

Experiencias de solidaridad y reafirmación asociativa migrante en pandemia: el caso de “Corea se Une”

Matías Benítez ⁽¹⁾

Resumen: En este artículo nos proponemos analizar las condiciones socio-históricas que le permitieron a la colectividad coreana en Argentina desplegar iniciativas de solidaridad en el contexto de la crisis del COVID-19. En primer lugar, desarrollaremos el proceso de inserción económica en la industria textil a partir de los conceptos de enclave étnico, capital social y enraizamiento mixto en los contextos económico-políticos que atravesó Argentina desde que arribaron los primeros contingentes migratorios a mediados de la década de 1960. En segundo lugar, describiremos los efectos de la crisis del 2001 poniendo como eje central sus repercusiones en la vida intracomunitaria en general y como punto de quiebre identitario para las generaciones más jóvenes en particular. A continuación, se analizará el proyecto solidario *Corea se Une* utilizando como fuentes principales los perfiles de redes sociales de la campaña, portales web de organizaciones de la comunidad coreana y medios periodísticos. Finalmente, haremos una reflexión sobre los desafíos y potencialidades que tiene la intervención social de la comunidad coreana en la situación actual de emergencia.

Palabras clave: migraciones - comunidad coreana - industria textil - capital social - identidad - solidaridad étnica.

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 51-52]

⁽¹⁾ Sociólogo egresado de la Universidad de Buenos Aires. Becario UBACyT de Maestría en el Área de Conflicto y Cambio Social en el Instituto de Investigaciones Gino Germani (FSOC-UBA). Integrante del Centro de Estudios Coreanos de la Universidad Nacional de La Plata y del Grupo de Jóvenes Investigadores Instituto de Relaciones Internacional por esa misma universidad.

Introducción

Una de las inequidades más notables que ha evidenciado la crisis desatada por la pandemia del COVID-19 se expresa en el acceso diferencial a servicios de salud, movilidad y oportunidades en el mercado de trabajo (Bruzelius, Ratzmann; 2020). Esta relación des-

igual se especifica para el caso de las poblaciones migrantes en donde las vulnerabilidades presentes durante el ciclo migratorio se exacerbaban (CEPAL, 2020). La Organización Internacional para las Migraciones (OIM) plantea que los trabajadores migrantes, en especial quienes ocupan puestos de baja remuneración, pueden verse más afectados y expuestos a la propagación del COVID-19 en los países golpeados por la pandemia. Asimismo, estos trabajadores desempeñan un papel relevante en la respuesta a la enfermedad, ya que muchos de ellos se desempeñan en sectores esenciales (OIM, 2020). En Argentina Agenda Migrante 2020, un colectivo que integra Amnistía Internacional, el Centro de Estudios Legales y Sociales, entre un centenar de organizaciones publicó un informe en mayo de 2020 sobre la situación de la población migrante durante la pandemia. Este revela que las personas en situación de movilidad internacional han quedado más expuestas al impacto socio-económico de la crisis del COVID-19, debido a las medidas de Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO) vigentes en Argentina desde el 20 de marzo de 2020¹. El relevamiento muestra que el 58% de la población migrante consultada dejó de percibir por completo un salario o ingreso al iniciarse el confinamiento (Agenda Migrante, 2020, p. 19). A su vez otra problemática que atraviesan las poblaciones migrantes es la confluencia del racismo y la xenofobia, en particular a quienes “proviene de países en que hay un menor desarrollo relativo, que se movilizan de manera forzosa, y que tienen recursos escasos y un origen étnico o racial específico” (CEPAL, 2020, p. 2). En este sentido el economista Claudio Katz sostiene que la causa subyacente de la crisis actual es “la ausencia de un correlato sanitario para el avance registrado en la globalización de la producción y el consumo” (2020, p. 10). Esta desconexión se produce en un contexto de creciente internacionalización de los flujos comerciales, turísticos y migratorios que entran en contradicción con un sistema socioeconómico global que “deteriora la naturaleza, corroe la salud y desprotege a los sectores más vulnerables de la población” (p. 10). Aún con este panorama aciago, la crisis global también ha propiciado el despliegue de importantes acciones de solidaridad entre los grupos más afectados, donde se destacan las personas migrantes. Por medio del desarrollo de iniciativas para encarar los desafíos sanitarios, sociales y económicos, las diásporas han elaborado respuestas transnacionales para apoyar a las comunidades tanto en los países de origen como en los de acogida. En el seno de sus comunidades, han podido crear “respuestas innovadoras para apoyar a las víctimas de la pandemia y ofrecer soluciones inmediatas para contribuir a la respuesta frente a la crisis” (OIM, 2020, p. 13). Las organizaciones de la diáspora en conjunto con grupos de la sociedad civil han jugado un rol clave en la movilización de recursos esenciales.

Uno de los primeros contratiempos que se presentó en Argentina cuando comenzó a extenderse la pandemia fue la falta de acceso a insumos sanitarios como alcohol en gel y barbijos. La escasez producida por el aumento de la demanda generó un aumento exponencial de los precios². En este contexto apremiante un grupo de jóvenes de la comunidad coreana argentina inició un proyecto solidario denominado *Corea Se Une* con el objetivo de “fabricar la mayor cantidad de insumos sanitarios para ser donado a las entidades que lo necesitan bajo la premisa de anteponer el bien general y la celeridad que el contexto demanda”³. El objetivo que nos proponemos en este artículo es analizar *Corea Se Une* a partir de sus condiciones de posibilidad e impacto, considerando que es un caso relevante para estudiar las formas de solidaridad que desplegaron las comunidades migrantes en el mar-

co de la crisis global del COVID-19. Con este fin, dividiremos el trabajo en tres apartados subsiguientes. En el primero haremos una descripción histórica del proceso de inserción económica de la diáspora coreana en Argentina. Debemos considerar que la comunidad coreana está mayoritariamente instalada en Buenos Aires y que su actividad principal es la pequeña y mediana industria textil junto con el comercio de indumentaria mayorista y minorista (Mera, 2012a; Kim, 2016). En segundo lugar abordaremos las consecuencias de la crisis económica del 2001 para la comunidad con énfasis en las transformaciones identitarias de los jóvenes coreanos, haciendo foco en su convergencia con una mayor disponibilidad canales de comunicación intercultural con la sociedad local que sus padres o abuelos (Bialogorski, 2019; Lee, 2019). En esa misma sección se analizará el proyecto solidario *Corea se Une* utilizando como fuentes principales el material disponible en los perfiles de redes sociales de la campaña, portales web de organizaciones de la colectividad y medios periodísticos. Finalmente, en el último apartado reflexionaremos sobre los desafíos y potencialidades que tiene la intervención social de la comunidad coreana en la situación actual de emergencia.

Instalación e inserción económica de la colectividad coreana en Argentina

De los aproximadamente 103 mil coreanos que viven en Latinoamérica, la amplia mayoría se encuentra asentada en centros urbanos. En Argentina más del 90% de los migrantes coreanos residen en Buenos Aires⁴. Esto no era lo que inicialmente estaba planeado cuando se produjeron los arribos de contingentes a la región durante la década de 1960 en el marco de programas de emigración para el desarrollo de colonias agrícolas que fueron acordados entre gobiernos latinoamericanos y el surcoreano (Radulovich, 2015). Si bien hay antecedentes en México con la llegada de 1033 trabajadores coreanos en 1905 y de 62 militares norcoreanos prisioneros de guerra en 1955 (Mera, 2008) divididos entre Argentina y Brasil (12 y 50 respectivamente), es en los 60's cuando se puede empezar a hablar de corrientes migratorias de Corea hacia Latinoamérica. El crecimiento demográfico en las ciudades, la inestabilidad política y militar por la situación con Corea del Norte junto con la crisis económica y social impulsaron a que el gobierno surcoreano promueva políticas de emigración (Mera, 2009). En particular se fomentaba la migración en grupo de familias para establecerse en zonas rurales y emplazar colonias agrícolas. En Argentina, los contingentes oficiales comienzan a llegar por barco en octubre de 1965⁵. El primero en arribar al puerto en Buenos Aires fue el *Boissevain*, proveniente del Puerto de Busan (al sudeste de Corea) con trece familias que se asentaron en Río Negro, Choele Choele y Campo Lamarque para dedicarse a la agricultura, apicultura y al cultivo de frutas. Pero al llegar al lugar, se encontraron con una tierra no apta para la agricultura junto con unas condiciones climáticas poco favorables. Por este motivo, cinco de estas familias retornaron a Buenos Aires (Radulovich, 2015). Las que llegaron posteriormente tuvieron un destino idéntico, situación que propició el surgimiento “enclaves coreanos urbanos” (Bialogorski, 2004, p. 278). En este sentido, Sassone y Mera (2005 en Lee, 2018) emplean el concepto de “enclave étnico” para abordar tanto el fenómeno de la concentración de la actividad co-

mercial de la colectividad coreana en la industria textil como el mecanismo de la red étnica que favorece tanto la inserción económica como la cohesión étnica y socio-territorial en Buenos Aires. Con enclave étnico nos referimos entonces “al fenómeno de instalación de inmigrantes que se concentran en un espacio distintivo y organiza una serie de negocios que sirven para su propia comunidad étnica y/o para la población en general” (Lee, 2018, p. 213). El barrio coreano ubicado en la zona de Flores Sur (o Bajo Flores), denominado *Baek-ku* (109 en coreano) por el número de la línea de bus que unía Retiro con el Bajo Flores donde los migrantes coreanos comenzaron a relocalizar sus talleres y sus residencias, es un ejemplo de ello (Sassone y Mera, 2007, p. 7).

Entre 1971 y 1977 llegan por avión casi 200 familias. Según datos de la Dirección Nacional de Migraciones entre 1970 y 1977 se otorgaron 2800 radicaciones definitivas y permisos de entrada permanentes para inmigrantes de origen coreano, mientras que entre 1978 y 1983 sólo se dan 1400 (Mera, 1998, p. 43). En principio se asentaron en villas de emergencia como las de Retiro y luego en barrios como Villa Soldati, Villegas o Ciudadela para finalmente llegar a Flores Sur. Allí comienzan a desempeñarse en actividades del sector comercial y textil como principal estrategia de supervivencia. A las limitaciones de capital se le sumaban las barreras idiomáticas, y la imposibilidad de revalidar los títulos profesionales que muchos migrantes habían obtenido en sus países de origen, lo cual explica la tendencia al trabajo comercial en donde no se requiere de un gran conocimiento previo (Mera, 2016). Las barreras lingüísticas y la falta de capital funcionaron como “factores de atracción-repulsión” (Kim, 2016) que condicionaron y habilitaron la orientación de los migrantes coreanos hacia la industria textil. Las primeras familias coreanas instaladas en Buenos Aires realizaban trabajos de corte y confección por encargo para los comerciantes textiles del barrio porteño de Once, casi en su totalidad de la colectividad judía. Además, los miembros de la familia “no recibían un salario y tampoco se pagaban impuestos por ser declarado trabajo de unidad familiar, permitiéndoles acelerar el proceso de acumulación” (Mera, 2012a, p. 10). Luego de desempeñarse en estas tareas durante varios años, muchas familias pudieron ahorrar fondos necesarios para poner en marcha sus propios negocios. De esta forma, “los inmigrantes coreanos accedían a mejoras en su situación económica tales como ascender a fabricantes o mayoristas independientes en el sector de la indumentaria o convertirse, desde otros sectores, en empresarios de la indumentaria” (Kim, 2016, p. 85).

Este proceso coincidiría en la década de 1980 con el mayor ingreso de migrantes coreanos producido hasta la fecha; con familias provenientes casi en su totalidad de Seúl que ingresaron al país por avión. En abril de 1985 se firma el Acta de Procedimiento que establecía el ingreso de inmigrantes con capital propio (Bialogorski, 2004, p. 280). Entre los años 1984 y 1989 se otorgaron más de 11.000 permisos, lo que representaría el ingreso de más de 20.000 personas. Este nuevo flujo migratorio se distingue de los anteriores debido a que “trae capital para invertir y migra de una Corea moderna e industrializada. A partir de ese momento se puede señalar la consolidación de la comunidad coreana en Buenos Aires” (Mera, 2012a, p. 69). En este sentido es importante considerar los aspectos centrales que permitieron la conformación de un empresariado étnico que abarca “al conjunto de actividades empresariales realizadas por personas pertenecientes a un grupo étnico o de origen migrante con una significativa dependencia del capital social proporcionado por

los recursos étnicos” (Mera, 2016, p. 97). Kim sostiene que a los dos factores de atracción-repulsión ya mencionados le debemos agregar el capital social “que se centra en el uso de las redes étnicas y los lazos familiares; y las oportunidades estructurales y los contextos sociales del país anfitrión” (2016, p. 84). El papel de las redes étnicas que se fueron consolidando desde las primeras etapas del proceso migratorio fue fundamental para facilitar el intercambio de información y el acceso a la industria del vestido. En cuanto a los factores estructurales, a partir de la década de 1990 en Argentina producto de las políticas de tercerización de la producción, flexibilización laboral y apertura de las importaciones que fueron en línea con el proceso de desindustrialización iniciado por la última dictadura cívico-militar en 1976 (Basualdo, 2001) se vivió una crisis de grandes proporciones que llevó al cierre de establecimientos industriales y altas tasas de desempleo (Mera, 2012a, p. 74). Este doble nivel que considera tanto el despliegue de recursos por parte de los empresarios étnicos junto con el contexto social del país receptor es problematizado por Kim bajo el concepto de “enraizamiento mixto” (2016, 2017). Desde este enfoque se resalta la importancia de la integración concreta de los inmigrantes en las redes étnicas y las estructuras de oportunidad que están estrechamente relacionadas con la trama social, económica y política más generales del país de acogida (Kim, 2017, p. 38). Los empresarios migrantes no operan en el vacío, sino en espacios socioeconómicos donde hay oportunidades de crecimiento para sus iniciativas. Asimismo, “la forma de estos espacios depende de múltiples factores, como la distribución sectorial y de los ingresos, el sistema financiero, la tecnología disponible, el sistema de seguridad social existente, y las reglas gubernamentales” (Kim, 2016, p. 82). La conjunción de estos factores con el carácter familiar de las empresas étnicas, una cultura laboral basada en largas jornadas y la utilización de redes de solidaridad comunitarias como el *gae*⁶ fue fundamental para el crecimiento de la actividad en la colectividad coreana, que entre 1980 y 1990 “llegó a desarrollar de manera integral el proceso textil y la venta al por mayor y menor en sus propios locales” (Bialogorski, 2004, p. 284). Gracias a la llegada de nuevos flujos migratorios con capital de inversión se produjo un crecimiento exponencial de los mayoristas coreanos que comienzan a instalarse en la zona de la Avenida Avellaneda en el barrio de Flores Norte o Floresta (Bialogorski, 2018, p. 231). Hacia 1990 la venta de ropa al por mayor se traslada progresivamente desde barrio de Once hacia esta zona. A partir de 1997, como consecuencia de la crisis económica que comienza a afectar a los pequeños comerciantes, muchos negocios con propietarios coreanos en Once cierran o se desplazan hacia Avellaneda. Ante la imposibilidad de poder seguir manteniéndolos, los propietarios con negocios tanto en Once como en Avellaneda optaron por mantener estos últimos. Ya desde mediados de esa década no arribarían nuevos contingentes migratorios sino que se expulsaría población. Esto llegaría a su momento más complicado con la crisis económica de 2001 cuando la cantidad de residentes se redujo de 42000 personas que vivían en 1990 a 25000 en el año 2001, y a 15500 en el año 2003 (Mera, 2008). Ante la profundización de la crisis, una gran parte de los talleres, fábricas y comercios de propietarios de la comunidad tuvieron que cerrar a causa del derrumbe en el consumo. Ante este panorama, algunas familias migrantes buscaron otros destinos que les parecieron más prometedores y seguros para poner a prueba sus conocimientos y experiencias. Como consecuencia, “la mitad de su población decidió irse del país, mientras la otra mitad experimentó una reestructuración al interior del enclave étnico y el despla-

miento de la ubicación espacial del barrio coreano” (Lee, 2019, p. 2). Algunas familias que reemigraron se dirigieron hacia México, Canadá, Australia, Estados Unidos o Corea del Sur; mientras que los jóvenes universitarios y secundarios fueron en su mayoría a estudiar a Estados Unidos o Corea del Sur. Una vez que el país vuelve a estabilizarse entre los años 2003 y 2004 una parte de estos emigrados retorna (Mera, 2016, p. 94). Luego de la crisis, la zona de Avellaneda sufrió transformaciones estructurales debido a las inversiones de empresarios de origen coreano y judío en la construcción y ampliación de nuevos locales y galerías, lo que implicó “un proceso de despegue y desarrollo hasta constituirse en un megacentro comercial” (Bialogorski, 2019, p. 39). En este sentido, Lee sostiene que la crisis “representó un punto de inflexión para la comunidad coreana, con efectos sobre el flujo migratorio, la geografía urbana y las subjetividades” (2017, p. 218). Más allá de que las actividades económicas de la colectividad coreana se han ido adaptando a los vaivenes del sector textil de acuerdo a su capacidad de acumulación de capital y a su mejor inserción en el país (Mera, 2012a), las consecuencias de la crisis, en especial en las generaciones más jóvenes, no deben ser ignoradas. A continuación analizaremos de qué forma la crisis incidió en la vida asociativa de la comunidad. Consideramos que la reestructuración de los espacios étnicos junto con los cambios en la identidad de los jóvenes coreanos habilita nuevas formas de involucramiento con la sociedad local. Las características del proyecto solidario “Corea se Une” condensan este planteo.

Quiebre generacional y nuevas formas de solidaridad. La comunidad coreana de la crisis de 2001 a la pandemia: el caso de la campaña *Corea se Une*

Uno de los aspectos que explica la alta movilidad poblacional de la colectividad coreana es que estos grupos migrantes corresponden a movimientos diaspóricos. Sus principales características son:

(..) la población considerada se encuentra dispersa en distintos lugares del mundo; la elección del país de destino se realiza en función de la estructura de cadenas migratorias que ligan a los migrantes con otros ya instalados; las nuevas poblaciones se integran en el país receptor sin asimilarse, conservando una fuerte pertenencia identitaria referenciada al país de origen; y los grupos migrantes dispersos conservan y desarrollan relaciones de intercambios múltiples entre ellos, con el país de origen y con los otros polos migratorios (Mera, 2016, p. 93).

El fenómeno diaspórico se inicia con la ruptura con el país de origen, donde el grupo emigrante estableció su identidad y su cultura. Aclaramos que esta concepción de identidad no es esencialista, sino que es contextual y por lo tanto dinámica. La identidad se constituye en tanto mecanismo por el cual un grupo humano encuentra una cierta unidad relativa a partir de ciertos valores compartidos. Es el conjunto de prácticas significantes y signifi-

cativas que da sentido a las vidas y a las trayectorias, personales, familiares y grupales (Arfuch, 2002). En este sentido, ser argentino-coreano actualmente en Argentina implicaría “compartir esta experiencia de negociación, conflictos e hibridación” (Lee, 2018, p. 229). Luego de partir del país de origen sigue el proceso de instalación en la sociedad receptora, y finalmente llega a su punto culmine con la extensión de la red transnacional (Mera, 2011, p. 5). Las familias conforman la red de sociabilidad étnica donde se despliega el complejo entramado de relaciones que se cristaliza en los espacios comunitarios que constituyen el centro del fenómeno migratorio. En los mismos se forma la base de la conciencia identitaria a partir de la transmisión de la lengua y otros hábitos culturales.

Ya desde los primeros momentos de la instalación en el país, los migrantes coreanos se unieron en torno a líderes laicos y religiosos preocupados por solucionar problemas de la vida cotidiana, lo que dio origen a distintas organizaciones comunitarias. En 1966 se crea la Asociación Coreana Argentina con el objetivo de mitigar las dificultades ocasionadas por el desconocimiento del idioma, orientar sobre las posibilidades de inserción laboral, resolver situaciones ligadas a la salud y a la educación de los niños y obtener la documentación legal para los inmigrantes (Bialogorski, 2004, p. 279). Asimismo, también existen otras asociaciones de tipo muy diverso, varias de ellas ligadas a las distintas opciones de vida en la ciudad de Buenos Aires (Mera, 1998). Entre la amplia cantidad que existe destacamos las asociaciones profesionales, comerciales y las iglesias cristianas (Sassone y Mera, 2007). Estas iglesias étnicas, en su mayoría evangélicas, han sido concebidas primordialmente como espacios de sociabilidad y solidaridad intracomunitaria. A pesar de ello también cumplen el papel de “mediadoras entre la cultura coreana y la local a través de la organización de actividades que trascienden el origen nacional y étnico y en acciones de caridad y solidaridad” (Bialogorski, 2004, p. 279). El despliegue de esta intensa vida asociativa se vincula con el planteo de Portes (2002) sobre el peso del capital social comunitario en los procesos migratorios, entendido como “los recursos colectivos disponibles en virtud de la existencia de redes sociales y de estructuras sociales más grandes de las que forman parte sus miembros” (p. 134). Este capital social comunitario tiene dos manifestaciones centrales: una es la *solidaridad circunscrita*, entendida como el grado de lealtad que se demuestran los miembros entre sí; un sentimiento de *nosotros* que conduce a una conducta de respaldo mutuo en las relaciones con el mundo exterior. La otra es la *confianza exigible* que consiste en la certidumbre de que las obligaciones individuales se cumplirán debido al poder de sanción de la comunidad (Portes, 2002, p. 134).

A partir de la década de 1990 se comienza a producir un desplazamiento de los espacios étnicos de la comunidad, lo que ocasionó importantes cambios en los ámbitos de interacción cotidianos. Tres espacios concentraban la mayoría de la población de coreanos en Buenos Aires: *Baek-ku*, Once y la zona de Avenida Avellaneda. Hasta entonces *Baek-ku* se había erigido como el núcleo de la vida social de la comunidad, en tanto que Once y Avellaneda funcionaban sólo como un punto estratégico para la comercialización de la industria textil. Estos roles bien delimitados empiezan a desajustarse cuando como consecuencia de la crisis la zona de *Baek-ku* se empobrece, los negocios de Once comienzan a cerrar y el polo comercial de Avellaneda comienza a crecer (Lee, 2019, p. 6). En este contexto hubo un estancamiento significativo del crecimiento institucional que había experimentado la comunidad entre finales de los 80's y principios de los 90's. Uno de los

aspectos que más incidió en esto fue la reemigración de muchos jóvenes de la generación 1.5; aquellos que emigraron de Corea en sus años formativos y cuentan con competencias idiomáticas y biculturales (Mera, 2008). Ante alternativas laborales precarias, tanto en el mercado étnico como en el de la sociedad receptora, optaron por la reemigración como una alternativa viable. (Mera, 2012c). Con respecto a los hijos de las familias que se quedaron, acompañaron a sus padres en el negocio familiar, continuando las relaciones del exterior del grupo, y jugando un papel relevante como un amortiguador de los impactos de la crisis (Lee, 2018, p. 222). En cuanto a las iniciativas asociativas, aquellos que permanecieron en Argentina desplegaron nuevas estrategias de solidaridad tales como proveer alimento y vacunas a personas ancianas vulnerables. En general estas actividades solamente eran organizadas por y para las iglesias y sus congregaciones. Esto es interesante, porque previamente la mayoría de las actividades de ayuda social estuvieron enfocadas en comunidades de bajos recursos o se llevaron a cabo como actividades misioneras cristianas orientadas a zonas carenciadas en otros puntos del país (Mera, 2012b, p. 11). Otra cuestión relevante sobre los hijos de migrantes coreanos es que si bien la mayoría siguió involucrándose en la industria textil⁷ muchos de ellos han iniciado negocios con un mayor grado de sofisticación y orientación a los gustos de la población local. Un gran número de universitarios se inclina por carreras relacionadas con el diseño y observa las tendencias de la moda global viajando extensamente a Europa, Estados Unidos, Corea del Sur y China para las ferias de telas y comercios (Park, 2020). Esta formación de recursos humanos que agrega valor a las empresas familiares se dio en el mismo momento que los negocios de la colectividad empezaron a concentrarse en la zona de la Avenida Avellaneda. En consecuencia comienzan a ganar competitividad en el mercado local como el polo de abastecimiento para los dueños de las tiendas minoristas del país. En el período post-crisis Avellaneda se fue consolidando como un ámbito no solo laboral, sino también de residencia para miembros la comunidad que paulatinamente se fueron trasladando de *Baek-ku* a fin de organizar sus vidas en esta pujante zona comercial (Bialogorski, 2004; Sassone y Mera, 2007). De esta manera “se desarrolló otro enclave étnico coreano que, a diferencia del anterior, presenta fronteras más lábiles con el entorno” (Lee, 2018). Además en la zona de Avellaneda los diálogos e interacciones entre los inmigrantes coreanos, los argentinos, los bolivianos, judíos y otros son mucho más frecuentes y fluidos con respecto al Barrio Coreano histórico. De manera tal que:

El paisaje del nuevo enclave étnico que se está formando no presenta un límite étnico o nacional en términos de exclusividad (...) porque las ventajas adquiridas del contexto bicultural permiten a los jóvenes recrear un espacio más accesible y permeable para la sociedad receptora (Lee, 2018, p. 227).

Para la colectividad coreana esta zona representa un símbolo de apertura y mayor integración con la sociedad receptora al punto de ser concebido como un ámbito identificatorio de este grupo migrante (Bialogorski, 2019). Esta condición de ámbito intercultural se puede observar con el mapa trazado por la Cámara de Empresarios Coreanos en Argentina (CAEMCA) en el año 2011 que identifica las zonas comerciales alrededor de la Avenida Avellaneda, indicando el origen de los propietarios de los locales:

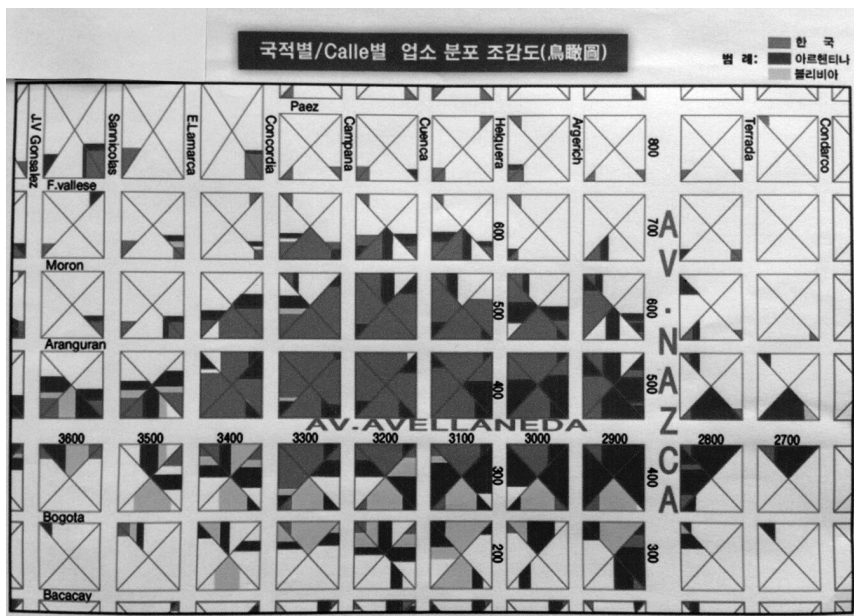


Imagen 1. Gris oscuro: locales coreanos. Negro: locales argentinos (principalmente judíos). Gris claro: locales bolivianos. Fuente: CAEMCA, 2011 en Bialogorski, 2019.

Actualmente, hay 1400 tiendas mayoristas coreanas (incluidas pequeñas tiendas o quioscos en galerías y centros comerciales) entre los 3000 puntos de venta al por mayor que hay en la zona de Avellaneda. Este número puede estar subestimado, ya que la cantidad de pequeñas tiendas o quioscos varía constantemente (Kim, 2020). De manera anudada a este proceso de integración económica con movilidad social ascendente se han dinamizado los canales de comunicación intercultural entre el comunidad coreana y la sociedad local. Esto se debe a la combinatoria de tres factores: la globalización, la creciente difusión de la industria cultural surcoreana (la “ola Hallyu”⁸) (Bialogorski y Kim, 2018) y las iniciativas de diplomacia pública que el gobierno surcoreano lleva adelante con las organizaciones civiles de la diáspora (Chaure, 2020).



Imagen 2.
 #CoreaModoOnline fue la consigna de Buenos Aires Celebra Corea 2020 que se realizó de forma enteramente virtual por motivo de la pandemia. Fuente: Asociación Civil de Coreanos en Argentina, 2020.

El primer factor responde a que la apertura de los *diálogos* interculturales en la comunidad coreana debe ser enmarcada en el contexto del capitalismo global y las influencias de la occidentalización en la cultura tradicional de Corea (Lee, 2019). El segundo aspecto refiere a la transformación de la visibilidad de la cultura coreana en Argentina que se dio a partir de 2005 gracias al fomento de “discursos sobre la valoración de la diversidad cultural, las políticas culturales tanto locales como a nivel nacional de Corea y en especial la explosión de las nuevas tecnologías de la comunicación” (Bialogorski y Kim, 2018, p. 169). Desde el plano institucional se resalta la creación del Centro Cultural Coreano en 2006. En el caso de las organizaciones de la diáspora coreana, la expansión de la ola Hallyu ha mejorado las oportunidades de acercamiento con la comunidad local, debido al aumento del interés en la cultura coreana (especialmente en los jóvenes). Esto ha permitido el surgimiento de distintos perfiles en redes sociales como Facebook, Instagram y YouTube en donde personas de la colectividad se han propuesto transmitir la cultura coreana a un amplio número de hispanohablantes (Bialogorski y Kim, 2018). Algunas asociaciones han aprovechado este contexto (sopesando las desventajas de quedar *desconectados*), e incrementaron sus actividades, por ejemplo, a través de diversos cursos sobre cultura coreana, entre otros proyectos. En cuanto al tercer aspecto, la diáspora coreana actúa como anclaje local “en diálogo con las identidades del país receptor, conformando redes con diversos grupos dentro de la comunidad” (Chaure, 2020, p. 150). La colectividad coreana tiene un rol activo en el desarrollo de proyectos que contribuyen a consolidar la imagen y reputación positiva del país de origen. Un ejemplo destacado es organización en conjunto con el gobierno local de la celebración del Día de Corea en el marco del Programa Buenos Aires Celebra que en 2020 se realizó de forma totalmente online (Imagen 2) mediante la publicación de videos en el

canal de YouTube de la Asociación Civil de Coreanos en Argentina sobre cultura, historia y actualidad de la comunidad coreana. A partir de la consideración de todos estos elementos finalmente podemos abordar el caso de la campaña *Corea se Une*.

El clima de incertidumbre en el plano geopolítico que se manifestó al inicio de la pandemia provocó que Estados vecinos no duden en “lanzarse a una “guerra de las mascarillas” o en apoderarse, cual piratas, de material sanitario destinado a sus socios” (Ramonet, 2020, p. 15). Esta vorágine de acaparamiento estuvo motivada por la falta de insumos para la fabricación de ropa sanitaria (barbijos, cofias, camisolines y cubre zapatos). Ante esta situación parte de la industria textil local, que ya venía golpeada por una caída en su nivel de actividad del 30% entre los años 2015 y 2019⁹, llevo adelante una estrategia de reconversión para paliar los efectos de la crisis. Empresas de tapizados, indumentaria deportiva o incluso arneses pasaron a fabricar insumos hospitalarios¹⁰. Esta situación operó como un factor determinante para el desarrollo de la campaña *Corea se Une*. Este proyecto solidario se comenzó a gestar en marzo de 2020 como iniciativa de dos jóvenes argentinos de ascendencia coreana, Leonardo Yoo y Natalia Kim (de 30 y 31 años), junto con un equipo de más de 15 personas. Con fines de difusión y registro de las actividades abrieron un perfil de Instagram (@coreaseune) donde el 2 de abril se lanzó oficialmente la campaña. En el primer *post* hecho en la página se presentaron como un grupo de jóvenes de la comunidad coreana en Argentina que se unen “para accionar ante la lucha contra el Coronavirus. (...) Nuestra tradición en la industria textil hace que nos hayamos puesto como objetivo fabricar la mayor cantidad de insumos sanitarios posible para donar a las entidades en donde más los necesitan” (*Corea Se Une*, 2020). Con respecto a las cuestiones operativas, es importante tener en cuenta que Leonardo Yoo es fundador y gerente general de *Symmetria*, una empresa de indumentaria femenina que realiza venta mayorista ubicada en la zona de Avenida Avellaneda. Esta servirá de plataforma para iniciar la fabricación de los barbijos. Así lo comunican en un *post* del perfil de Instagram de la marca (@symmetriabsas) sobre la campaña que dice: “#TeamSymmetria. Pilar productivo de la campaña *Corea Se Une*” (*Symmetria*, 2020). En cuanto a las motivaciones que impulsaron el proyecto se observa una amalgama de factores objetivos y subjetivos. Así lo plantea Leonardo en una entrevista con el diario *Ámbito* al afirmar que “Con el parate de la economía, los talleres ociosos y viendo el pedido ayuda de médicos y personal hospitalario que veíamos en las redes, se nos ocurrió que podíamos fabricar productos sanitarios”¹¹. Si bien como ya habíamos mencionado una gran mayoría de los miembros de la colectividad se desempeña en el sector textil también hay un importante sector de profesionales donde se destacan entre otros arquitectos, diseñadores, economistas, contadores, artistas, abogados, odontólogos y especialmente para el caso que nos ocupa, médicos (García Daris, 2008). Esto se relaciona con una declaración en otra entrevista, en este caso brindada al canal de YouTube “Che Corea TV”¹² en donde Leonardo plantea que “empezando a hablar con amigos que son médicos nos contaban un poco en que estaban ellos, cómo se estaban preparando para el peor escenario posible. Y eso me pegó mucho”. Es decir, que las percepciones que los miembros del proyecto tienen sobre la situación de emergencia sanitaria se fueron configurando tanto a causa de los pedidos de ayuda y reclamos de la sociedad receptora que eran visibilizados por distintos medios de comunicación, como por influencia de aquellos médicos que pertenecen a la colectividad coreana. Con respecto a las características del

equipo de la campaña, en esta misma entrevista Natalia comenta que se armaron comisiones encargadas de diferentes temas. Se destacan la comisión de logística, encargada de coordinar que días ir a los hospitales y que cantidades de barbijos y cofias entregar, y la de comunicación (“Un equipo enorme”). También había responsables de tareas ligadas al trabajo con talleres de confección, contacto de proveedores de friselina y elástico, y voluntariado. Además, había un encargado de cuestiones administrativas y de financiamiento. Leonardo hace énfasis en la necesidad de que las finanzas sean ordenadas y transparentes “Para que una vez que todo finalmente podamos mostrar bien todo lo que se hizo, se gastó y lo que recibimos”. Un aspecto relevante es que gran parte del trabajo realizado fue de manera remota (para mantener recaudos sanitarios), lo cual va en línea con la aceleración de las transformaciones digitales que se produjo durante la pandemia. Esto se observa en que el uso de las redes sociales (en este caso WhatsApp) y las plataformas para realizar trabajo a distancia se ha disparado (Gamlen, 2020).

Con respecto al proceso de producción y donación de los barbijos y cofias, el perfil de Instagram muestra infografías con los procedimientos y materiales empleados así como videos y fotos de las entregas en los distintos centros de salud y hospitales públicos Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA). En la entrevista con “Che Corea TV” tanto Natalia como Leonardo destacan las donaciones que recibieron por parte de la comunidad. En un caso fueron 8mil metros de tela no tejida de polipropileno por el proceso de melplon. En el otro una asociación de la comunidad les donó 500 metros de tela SMS, utilizada para insumos médicos. El resultado final fue un barbijo tricapa (Imagen 3). Se lo denomina así porque se forma dos capas de tela *spunbond*, con una de *meltblown* en el medio (SMS).

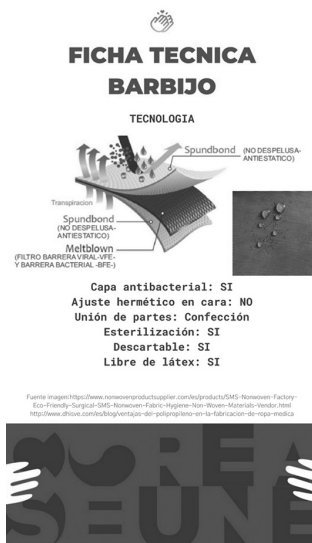


Imagen 3: Ficha técnica del barbijo fabricado compuesto por dos capas de tela no tejida spunbond y una de meltblown (SMS) Fuente: @coreaseune.

En cuanto a las cofias estas se producen con el método de “encimar” donde se ubican cuidadosamente capas de *spunbond* una encima de otra, a las que luego se les coloca la tizada, un patrón con el molde de todas las cofias que serán cortadas (Corea se Une, 2020). Estas donaciones junto con las cientos que se recibieron, entre las cuales se destaca la efectuada por grupo argentino de fans del grupo de K-pop EXO, permitieron que la producción crezca hasta los 75 mil barbijos y 15 mil cofias que fueron donados a 21 hospitales y centros de salud del AMBA entre el 20 de abril y el 30 de mayo de 2020. Cabe aclarar que estos insumos médicos no tenían la homologación definitiva para ser equiparables a la ropa sanitaria de uso quirúrgico, más allá de que las telas y los procesos de esterilización empleados eran los mismos. Por lo que los barbijos y las cofias en general se destinaron a pacientes, personal administrativo y de limpieza, y a los médicos y enfermeros para que los utilicen en tareas no hospitalarias.

A partir del despliegue de recursos (capital social y económico) en un contexto de emergencia (la crisis del COVID-19) se refuerzan los mecanismos de solidaridad circunscrita y reafirmación asociativa a la par que se llevan adelante acciones de solidaridad extendida con la sociedad local. Estos son indicadores de la creciente integración de las generaciones más jóvenes de la colectividad coreana. Integración que a su vez puede ser problematizada como asimilación segmentada, la cual que consiste en “la preservación deliberada de la cultura y los valores de las comunidades de inmigrantes, acompañada de la integración económica como un tipo de aculturación selectiva, dado que les resulta beneficiosa” (Lee, 2019, p. 20).

Conclusiones

En este artículo hemos enfatizado en las condiciones socio-históricas que posibilitaron el despliegue de las expresiones de solidaridad de la comunidad coreana de Buenos Aires en el contexto de la crisis del COVID-19. Para ello en primer lugar analizamos el proceso de inserción económica en la industria textil a partir de los conceptos de enclave étnico, capital social y enraizamiento mixto en los contextos económico-políticos que atravesó Argentina desde que arribaron los primeros contingentes migratorios a mediados de la década de 1960. En segundo lugar analizamos los efectos de la crisis del 2001 poniendo como eje central sus repercusiones en la vida de la comunidad coreana en general y como punto de quiebre para las generaciones más jóvenes en particular. Una consecuencia central es que generó una memoria compartida con la historia reciente de Argentina y dejó marcas en todos los integrantes. En ese contexto hay reemigración de la mitad de la población de la colectividad y se producen desplazamientos del enclave étnico, pasando la zona de Avenida Avellaneda a concentrar el mayor dinamismo de la vida comunitaria. Esta situación en conjunto con las iniciativas de diplomacia pública y difusión cultural del gobierno surcoreano y de las asociaciones civiles de la diáspora generó un crecimiento notable de los canales de comunicación intercultural. Cuestión que se vio favorecida además por el desarrollo de las nuevas tecnologías que abrieron un inmenso cúmulo de posibilidades para acercar las culturas de dos naciones tan geográficamente distantes como Corea y Argentina.

Estos factores se ven condensados en el despliegue de la campaña *Corea Se Une*. Primero, porque quienes encabezan el proyecto son jóvenes de la comunidad que sufrieron los efectos de la crisis de 2001, y en el caso de Leonardo Yoo, representa a una nueva generación de empresarios migrantes característico de la zona de Avenida Avellaneda, con más contactos con la sociedad mayor. “En la medida en que la inserción de los jóvenes modificó el enclave hacia una mayor apertura y expansión, trayendo mayor vitalidad a los negocios y comercios, su estilo diferente de trabajo reestructuró poco a poco el paisaje del espacio” (Lee, 2019, p. 23). Segundo, el peso de la crisis como experiencia colectiva y las tendencias de creciente hibridación cultural contribuyeron a que en el contexto de pandemia proyectos como *Corea Se Une* trascendieran en su alcance el marco de la comunidad. Esto ayudó a reforzar la solidaridad intracomunitaria, lo cual que también se pudo ver en las acciones solidarias de las asociaciones civiles de la colectividad prestando ayuda a sus connacionales y a la sociedad receptora. Tercero, la importancia otorgada a la difusión y la comunicación mediante la conformación de un equipo destinado a esas tareas permitieron amplificar el impacto de la campaña en un contexto atravesado por las medidas de aislamiento social. Como hemos planteado a lo largo de este artículo la pandemia puso a prueba a las comunidades migrantes a varios niveles, no solo por las dificultades económicas, sino también por el avance de expresiones de racismo y xenofobia con especial animosidad a las comunidades asiáticas. Como cara positiva, esta situación de crisis también ha permitido que las asociaciones de la diáspora lleven adelante actividades de solidaridad y a su vez impulsen demandas a los gobiernos locales (como en el caso de Agenda Migrante 2020). Estas exigencias ponen sobre la mesa la necesidad de una mayor intervención estatal sobre la economía y la gestión de algunos bienes comunes, con especial énfasis en la salud pública (Katz, 2020). En este sentido consideramos que la promoción de la comunicación entre las diásporas, los expertos, los gobiernos y la comunidad internacional a escala mundial puede permitir hallar las mejores prácticas y experiencias para responder a los retos que la pandemia impone (OIM, 2020). Tener en cuenta iniciativas como las de *Corea Se Une* puede contribuir al desarrollo de esta agenda urgente.

Notas

1. Por medio del Decreto de Necesidad y Urgencia n° 297/2020 se estableció que con el fin de proteger la salud pública frente a la propagación del nuevo coronavirus, todas las personas que habitan, o se encuentren temporalmente, en las jurisdicciones donde rige esta normativa deben permanecer en sus domicilios habituales, solo pudiendo realizar desplazamientos mínimos e indispensables para aprovisionarse de artículos esenciales.

2. <https://bit.ly/37Lq0J7>

3. <https://bit.ly/3dNIL3B>

4. Según datos del Ministerio de Asuntos Exteriores de Corea del Sur para el año 2019, 21820 de los 23063 coreanos que viven en Argentina (94.6%) se encuentran en Ciudad de Buenos Aires.

5. Las relaciones diplomáticas se iniciaron en 1962 cuando ya empezaba a haber presencia de migrantes coreanos desde países de la región, en especial reemigrados desde Paraguay y Bolivia en donde era más fácil conseguir el permiso migratorio (Mera, 2009).
6. El gae o kye es un tipo de cooperación informal que consiste en un sistema de crédito rotativo que se da dentro de la red solidaria comunitaria. El mismo consiste en que un conjunto de familias se reúne y deposita una vez por mes una determinada cantidad de dinero que luego será sorteada; permitiéndoles a algunos de los participantes invertir dichas sumas en sus emprendimientos (Mera, 2012a).
7. Al menos un 80% de los más de 20 mil coreanos que viven en Argentina están desempeñándose en la industria textil (Kim, 2020).
8. “Este término fue utilizado por primera vez en los medios de comunicación chinos para describir el auge alcanzado por distintas expresiones de la industria cultural coreana” (Bialogorski y Kim, 2018, p. 170).
9. <https://bit.ly/2NYqDbr>
10. <https://bit.ly/2Pd4ve5>
11. <https://bit.ly/2O1FdP6>
12. <https://bit.ly/3aQWAev>

Referencias bibliográficas

- Agenda Migrante 2020. Informe final sobre la “Situación de la población migrante/extranjera en argentina ante el avance del coronavirus”.
- Arfuch, L. (2002). *El espacio de lo biográfico. Dilemas de la subjetividad contemporánea*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Basualdo, E. (2001). *Sistema político y modelo de acumulación en la Argentina - Notas sobre el transformismo argentino durante la valorización financiera, 1946-2001*. Universidad Nacional de Quilmes Ediciones.
- Bialogorsky, M. (2004). Argentina. Logros de una inmigración reciente. En: *Cuando Oriente Llegó a América*. Washington D.C. BID.
- Bialogorsky, M, y Kim, S. (2018). ““Cuando Jung tiene hambre”: La difusión de la cultura coreana en la sociedad argentina actual”. En *I Workshop de Estudiantes y Jóvenes Investigadores en Estudios Coreanos*. Córdoba: Ansenzuza.
- Bialogorsky, M. (2019). “Sociabilidades e interculturalidad en el centro comercial “Ave-llaneda” de la Ciudad de Buenos Aires”. En Fischman, F. (compilador). *Migraciones, movilidades e interculturalidad: nuevos espacios de (des)encuentro en la Ciudad de Buenos Aires*. Buenos Aires: Teseo
- Bourdieu, P. (1986). *The Forms of Capital*. En J. Richardson, *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241-258). Westport, CT: Greenwood.
- Bruzelius, C. y Ratzmann, N. (2020). “Extended solidarity? the social consequences of Covid-19 for marginalised migrant groups in Germany”. LSE European Politics and Policy (EUROPP).

- CEPAL (2020). *Los efectos del COVID 19: una oportunidad para reafirmar la centralidad de los derechos humanos de las personas migrantes en el desarrollo sostenible*. Naciones Unidas, 2020.
- Chaure, D. (2020). “Las organizaciones civiles de la diáspora coreana y sus implicancias en la diplomacia pública de Corea del Sur. Estudio comparativo de Argentina y México”. En: Consani, N.; Bavoleo, B. y Ramoneda, E. *Corea del sur, puente entre el Este de Asia y América Latina y El Caribe*. UNLP.
- Gamlen, A. (2020). “Migration and mobility after the 2020 pandemic: The end of an age?” COMPAS Working Papers WP-20-146. Oxford: Centre on Migration, Policy and Society.
- García Daris, L. (2008). “La integración de la actividad coreana en Argentina desde los aspectos de las artes marciales y la cultura”. En *Cuadernos de estudio de las relaciones internacionales Asia-Pacífico-Argentina* n 4.
- Katz, C. (2020). Entrevista con *Jacobin América Latina* n°1. Primavera austral 2020.
- Kim, J. (2016). “¿Qué hace que los inmigrantes coreanos de Argentina se concentren en la industria de la indumentaria?” *Miríada: Investigación en Ciencias Sociales*. Vol. 8, N°. 12, 2016, págs. 77-94.
- Kim, J. (2017). *Ethnicity and Opportunity: Korean Entrepreneurship in the Argentine Garment Industry*. Tesis de doctorado en Filosofía en Estudios Asiáticos. The University of Auckland.
- Kim, J. (2020). “Ethnicity, opportunity, and upward mobility: Korean entrepreneurship in the Argentine garment industry 1965-2015” *Asian Ethnicity*, 21 (3). pp. 373-392. ISSN 1463-1369.
- Lee, J. (2018). “Espacios de la identidad en transformación. El caso de jóvenes argentino-coreanos en la post crisis del 2001 en Argentina”. En *I Workshop de Estudiantes y Jóvenes Investigadores en Estudios Coreanos*. Córdoba: Ansenzuza.
- Lee, J. (2019). “La Transformación de los Espacios Étnicos de la Colectividad Coreana en Buenos Aires a partir de la Crisis 2001 en Argentina”. *Asian Journal of Latin American Studies* (2019) Vol. 32 No. 3: 1-28.
- Mera, C. (1998). *La inmigración coreana en Buenos Aires. Multiculturalismo en el espacio urbano*. Buenos Aires: EUDEBA.
- Mera, C. (2008). La comunidad coreana de Buenos Aires: una experiencia de convivencia intercultural. En: *Sociedad* Vol. 27 p. 83-93.
- Mera, C. (2009). “La diáspora coreana en América Latina” en Ramírez Bonilla, J. *Transiciones coreanas: permanencia y cambio en Corea del Sur en el inicio del siglo XXI*. México: Colegio de México.
- Mera, C. (2011). El concepto de diáspora en los estudios migratorios: reflexiones sobre el caso de las comunidades y movibilidades coreanas en el mundo actual. En *Revista de Historia* n° 12, Facultad Nacional de Humanidades. Universidad Nacional del Comahue.
- Mera, C. (2012a). “Los migrantes coreanos en la industria textil de la Ciudad de Buenos Aires. Inserción económica e identidades urbanas”, *Revue Européenne des Migrations Internationales*, Vol. 28, No. 4, pp. 67-87.
- Mera, C. (2012b). Crisis and Social Change: the Impact of the 2001 Crisis on the Life of the 1.5 generation in Argentina. En *Koreans in Latin America*. University Press of Florida.

- Mera, C. (2012c). La experiencia transnacional de un grupo de jóvenes coreanos de Argentina. Voces en el Fenix; Lugar: Buenos Aires; Año: 2012 vol. 21 p. 122-127
- Mera, C. (2016). "Migración coreana y china en Argentina, 1960-2000". En OIM. *Los inmigrantes en la construcción de la Argentina*. Buenos Aires: OIM.
- OIM (2020). Respuestas de las diásporas de todo el mundo frente a la crisis de la COVID-19. Las mejores prácticas desde el terreno. Ginebra, Suiza.
- Park, K. (2020). "From Vendedor to Fashion Designer". *ReVista. Harvard Review of Latin America*. Fall 2018, Volume XVIII, number 1.
- Portes, A. (2002). "La sociología en el hemisferio. Hacia una nueva agenda conceptual" *Revista Nueva Sociedad* n°178. Marzo-Abril de 2002.
- Radulovich, R. (2015). ¿Cómo se produjo la inmigración coreana en Argentina y cuáles fueron las diferencias con otros países de América Latina? en Iadevito, P. y Lanare, L. (comp). *Estudios Coreanos en el escenario Sur-Sur*. Buenos Aires: Ed. Imago Mundi.
- Ramonet, I. (2020). "La pandemia y el sistema-mundo" *Le Monde Diplomatique*. Abril de 2020.
- Sassone, S. y Mera, C. (2007). *Barrios de migrantes, espacios interculturales: coreanos y bolivianos en la Ciudad de Buenos Aires*. XXVI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. Asociación Latinoamericana de Sociología, Guadalajara.

Abstract: This paper aims to analyze the socio-historical conditions that allowed the Korean community in Argentina to deploy solidarity initiatives in the context of the COVID-19 crisis. Firstly, we describe the process of economic adjustment in the garment industry using the concepts of ethnic enclave, social capital and mixed embeddedness considering the economic and political contexts that Argentina has gone through since the first Korean migratory contingents arrived in the mid 1960s. Secondly, we analyze the effects of the 2001 crisis on intra-community life in general and focusing in the identity changes for the younger generations in particular. Next, the solidarity project "Corea se Une" will be analyzed, using as main sources the campaign's social media profiles, web portals of Korean community organizations and local media. Finally, we conclude pointing out the challenges and potentials of the Korean community social intervention in the current emergency situation.

Keywords: migrations - Korean community - garment industry - social capital - identity - ethnic solidarity.

Resumo: Neste artigo, propomos analisar as condições sócio-históricas que permitiram à comunidade coreana na Argentina implantar iniciativas de solidariedade no contexto da crise do COVID-19. Em primeiro lugar, desenvolveremos o processo de inserção econômica na indústria têxtil a partir dos conceitos de enclave étnico, capital social e raízes mistas nos contextos econômico-políticos pelos quais passou a Argentina desde a chegada dos primeiros contingentes migratórios em meados 1960s. Em segundo lugar, descreveremos

os efeitos da crise de 2001, colocando as suas repercussões na vida intracomunitária em geral como eixo central e como ponto de ruptura identitária para as gerações mais novas em particular. A seguir, será analisado o projeto de solidariedade “Corea Se Une”, tendo como principais fontes os perfis das redes sociais da campanha, portais de organizações comunitárias coreanas e meios jornalísticos. Por fim, faremos uma reflexão sobre os desafios e potencialidades da intervenção social da comunidade coreana na atual situação de emergência.

Palavras chave: migração - comunidade coreana - indústria têxtil - capital social - identidade - solidariedade étnica.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]
