

**DEL HALLYU A LA GASTRODIPLOMACIA: ESTUDIO COMPARADO DE LA DIPLOMACIA  
CULTURAL DE COREA DEL SUR Y TAILANDIA (2011-2016) EN CHILE**

Izaguirre Gallardo Federico

[federico.izaguirre@usach.cl](mailto:federico.izaguirre@usach.cl) ;

Facultad de Humanidades

Universidad de Santiago de Chile

---

## Resumen

A partir del ascenso de Asia como nuevo centro geoeconómico global, desde la ciencia política, y dentro de ella, en las relaciones internacionales como disciplina ha proliferado un interés sustantivo de revisar cómo se desenvuelven estos Estados con Latinoamérica. Estas investigaciones han sido concentradas en torno a variables económicas, destacándose a Chile por su proliferación de tratados de libre comercio; en desmedro de otro tipo de investigaciones como las de política cultural. Ante este panorama, esta investigación buscará responder ¿Cómo se implementa la diplomacia cultural de Corea del Sur y Tailandia en Chile? Y si ¿Existe una relación entre la diplomacia cultural y el turismo emisor de Chile como indicador de la marca país? Para lo mismo, se realizará un estudio comparado sincrónico de la diplomacia cultural de estos países entre 2011 y 2016 en Chile, con el fin de verificar la hipótesis de que: en primer lugar, Corea del Sur presenta una diplomacia cultural agencializada mientras que su contraparte tailandesa se destaca por una de carácter centralizada, teniendo como principal consecuencia de estas estrategias, un aumento sustancial en el turismo chileno emitido en ese período hacia estos dos países.

**Palabras clave:** Diplomacia cultural; Estudios Internacionales; Corea del Sur; Tailandia; Marca País

## Introducción

El siglo XXI ha mostrado un reordenamiento de la estructura de poder del sistema internacional, tensionándolo a

través de un progresivo ascenso del Asia Pacífico como región (Jacques, 2009; Hundley, Kenzer, & Peterson, 2013; McDougall, 2016). Frente a esto, Chile ha sido uno de los países latinoamericanos

que más lazos, en términos políticos y económicos, ha generado y consolidado con los Estados de la ribera oriental de este océano (Artaza, 2007; Fermandois, 2011; van Klaveren, 2011; Dingemans, 2014). Principalmente esto se materializa en una estrategia comercial orientada a la proliferación de tratados de libre comercio (Rodríguez Aranda, 2014; Wehner, 2011), una sólida relación comercial con China, Corea del Sur y Japón, una política multilateral reconocida (Wihelmy, 2010) y una diplomacia política activa en la región (Prieto Corredor & Ladino, 2014).

Dentro de este panorama, se ha generado una tendencia hacia la proliferación de estudios con respecto al Asia Pacífico en Chile, enfocados en las dinámicas comerciales y la participación chilena en instancias multilaterales (Sanhueza & Soto, 2009; Rodríguez Aranda, 2014). Ante esto, el área cultural de las relaciones entre este país y Asia Pacífico se encuentra en un estado incipiente aún (Prieto Corredor & Ladino, 2014).

Por tanto, este estudio intentará abarcar esta problemática a partir de la utilización de dos ejes de análisis: por un lado, la **diplomacia cultural**, que será definida como “el empleo de la dimensión cultural por un Estado como un elemento de su política exterior en un proceso de representación de su dimensión cultural a través de tres pilares principales: el arte, el lenguaje y la academia” (Borges, 2016;

31). Estas estrategias se relacionarán con la **marca país**, para lo cual utilizaremos un indicador (**turismo**) de uno de principales índices de medición de la materia, el *National Brand Index*.

Para llevar a cabo esta tarea, se investigarán las diplomacias culturales de Corea del Sur y Tailandia en Chile entre los años 2011 y 2017, con el fin de analizar las implicancias de esta dentro de la imagen país en Chile de estos Estados. Esto tendrá por horizonte responder dos preguntas: **1. ¿Cómo se implementa la diplomacia cultural de Corea del Sur y Tailandia en Chile desde 2011 a 2016?** **2. ¿Existe una relación entre la diplomacia cultural y el turismo como indicador de la marca país en el mismo período?**

Ante estas interrogantes, de manera preliminar, se afirmará que la implementación de la diplomacia cultural de los países señalados en Chile se caracteriza por tener un modelo agencializado en el caso sur coreano y otro de carácter centralizado en el modelo tailandés. En términos de la relación que estas políticas tienen con los indicadores de medición de la marca país, se sostendrá que las áreas donde se visibiliza un impacto mayor consiste en el turismo, esperando un incremento sostenido durante el período seleccionado, en paralelo también a un aumento de otros indicadores de su marca

país en los que la diplomacia cultural no posee una influencia tan fuerte como son las exportaciones o las inversiones extranjeras directas.

## Objetivos

Objetivo General:

**Analizar** la relación entre la diplomacia cultural de Corea del Sur y Tailandia y los indicadores de medición de su marca país en Chile durante los períodos señalados.

Objetivos Específicos:

**Caracterizar** la diplomacia cultural presentados por Corea del Sur y Tailandia en Chile durante el período 2011-2017;

**Evaluar** el impacto de la diplomacia cultural en los indicadores de medición de la marca país del modelo de Anholt seleccionados;

**Comparar** la relación entre la diplomacia cultural de Corea del Sur y Tailandia y los indicadores de medición de la marca país seleccionados.

## Materiales y Métodos

La metodología a utilizar se basará en una comparación de pocos países con características similares. A partir del mismo, se intentará medir el impacto de la variable independiente (la diplomacia cultural de Corea del Sur y Tailandia en Chile) en un componente específico de la marca país (el turismo). Con el fin de

operacionalizar estas variables, en primer lugar, se repasarán las teorías tanto de la diplomacia cultural como de la marca país con el fin de relacionar estos conceptos teóricamente. Luego, a partir de datos oficiales, se sistematizarán las acciones de diplomacia cultural ejecutadas en Chile (variable independiente) para analizar su impacto en los datos secundarios recolectados de fuentes oficiales de los componentes de la marca país. En este estudio en particular, se tomará una variable específica de los modelos de medición de la marca país: el turismo (variable dependiente), a partir de los datos provenientes de la Organización Mundial de Turismo.

Los casos seleccionados para el siguiente estudio se basan tanto de distintas características compartidas entre Corea del Sur y Tailandia en su diplomacia cultural como también similares dentro relaciones con Chile. Para empezar, se selecciona Chile como el país objeto de la diplomacia cultural ejecutada por los países asiáticos debido a la distancia cultural que poseen entre sí, además de la accesibilidad de datos tanto de la diplomacia cultural de Corea del Sur y Tailandia, como de los datos secundarios bajo los cuales se conforman los indicadores de la marca país. Por último, a pesar la distancia cultural, esta selección se apoya en el papel de Chile dentro del continente latinoamericano como país puente frente a Asia Pacífico, en torno a la

proliferación de acuerdos comerciales, acuerdos políticos e internacionales en instancias multilaterales y pragmatismo ideológico dentro de sus relaciones con el resto del mundo.

En términos de los casos específicos, su elección se sustenta en que son países lejanos geográficos, culturales e idiomáticamente de Chile, por lo que las políticas de diplomacia cultural, entendidas como medidas para aumentar el entendimiento mutuo, adquieren mayor relevancia dentro de las relaciones entre estos países.

En su relación con Chile, los dos países tienen una larga data de acuerdos bilaterales en temas comerciales (TLC) y en el área de la cooperación académico-cultural. En este ámbito específico, los dos países son reconocidos por elaborar estrategias internacionales de diplomacia cultural: Tanto Corea del Sur con el *Hallyu* y Tailandia con la gastrodiplomacia, han establecidos nuevos paradigmas en como sentar estrategias globales de promoción nacional en el siglo XXI.

A partir de este trabajo, se busca generar inferencias descriptivas y explicativas (Hernandez Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010) que nos permitiría entender como estos países estructuran sus estrategias de diplomacia cultural, medir el impacto de esta en los respectivos casos y analizar si existe una relación positiva entre la existencia de una

diplomacia cultural extendida y un aumento de las tasas de turismo receptivo.

El período de tiempo que abarcará este estudio corresponderá del 2011 al 2016. Este debido a tres motivos: El primer, corresponde a que la segunda década del siglo XXI nos muestra una profundización del rol de Chile como país puente en Asia Pacífico, con una incipiente pero insuficiente aún tendencia a temas más allá de lo comercial. En segundo lugar, debido a que las diplomacias culturales de los países seleccionados se basan en estrategias internacional definidas que simplemente se extienden y adaptan a otros contextos. Esto lo podemos reflejar en torno al fenómeno del *Hallyu* y la industria cultural surcoreana (primero pensada para China y Japón y luego expandiéndose a otras regiones como Europa, Norteamérica o Latinoamérica en este caso) y en las distintas estrategias de Gastrodiplomacia como *Global Thai* (2002) o *Thai World Kitchen* (2008), que, si bien inician la década anterior, podemos ver una expansión efectiva hacia Chile (y Latinoamérica) recién en la década de los 10'.

## Resultados y Discusión

A partir de la recolección y análisis de los datos expuestos en la sección anterior, se comprueba la primera hipótesis en torno a las características de las diplomacias



culturales ejercidas de parte de Corea del Sur y Tailandia.

En el caso surcoreano, la estrategia de diplomacia cultural se presenta de carácter agencializada. Si bien desde el año 2005 cuenta con un agregado cultural dentro de su cuerpo diplomático, podemos identificar el rol que tienen otras instituciones de financiamiento, patrocinio o auspicio tanto estatales como la Korean Foundation, centros de estudios como el Rey Sejong o privados como la casa de comercio Chile Corea. En términos del tipo de actividades específicas que presentan, se les da mucha importancia a dos ejes particulares: la exposición de muestras artísticas (sobre todo cine y música) y el fomento de actividades y oportunidades académicas, con un énfasis puesto en la expansión de centros de estudios y/o idiomas.

Además de esto, podemos identificar que esta estrategia de generar espacios de estudio de Corea en Chile, también funciona de plataforma para impulsar otro tipo de actividades de diplomacia, de manera descentralizada. Estos se conforman con un nuevo ente de cooperación para ciertas actividades de promoción de Corea, principalmente académicas como seminarios, publicaciones, grupos de investigación, etc. como también muestras artísticas, principalmente a través de ciclos de cine, pero también presentaciones musicales.

En este último, se destaca de manera más clara el fenómeno expresado como la industria cultural coreana (Pramadya & Oktaviani, 2016). Este fenómeno, que es mucho más amplio que la música, responde a una lógica de producción de teleseries, músicos, bailarines y películas, orientada para la exportación. Esta era originalmente orientada a los mercados chinos y japoneses en sus primeras fases, pero que en la actualidad se ha expandido hasta alcanzar Sudamérica. Dentro de Chile, se puede señalar la música como un fenómeno más tangible a nivel investigativos. Si bien podemos suponer que ha existido una expansión en el consumo de telenovelas, potenciado por los acuerdos entre la KBS y TVN que respondió con la transmisión de *Doramas* (telenovelas) en el año 2006, no podemos afirmarlo debido a la incapacidad de medir el consumo de series de televisión a partir del surgimiento de plataformas virtuales de reproducción de estos contenidos, tanto formales como NETFLIX como aquellas no formales (piratas).

Otro ámbito importante del ámbito educacional refiere a la diversificación de convenios y asociaciones entre Universidades Nacionales y coreanas. Desde la década de los 2000 en adelante, se han establecido convenios tanto de cooperación académica en términos investigativos como de intercambio académico, extendiéndose los acuerdos planteados por la Universidad de Seúl y la

Universidad de Corea. Además de esto, en lo referido a acuerdos con CONICYT, Corea del Sur presenta una amplia gama de memorándums de entendimiento entre este organismo y entidades educativas estatales surcoreanas.

**Cuadro 5. Acuerdos de Cooperación Académica entre Instituciones educativas chilenas y surcoreanas posterior a 2011.**

Institución Educativa Chilena	Institución Educativa Coreana
Pontificia Universidad Católica	Universidad de Corea Universidad de Hanyang(2012)
Universidad de Concepción	Universidad de Ulsán Pukyong National University(2012)
DUOC-UC.	Instituto Coreano de Promoción del Diseño Universidad Yeungnam JEJU National University(2017)
Universidad de Chile	KONKUK(2016) Universidad de Seúl (2011) Universidad de Hanyang(2011)
Universidad Central	Korean Foundation Kyung Hee University Graduate School of Pan-Pacific International Studies and College of International Studies Universidad de Seúl(2017)
Universidad de los Andes	Universidad de Corea(2014)
Universidad Alberto Hurtado	Sogang University
Universidad del Desarrollo	Universidad Hallym Universidad Konkuk Universidad de Corea Universidad de Seúl
UNIACC	Universidad Youngsan
Universidad Santo Tomas	Universidad PAICHAJ Universidad Sogang
CONICYT	Memorando de Entendimiento entre la Fundación Nacional de Investigación de Corea y la Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica de Chile-(Convenio CONICYT-NRF 2013).  Memorándum Internacional de Colaboración entre CONICYT y la Universidad de Hanyang (Convenio Conicyt-Hanyang 2011)

	Memorándum de Entendimiento sobre Becas y Desarrollo de Recursos Humanos entre el Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la República de Corea y el Ministerio de Educación de la República de Chile, La Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica (Convenio Chile-República de Corea)
Instituto Antártico Chileno	Instituto de Investigación Polar de Corea 2016

Elaboración propia en base a información de las páginas web de las instituciones mencionadas

En torno a la estrategia de diplomacia cultural de Tailandia, podemos observar que es mucho más insipiente que la coreana en distintos ejes.

El tardío establecimiento de la representación asiática en Santiago, en comparación con la coreana, se puede entender en torno a un entramado menos complejo de normativa bilateral, siendo el acuerdo cultural fiel reflejo de este hecho. Así como Corea del Sur en el año 1984, Tailandia en el 2005 firmó el primer acuerdo de cooperación y entendimiento cultural con Chile. Este sería el inicio para emprender una lenta, pero efectiva, campaña de promoción a través de la cultura. En torno a esto se destacan tres ejes principales bajo los cuales Tailandia se efectúa promoción en Chile de manera oficial: La gastronomía, las artes marciales y el budismo.

El primero se destaca por la reconocida política de la Diplomacia Culinario o Gastrodiplomacia; estas campañas de promoción de la cocina tradicional

nacional, ha sido un fenómeno que en el siglo XXI destaca a este país, entre otros como Perú o Italia. En segundo lugar, la popularización de las competencias de Muay Thai, teniendo como epicentro Tailandia dentro de este deporte particular. Por último, podemos ver como se transversaliza las costumbres y actividades características del budismo diferentes servicios ofrecidos tales como la práctica del yoga, masajes y otras actividades relacionadas.

En el año 2011, se marca un punto de inflexión dentro de su estrategia cultural con la asunción de la agregada cultural Nilobol Pimdee. A partir de esto, podemos identificar como se clarifica y ajusta la estrategia cultural tailandesa al caso específico chileno con respecto a los años anteriores que se vislumbra poca planificación y coherencia entre las actividades realizados. Este cambio podemos entenderlo en torno a la identificación desde Tailandia de Chile como un país puente para la inserción tailandesa en Latinoamérica. Si bien, esto también puede aplicarse a México y Perú, su especialidad en Gastrodiplomacia hace que estos países no sean un nicho tan provechoso como el chileno.

De por sí, los países de ASEAN, no tienen una relación tan profunda con Chile, siendo Tailandia uno de los Estados más destacados de esta región. Sin embargo, a partir de este cambio dentro de la

Embajada real de Tailandia, podemos identificar como se ejecutan los tres puntos clave de la diplomacia cultural tailandesa, la gastronomía, las artes marciales y los servicios relacionados con el budismo.

Podemos observar, a diferenciación del caso surcoreano, especializado en productos culturales de consumo masivo y alianzas académicas, en cambio en el caso tailandés podemos ver una orientación hacia el área de los servicios y las presentaciones públicas. Esto lo podemos explicar en torno al tipo de diplomacia cultural que ejecutan los países, debido a que el modelo descentralizado coreano, les permite una exportación de elementos culturales específicos como la música y las telenovelas y de generación de alianzas en términos educativos. La modernización coreana de finales de siglo XX, permitió que, a principios de la nueva centuria, los productos culturales se hayan establecido en una lógica de producción industrial. En cambio, en términos de Tailandia, al no existir una industria cultural de masas, ni tampoco un énfasis específico en fomentar las relaciones académicas, las actividades se orientan a poder expresar y promocionar conocimientos y presentaciones específicas, producto de su cultura antigua. Ante esto, se vuelve mucho más necesaria la participación de personas especializadas en Tailandia,

tanto en su cocina, prácticas deportivas o religiosas.

En torno al segundo interrogante, si bien se encuentra un paralelo entre el crecimiento de las actividades de diplomacia cultural de los países seleccionados en Chile y el número de turistas chilenos que visitó estos países, a partir de la revisión de la evidencia se puede afirmar que no existe una relación explicativa en torno a estas dos variables. Esto debido que, a partir de la revisión de la información, se encontraron muchos factores exógenos a estos procesos que también tienen influencia dentro del aumento de la variable dependiente (turismo emisor). Los aumentos tanto de los turistas emitidos por Chile a nivel global y nivel regional (Asia Pacífico), los aumentos de turistas recibidos. Además de esto, las cifras relativas a la diplomacia cultural de estos países, si bien han aumentado considerablemente, aún se presentan como escasas, debido a que no superan las 30 actividades anuales.

Esto genera que aún sea muy incipiente el público objetivo que asiste a estas actividades debido a la poca generación de actividades. Sumado esto al centralismo característico chileno, esto genera que la gran mayoría de las actividades se acumulen en Santiago en desmedro de las regiones. Empero de lo anterior, es menester destacar como durante los últimos años, a partir de la

acción en universidades, Corea del Sur ha establecido acciones de diplomacia cultural en distintas regiones tanto del norte como Antofagasta y el sur como Los Lagos o Los Ríos.

A partir de esta evidencia empírica, podemos identificar distintos elementos teóricos relacionados con la diplomacia cultural, tanto en sus objetivos como en el tipo de funcionamiento que poseen. En base a esto, la muestra nos evidencia los dos tipos presentados por la literatura. En primer lugar, la diplomacia cultural clásica, conocida como centralizada, a partir de las labores de las embajadas o representaciones oficiales en el extranjero, reflejada en el caso de Tailandia en Chile. En segundo lugar, el estilo europeo o agencializado, coincidente con la estrategia surcoreana, de tener diferentes órganos o actores estatales que se interrelacionan y cooperan en el extranjero para promocionar la cultura o el idioma nacional.

## Conclusiones

Como conclusión se puede afirmar que tanto Corea del sur como Tailandia, presentan estrategias de diplomacia cultural en torno a la promoción de su imagen país consolidadas en torno a los objetivos que estos presentan. Por un lado, se destaca que Corea del Sur enfoca sus políticas en torno a una estrategia agencializada y con un foco académico y



artístico, apuntando en los dos casos a un público juvenil, sector sin grandes recursos económicos para realizar este tipo de viajes. Por tanto, esto ha generado una red de actividades anuales, organizaciones estables de difusión académica y empresas privadas tanto dentro del rubro artístico como de otras áreas productivas, en especial, la automovilística y la tecnología digital/telecomunicaciones.

Por otra parte, Tailandia presenta una estrategia altamente centralizada en su embajada, tanto por su falta de relacionamiento con espacios culturales/académicos como por la ausencia de grandes consorcios comerciales internacionales como los Chaebols coreanos.

Además de estos antecedentes, a partir de la revisión teórica realizada y la comprobación empírica, no vemos una influencia mayor de la diplomacia cultural dentro del turismo, como un indicador secundario de la marca país de estos Estados en Chile.

Como producto de esta investigación se destaca la identificación de estrategias de promoción de la marca país que para un país como Chile, que se encuentra en un estado primigenio de estas áreas de políticas a pesar de la creación de diferentes instituciones para abordar ese tópico. A pesar de esto, se destacan la potencial que presenta el vino como

producto gastronómico de alta valoración dentro del mercado internacional, que además tiene relacionadas muchas actividades turísticas, tanto en Santiago como en otras partes del país. En ese sentido, el caso tailandés nos presenta un caso mucho más interesante en este ámbito, siendo la industria vitivinícola chilena, uno de los pocos productos de exportación que ha podido posicionar la marca país chilena.

### **Bibliografía**

Arana, G., & Salinas, S. (2015). ALBA Y ALIANZA DEL PACÍFICO: ¿CHOQUE DE INTEGRACIONES? UNIVERSUM, 17-38.

Ardilla, M. (2015). La Alianza del Pacífico y su importancia geoestratégica. Investigación y Análisis, 243-262.

Arndt, R. (2005). The First Resort of Kings: American Cultural Diplomacy in the Twentieth Century. Washington D.C.: Potomac Books.

Arodirik, H. D. (2015). LA DIPLOMATIE CULTURELLE COMME UN INSTRUMENT DE LA DIPLOMATIE PUBLIQUE: LA DIPLOMATIE CULTURELLE CHINOISE DANS LE CONTEXTE D'INSTITUT CONFUCIUS. PROJET DE FIN D'ETUDES. Galatasaray: Universite Galatasaray.

Artaza, M. (2007). Chile y Asia hoy: una mirada crítica. Estudios Internacionales, 156, 55-65.

Ashworth, G. (1995). Managing The Cultural Tourism. En G. & Ashworth, Tourism and Spacial Transformation-Implications for Policy and Planning. London: Cab International.

Bound, K., Briggs, R., Holden, J., & Jones, S. (2007). Cultural Diplomacy. Leicester: Demos.

- Cadorin, G. (2013). Country image and reputation economy: a comparative analysis of Marca España and Made in Italy. Università Ca'Foscari Venezia, Venecia.
- Cady, J. F. (1974). The History of Post-War Southeast Asia: Independence problems. Ohio: Ohio University Press.
- Cais, J. (1997). *Metodología de Analisis Comparado*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociologicas.
- Calvo, F. S. (2017). *El Estado de las relaciones de Chile con Asia Pacífico*. Santiago: Biblioteca del Congreso Nacional.
- Carbone, F. (2017). International tourism and cultural diplomacy: A new conceptual approach towards global mutual understanding and peace through tourism. *Tourism Review*, 61-74.
- CEPAL. (1994). Open regionalism in Latin America and the Caribbean. Economic integration as a contribution to changing productions patterns with social equity. Santiago de Chile: CEPAL.
- Cummings, M. C. (2003). Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey. Washington D.C.: Center for Arts and Culture.
- Dingemans, A. (2014). East Asia: Chile's Missed Opportunity? 31(1), 67-91.
- Dingemans, A. (2016). El fin de una etapa exitosa. Los TLC en la estrategia comercial de Chile. *Revista de Economía Institucional*, 18(34), 151-172.
- Dinnie, K. (2008). Nation Branding. Concepts, Issues and Practices. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- DIRECON. (2009). *Chile, 20 años de negociaciones comerciales*. Santiago de Chile: Dirección General de Relaciones Economicas Internacionales.
- DIRECON, D. G. (2014). *EVALUACIÓN DE LAS RELACIONES COMERCIALES ENTRE CHILE Y COREA A DIEZ AÑOS DE LA ENTRADA EN VIGENCIA DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO*. Santiago: Ministerio de Relaciones Exteriores.
- Drysdale, P., & Sébastien, W. (2014). International Institutions and the Rise of Asia. *Asia & the Pacific Policy Studies*, 455-469.
- Fernandois, J. (2011). Pragmatism, Ideology and tradition in Chilean Foreign Policy since 1990. En G. L. Gardini, & P. Lambert, *Latin American Foreign Policies. Between Ideology and Pragmatism* (págs. 35-52). New York: Palgrave Macmillan.
- Fuentes Vera, C. (2012). El Regionalismo Abierto en la Política Exterior Chilena, ¿Versión Original o Concepto Equívoco? *Enfoques*, 10, n°17, p.19-3
- Fuentes Vera, C. (2014). La política exterior de la transición chilena desde sus fuentes internas. *Si Somos Más Americanos*, 133-158.
- Fuentes, C. (2009). Balance crítico de la política exterior de Chile 1990-2008. En V. Autores, *Chile en la Concertación 1990-2010* (págs. 123-158). Santiago: Friedrich Ebert Stiftung.
- Hernandez Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2010). *Metodología de la investigación*. Quinta Edición. México D.F.: McGraw Hill.
- Hundley, L., Kenzer, B., & Peterson, S. (2013). What Pivot? *International Relations Studies and the Study of East Asia*. 16(3).
- Hurn, B. (2016). The role of cultural diplomacy in nation branding. 48(2), 80-85.

- Jacques, M. (2009). *When China Rules the World. The Rise of the Middle Kingdom and the End of the Western World*. London: Penguin.
- Jorquera, C. (2016). *La era de la K-Diplomacy: El Hallyu como estrategia clave del soft power coreano y su alcance en America Latina*. Santiago de Chile: Chilean-Korean Study Center Program.
- Kang, H. (2015). Contemporary cultural diplomacy in South Korea: explicit and implicit approaches. 21(4), 433-447.
- Kilduff, K., & Nuñez, J. (2017). Country Branding and its effect on the consumer in the global market. 17(1), 83-104.
- Kim, T. Y., & Jin, D. Y. (2016). Cultural Policy in the Korean Wave: An Analysis of Cultural Diplomacy Embedded in Presidential Speeches. 10.
- King, G., Keohanne, R., & Verba, S. (1994). *Designing social inquiry : scientific inference in qualitative*. New Jersey: Princeton University Press.
- Landman, T. (2011). *Politica Comparada. Una introducción a su objeto y métodos de investigación*. Madrid: Alianza Editorial.
- Lazo, R. M., & Wihelmy, M. (1997). La estrategia Bilateral de Chile en el Sudeste Asiático. *Revista de Ciencia Política*, 19, n°1, p.37-60.
- Lijphart, A. (1971). Comparative Politics and the Comparative Method. *The American Political Science Review*, Vol. 65, No. 3 (Sep., 1971), 682-693.
- Mahirah Solleh, F. (2015). Gastrodiplomacy as a Soft Power Tool to Enhance Nation Brand. *Journal of Media and Information Welfare*, 161-199.
- Mar, P. (2014). Australia's Approaches to Cultural Diplomacy With/In Asia: An Overview. Melbourne: Australian Council of Learned Academies.
- Mark, S. (2008). *A Comparative Study of the Cultural Diplomacy of Canada, New Zealand and India*. Auckland: University of Auckland.
- Mark, S. (2009). *A Greater Role for Cultural Diplomacy*. Amsterdam: Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael'.
- Mcclory, J. (2017). *The Soft Power 30. A Global Ranking of Soft Power*. Portland: UCS Center of Public Diplomacy.
- McDougall, D. (2016). *Asia Pacific in World Politics*. Colorado: Lynne Rienner Publishers, Inc.
- Morales Ruvalcaba, D. E. (2007). *Cooperación Internacional en la Cuenca del Pacífico. Participación de los países latinoamericanos dentro del Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico(APEC). México y la Cuenca del Pacífico*, 10, n°28, p. 99-116.
- Muñoz, H. (1980). Los estudios internacionales en América Latina: problemas fundamentales. *Instituto de Estudios Internacionales Universidad de Chile*. Pp. 328-344.
- Ortiz Morales, C. (2017). La Alianza del Pacífico como actor regional: factores de éxito para la cohesión regional hacia la proyección internacional. *Desafíos* (1), 29(1), 49-77.
- Park, S.-H., & Koo, M. G. (2007). Forming a Cross-Regional Partnership: The South Korea-Chile FTA and Its Implications. *Pacific Affairs*, 80, n°2, p.259-278.
- Pastrana Buelvas, E. (2015). La Alianza del Pacífico: de cara a los proyectos regionales y las transformaciones

- globales. Bogota: Fundación KonradRodríguez Aranda, I. (2014). Nueva Adenauer. Configuraciones Económicas en el Asia-Pacífico y sus Consecuencias para América Latina: Desde el APEC a la Alianza del Pacífico. *Revista de Ciências Sociais*, 57(2), 553-580.
- Perez Liñan, A. (2015). El método comparativo: fundamentos y desarrollos recientes. En R. Castiglioni, & C. Fuentes, *POLÍTICA COMPARADA SOBRE AMÉRICA LATINA TEORÍAS, MÉTODOS Y TÓPICOS* (págs. 47-78). Santiago: Ediciones Universidad Diego Portales.
- Rodriguez Barba, F. (2015). Diplomacia cultura ¿Que es y qué no es? *Espacios Públicos*, 33-49.
- Pezzola, A. (2012). Chile and South Korea, an exceptional relationship? The Chile-South Korean Free Trade Agreement, what has been the effect on tradeflows? En V. autores, *Corea: un acercamiento multidisciplinario*. Santiago de Chile: Centro de Estudios Asiáticos, Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Rojas, D., & Terán, J. M. (2017). Inserción de los países de la Alianza del Pacífico en Asia-Pacífico: más allá de las relaciones comerciales. 29(2).
- Porras, J. I. (2003). *La estrategia chilena de acuerdos comerciales: un análisis político*. Santiago: CEPAL.
- Ross, C. (2007). Chile y el Asia Pacífico: La construcción historica del futuro. *Si Somos Americanos*, 9, n°1, p. 109-140.
- Pramadya, T. P., & Oktaviani, J. (2016). "HALLYU" (KOREAN WAVE) AS PART OF SOUTH KOREA'S CULTURAL DIPLOMACY AND ITS IMPACT ON CULTURAL HYBRIDITY IN INDONESIA. 1(1).
- Sanhueza, R., & Soto, A. (2009). Chile en el Contexto del Pacífico. Marcos Conceptuales para la Política Exterior de Chile en el Asia Pacífico. UNISCI Discussion Papers n°21, 120-136.
- Prieto Corredor, G., & Ladino Ricardo, N. (2014). La proyección de Chile en Asia Pacifico. En E. Pastrana Buelvas, *Alianza del Pacífico: Mitos y realidades*. Bogota: Fundación Konrad Adenauer.
- Sartori, G. (2011). *Como hacer ciencia política*. Madrid: Taurus.
- Prieto Larraín, M. C. (2011). *Branding the Chilean Nation*. Leiden: University of Leiden.
- See Tang, P., Wihelmy, M., & Fajardo, L. (2007). El sudeste asiático: estructura y cambio de sus relaciones internacionales. *Estudios Internacionales*, 156, p. 9-26.
- Przeworski, A., & Taune, H. (1970). *The Logic of Comparative Social Inquiry*. New York: Wiley-Interscience.
- Toloza Castillo, C. &. (2012). *Dos Voluntades para el Desarrollo: 50 años de relaciones de Chile y Corea del Sur*. Santiago: Biblioteca del Congreso Nacional.
- Rehner, J., Barton, J., & Baeza, S. (2015). *En hombros de gigantes: una geografía económicas del comercio Chile-Asia*. Santiago: Instituto de Geografía UC.
- Toloza Castillo, C., & Calvo Froxley, S. (2014). *ASEAN, La nueva frontera de Chile en Asia*. Santiago de Chile: Biblioteca del Congreso Nacional de Chile.
- Valdivieso, C. D. (2015). *POLÍTICA EXTERNA DE CHILE 2006-2014: UNA COMPARACIÓN ENTRE LOS PERÍODOS DE BACHELET Y PIÑERA*. Foz do Iguazu: Núcleo de Pesquisa de



Política Externa Latino-Van Ham, P. (2001) *The Rise of the Brand State*.  
Americano(NUPELA). Foreign Affairs, 2001, Vol. 80, págs. 2-6.

van Klaveren, A. (2011). La política exterior de Chile durante los gobiernos de la Concertación (1990-2010). *Estudios Internacionales*, 155-172.

Zaakaria, F. (2009). *The Post American World*. New York.

Zamorano, M. M. (2016). Reframing Cultural Diplomacy: The Instrumentalization of Culture under the Soft Power Theory. 8, 166-186.

Watzl, K. (1988). *Teoría de las Relaciones Internacionales*. Mexico DF: Grupo Editor Latinoamericano.

Zhang, J. (2015). The Foods of the Worlds: Mapping and Comparing Contemporary Gastrodiplomacy Campaigns. *International Journal of Communication*, 9(1), 568-591.

Wehner, L. (2011). Chile's Rush to Free Trade Agreements. *Revista de Ciencia Política*, 31(2), 207-226.

Wei, S.-J., & Frankel, J. (1998). Open Regionalism in a World of Continental Trade Blocs. *IMF Staff Papers*, 440-453.

Wihlemy, M. (2010). La trayectoria de Chile frente a la región Asia – Pacífico. *Estudios Internacionales*, 167, p.125-143.

Yang, S., & Rodríguez, I. (2013). *La diplomacia pública de China en América Latina: lecciones para Chile*. Santiago: RIL Editores.

Yopo, B. (2010). *La política del gobierno de Piñera: el discurso y las primeras decisiones*. Santiago: Friedrich Ebert Stiftung.

Yopo, B. (2011). La política exterior del nuevo gobierno: Entre el discurso y el necesario pragmatismo. En J. Ensignia, C. Fuentes, & M. Fernandez, *Política exterior en el Chile post Concertación: ¿quo vadis?* (págs. 85-97). Santiago: Chile Veinti uno & Friedrich Ebert Stiftung.

Wyszomirski, M.; Burgess, C. y Peila, C.. (2003) *International Cultural Relations: A Multi-Contry Comparison*. Ohio: Center for Arts and Culture

Aoki-okabe, m; Marki, k. Y Makita, t.(2006) *The Study of International Cultural Relations of Postwar Japan*. Tokio : ide discussion paper, 2006, vol. 49.