera de insertarse y reunirse como seres sociales. Como mencionamos anteriormente, los barrios oficiales se formaron alrededor de iglesias y es interesante ver este punto en común con ellos: al asentarse lo primero que hicieron fue comenzar a construir sus iglesias que en su caso fueron de diversas religiones. Como dice Mera (2008), estas redes posibilitan el éxito de la reproducción de las pautas culturales propias y una beneficiosa inserción en el nuevo contexto. Además, esto es algo que se ve realizado en las diferentes comunidades coreanas de otros países, que a su vez, generó que se fomente el crecimiento económico y educativo grupal y cultural.

Jazmín nos cuenta que algunos residentes ven la comunidad coreana argentina como un caso especial en comparación a otras como la uruguaya o paraguaya y ella piensa que esto se debe a que el argentino es mucho más abierto y más unido y esa influencia llegó a la misma comunidad, sobre todo en los jóvenes: “mis amigos me contaron, las comunidades coreanas de Argentina son especiales, porque normalmente no se preocupan por los de afuera, pero ustedes chicos están realmente unidos entre sí. Así que esto es algo especial incluso en América Latina” (en comunicación personal, Mayo 2023) (traducción propia)⁵.

Por último, algunas de las manifestaciones que más impacto han tenido en aquellas personas interesadas en la cultura son la gastronomía coreana y los dorebang (más conocidos como karaokes). El barrio coreano se está haciendo cada vez más reconocido justamente por la búsqueda de nuevos sabores e

⁵ Cita original: “My friends also told me oh, argentine korean communities are special, because normally they do not care about each other but you guys are really bonded together. So this is a special thing even in Latin America”.



ingredientes, es así como la comunidad encuentra estos espacios como herramientas en las que también pueden transmitir su cultura e historia. Como venimos hablando, el AV es el más abierto a desarrollar esta propuesta, además de que ya se encuentran varios restaurantes coreanos incluso fuera del mismo barrio.

En este sentido, la estrategia que se puede implementar en el AV para formar al barrio como un territorio turístico viene de la mano con la cultura, como dice Lacarrieu, “esa construcción diferenciada es un asunto cultural antes que turístico” (p.2, 2016).

APRECIACIONES FINALES.

Después de esta investigación podemos afirmar que el barrio puede ser considerado una exhibición pública de la cultura ya que hay dos circuitos bien diferenciados en donde la comunidad poco a poco va participando, por ejemplo, pintando un mural en el barrio AV sobre un grupo musical de k-pop que ahora está dentro del circuito. Es así como los jóvenes expresan sus gustos y cultura musical y eso atrae a aquellas personas fuera de la comunidad que tiene los mismos gustos o inclusive aprenden de ello con solo pasar por allí.

Entonces podemos observar cómo ellos mismos comienzan a elegir poco a poco qué es lo que quieren mostrar de su cultura y cuál es la imagen o el producto que quieren exhibir. Reforzando así el imaginario actual que se está desarrollando sobre la comunidad coreana.

Paralelamente, otro ejemplo donde se expone la cultura de manera parecida fue al hacer la observación participante en el Centro Cultural Coreano, donde tienen tres salas pequeñas exponiendo su historia con vestimenta, objetos, casas tradicionales, videos, pinturas y música (k-pop).

Pero ¿serán sostenibles estos circuitos en el tiempo? Consideramos que lo primordial al fomentar el turismo en un barrio es que la comunidad esté conforme con ello y se trabaje en conjunto, no obstante, no ocurre en ambos circuitos. En Beak-ku se trata solo de un barrio más que a las personas le llama la atención solo por ser habitado por coreanos, en contraposición, el AV es un sitio con una impronta comercial que comienza a convivir con la idea del turismo.

Es por eso que en la zona de Baek-ku, por el momento, pareciera ser algo apresurado crear una construcción turística ya que ahí están asentados las primeras generaciones de coreanos y tienen una pre concepción negativa del argentino ligada a que, como explica Mera (2008), en los comienzos de la inmigración aparece en el discurso local argentino un fuerte sentimiento de rechazo hacia esta colectividad, instalándose en los medios de comunicación discursos fuertemente discriminadores que los asocia a atributos negativos como “explotadores”, “invasores”, “cerrados”, entre otros. A raíz de ello, también se arraiga más el sentido de protección de su cultura, por lo que suelen ser más apegados a las viejas costumbres adquiridas en Corea del Sur.

Por otro lado, podemos afirmar que en AV se está más predispuesto a que ocurra ya que ya se trata de una zona comercial y no tan residencial.

Esto nos lleva a pensar en los inicios del Barrio Chino en Belgrano, donde la construcción de este barrio se hizo con motivos comerciales, como explica Baisotti, P.; Yan, E., (2017) “China y Argentina establecieron un convenio comercial en 1977, por el que realizaron acuerdos de exención recíproca de impuestos a las empresas de transporte marítimo y al registro de marcas comerciales” (en Lin, 2020, p.



8). Es así como en la década de 1980 el barrio comenzó a poblarse de taiwaneses que tenían capitales y conexiones con amigos y familiares, en consecuencia, los primeros comercios fueron los supermercados “chinos” y los lavaderos que se establecieron a manos de este grupo (Denardi, L., 2015, en Lin, 2020, p. 6). Estos lazos comerciales se desarrollaron más en las décadas que le siguieron. Luego, poco a poco, se fue impulsando la exhibición pública de la cultura hasta crear el barrio turístico que es hoy.

“En este sentido, el Barrio Chino desempeña un papel no solo cultural, sino también comercial. Las tiendas, los mercados y los restaurantes en conjunto contribuyen a la productividad económica del espacio, y la cultura que los une se convierte en el capital que respalda todas las actividades comerciales” (Lin, 2020, p. 20).

Asimismo, el barrio coreano en Argentina tiene características específicas que no se encuentran en otros barrios coreanos de otros países, por lo tanto, el AV puede enriquecerse de este diferencial para atraer turismo.

Por último, el trabajo de investigación nos llevó a reflexionar sobre los cruces e hibridaciones culturales, esto se puede ver en algo tan sencillo como la gastronomía, donde actualmente las familias coreanas ya arraigadas en Buenos Aires mezclan un plato tradicional argentino, el asado, con otro tradicional coreano, el kimchi. Es así como se puede ver que una cultura va cambiando y se va adaptando a los contextos sociales en los que se encuentre, viéndose reflejada la interacción y vinculación entre ambas culturas. Por eso, no todos los barrios coreanos en el mundo presentarán las mismas características ni relaciones sociales.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

Tapia Barría, V. (2015). *¿De qué hablamos cuando hablamos de barrio? Trayectoria del concepto de barrio y apuntes para su problematización.* <https://doi.org/10.25074/rantros.v2i3.835>

Moscoso, F. V. (2019). *Reflexiones en torno a la construcción social del conocimiento: un acercamiento crítico epistemológico.* <https://doi.org/10.18472/cvt.18n3.2018.1366>

Sabugo, M. (2001). *El barrio, al fin de cuentas: definiciones y problemas en torno a la idea de barrio.* <http://www.iaa.fadu.uba.ar/publicaciones/critica/0122.pdf>

Falco, D. D. P. (2011). *Narrativas turísticas. Imaginário e mídia na experiência urbana do turismo.* <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=473549022004>

Lazar, A. (s/f). *Recorremos el Barrio Coreano. Descubrimos los sabores del Barrio Coreano de la mano del chef Pablo Park.* Google Arts & Culture. <https://artsandculture.google.com/story/FgXx2fcWurZi3w>

Corea en la Ciudad. (s/f). DisfrutemosBA. <https://disfrutemosba.buenosaires.gob.ar/actividades/corea-en-la-ciudad>

Barrio Coreano / Circuito 1. (s/f). Turismo Buenos Aires. <https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/turismo-en-barrios/barrio-coreano-circuito-1>

Barrio Coreano / Circuito 2. (s/f). Turismo Buenos Aires. <https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/turismo-en-barrios/barrio-coreano-circuito-2>

Mera, C. (1998). *La inmigración coreana en Buenos Aires. Multiculturalismo en el espacio urbano.* Eudeba. Buenos Aires.

Mera, C. (2008). *La comunidad coreana de Buenos Aires. Una experiencia de convivencia intercultural.* <https://www.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/11.-La-comunidad-coreana-de-Buenos-Aires.-Una-experiencia-de-convivencia-intercultural.pdf>

Mera, C. (2016). *Migración coreana y china en Argentina 1960 - 2000.* <http://hdl.handle.net/11336/115092>

Lin, Y. (2020). *La construcción del imaginario de una ciudad multicultural: el Barrio Chino de Buenos Aires como exhibición pública de la cultura.* https://digitalcollections.sit.edu/isp_collection/3298/

Chaluleu, M. 08/03/2023. *Seúl en Buenos Aires. El barrio coreano: entre la tradición y el K-pop, qué se puede encontrar.* La Nación. <https://www.lanacion.com.ar/sabado/seul-en-buenos-aires-el-barrio-coreano-entre-la-tradicion-y-el-k-pop-que-se-puede-encontrar-nid08052023/>

Arévalo, J. M. (2010). *El patrimonio como representación colectiva: la intangibilidad de los bienes culturales.* http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-80902012000200001

Grimson, A. (2011). *Los límites de la cultura.* Siglo XXI editores. Buenos Aires.



García Canclini, N. (1997). *Culturas híbridas y estrategias comunicacionales. Estudio sobre las culturas contemporáneas*. Redalyc. México.

Lacarrière, M. (2016). *La alteridad y el exotismo en clave patrimonial turística. Aportaciones de la antropología*. Quaderns. Buenos Aires.

ANEXO.

ENTREVISTA ETNOGRÁFICA:

La primera entrevista se realizó en el marco de una visita al Centro Cultural Coreano, donde Jazmín es de nacionalidad coreana y visita el barrio regularmente. De ahí en más, ella fue el nexo con otros entrevistados de nacionalidad coreana o nacidos aquí en Argentina.

Las preguntas que buscamos responder, realizándolas de forma indirecta, fueron:

- Cómo llegaron a Buenos Aires o si nacieron aquí. Qué concepción tienen sobre el barrio coreano.
- Qué piensan del barrio coreano actual (tanto el viejo como el nuevo).
- Qué actividades realizan cuando visitan el barrio (ocio, entretenimiento, diarias, etc).
- Si tienen idea de la existencia de los circuitos turísticos de la zona creados por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Qué piensan ellos sobre el turismo en el barrio a partir de eso.

OBSERVACIÓN PARTICIPANTE:

CENTRO CULTURAL COREANO.

Ubicación: Maipú 972, Retiro.

- Primera visita:
Fecha de visita: martes 18 de abril de 2023.
Motivo de la visita: recopilación de información sobre la comunidad coreana, entrevista.
- Segunda visita:
Fecha de la visita: miércoles 17 de abril de 2023.
Motivo de la visita: retirar libro sobre la inmigración coreana en Argentina y hablar con entrevistados.

TRABAJO DE CAMPO:

BARRIO COREANO (BEAK-KU Y AV)

Ubicación: Flores.

Fecha de la visita: lunes 29 de mayo de 2023.

Motivo de la visita: observar las narrativas turísticas construidas por la comunidad como las del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.