



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

**SEDE EL GIRÓN**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**DIPLOMACIA DIGITAL DE COREA DEL SUR EN INSTAGRAM:  
DONACIONES DE SEGURIDAD Y MARCA PAÍS (2024)**

**Trabajo de titulación previo a la obtención de**

**Título de Licenciado en Comunicación Social**

**AUTOR: DARWIN ALEXANDER ESTÉVEZ SÁNCHEZ**

**TUTORA: JOHANNA FRANCISCA ESCOBAR TORRES**

**QUITO – ECUADOR**

**2025**

**CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL  
TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Darwin Alexander Estévez Sánchez con documento de identificación N 1718172560 manifiesto que: Soy el autor y responsable del presente trabajo; y, autorizo a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Quito, 18 de julio de 2025

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, consisting of the letters 'D', 'A', and 'E' followed by a stylized 'S' and 'A'.

Darwin Alexander Estévez Sánchez

1718172560

**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL  
TRABAJO DE TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD  
POLITÉCNICA SALESIANA**

Yo, Darwin Alexander Estévez Sánchez con documento de identificación N° 171817256-0 expreso mi voluntad y por medio del presente documento cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del Artículo Académico: “Diplomacia digital de corea del sur en Instagram: donaciones de seguridad y marca país (2024).” el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciado en Comunicación, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En concordancia con lo manifestado, suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 18 de Julio de 2025

Atentamente,



Darwin Alexander Estévez Sánchez

1718172560

## CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Johanna Francisca Escobar Torres con documento de identificación N°1714010301, docente de la Universidad, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: “Diplomacia digital de corea del sur en Instagram: donaciones de seguridad y marca país (2024).”, realizado por Darwin Alexander Estévez Sánchez con documento de identificación N° 171817256-0, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 11 de julio de 2025

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink that reads "Johanna E.T." with a stylized flourish at the end.

Lic. Johanna Francisca Escobar Torres, PhD.

1714010301

## ÍNDICE DE CONTENIDO

Introducción	1
Aproximación Teórica	4
Comunicación estratégica transmedia	4
Comunicación digital diplomática	7
Diplomacia 4.0	9
Marca país	13
La semiótica de los contenidos digitales	14
Metodología	16
Resultados	21
Conclusiones	27
Referencias	30
Anexos	32

## RESUMEN

Este artículo analiza las estrategias de diplomacia digital empleadas por la Embajada de Corea del Sur en Ecuador durante el año 2024, a través de su cuenta oficial de Instagram. El objetivo principal es examinar cómo se integran las donaciones para seguridad en la construcción de la marca país, en donde se usa una metodología de carácter mixto combinando el análisis semiótico cualitativo y las métricas cuantitativas de interacción. Desde un enfoque interdisciplinario que abarca la comunicación estratégica, la diplomacia pública digital, y los estudios de poder blando, se aborda la transformación de la diplomacia tradicional hacia una diplomacia 4.0 basada en plataformas digitales.

El estudio revela que las publicaciones que combinan la cooperación internacional con cuestiones de seguridad local obtienen mayor interacción, lo que evidencia una adaptación estratégica del contenido. Mediante el análisis semiótico de Roland Barthes, se identifican significados connotativos que proyectan modernidad, confianza y liderazgo tecnológico, lo cual sitúa a Corea del Sur como un aliado estratégico dentro del contexto ecuatoriano que se ve marcado por el creciente índice de inseguridad. Las plataformas digitales, especialmente Instagram, se configuran como escenarios de disputa simbólica, donde se negocian la legitimidad y el poder blando de los Estados.

Los resultados muestran que la diplomacia digital surcoreana no solo informa, sino que también construye vínculos simbólicos mediante narrativas visuales cohesivas en un ecosistema transmedia. La marca país coreana se consolida mediante la eficaz combinación de valores culturales, cooperación internacional y tecnología, reafirmando su influencia como potencia geopolítica en el entorno digital latinoamericano contemporáneo.

Palabras clave: diplomacia digital, marca país, geopolítica, Corea del Sur, Instagram

## **ABSTRACT**

This article analyzes the digital diplomacy strategies employed by the South Korean Embassy in Ecuador in 2024, as reflected on its official Instagram account. The primary objective is to investigate how security donations are integrated into country brand building, employing a mixed-methodology approach that combines qualitative semiotic analysis with quantitative engagement metrics. From an interdisciplinary approach that encompasses strategic communication, digital public diplomacy, and soft power studies, it addresses the transformation of traditional diplomacy towards a 4.0 diplomacy based on digital platforms.

The study reveals that publications that combine international cooperation with local security issues obtain greater interaction, evidencing a strategic adaptation of the content. Through the semiotic analysis of Roland Barthes, connotative meanings are identified that project modernity, trust, and technological leadership, positioning South Korea as a strategic ally in an Ecuadorian context marked by insecurity. Digital platforms, especially Instagram, are configured as scenarios of symbolic dispute, where the legitimacy and soft power of States are negotiated.

The results show that South Korean digital diplomacy not only informs but also builds symbolic links through cohesive visual narratives in a transmedia ecosystem. The Korean country brand is consolidated through the effective combination of cultural values, international cooperation, and technology, reaffirming its influence as a geopolitical power in the contemporary Latin American digital environment.

**Keywords:** digital diplomacy, nation branding, Geopolitics, South Korea, Instagram

Comunicación Estratégica, Comunicación Digital, Diplomacia Pública, Relaciones Internacionales

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación se desarrolla desde un análisis de contenido de la página oficial de Instagram de la embajada de Corea en Ecuador (@embajada\_corea\_ecuador), con el fin de ubicar los contenidos que abarcan la diplomacia desde la cooperación internacional a través de donaciones de seguridad y la construcción de marca país, para establecer un marco referencial sobre las estrategias de comunicación de contenidos públicos oficiales, enfocándose en la imagen digital de gobiernos reconocidos en desarrollo tecnológico social.

El enfoque interdisciplinario de esta investigación, que abarca comunicación estratégica, comunicación digital, estudios culturales y relaciones internacionales, proporciona una perspectiva relevante que analiza específicamente elementos de marca país y donaciones de seguridad. Superando la limitación comercial y cultural aislada que se encuentra en otros estudios, pero justificando el *soft power* que caracteriza a Corea del sur como un actor estratégico en relaciones internacionales y en el uso de tecnologías digitales.

Respecto a la comunicación, la diplomacia se adapta mediante el uso de plataformas digitales. A través de estas, los estados en redes proyectan su imagen en un espacio público global como ocurre, por ejemplo, en Instagram. Las prácticas de comunicación diplomáticas para Játiva (2023) aparecen en un ámbito del cual transforma la antigua diplomacia enfocada en la relación gobierno-gobierno a una relación gobierno-sociedad de los demás países (p. 23) Este proceso transforma las comunicaciones internacionales tradicionales en narrativas en multiplataforma, generando la construcción de su diplomacia digital y una lectura de sus estrategias de comunicación de acceso público.

Con el paso del tiempo, las tácticas de la comunicación diplomática han cambiado, pasando de ser tradicional a ser una diplomacia pública de tipo digital. Todo esto va en línea con la posición de McLuhan (1964), quien afirma que el mensaje de un medio o una tecnología reside en las modificaciones de escala, de ritmo o de patrones que inauguran de forma habitual en lo que atañe a las actividades de las personas (p. 7). Este cambio hacia lo digital se puede comprobar en páginas oficiales como la del gobierno de Corea, la de la embajada ante Ecuador y sus propias redes sociales, lo que permite, por otra parte,

una mayor dinámica de la comunicación de eventos diplomáticos de cooperación bilateral., específicamente donaciones de seguridad y su construcción conjunta con marca país, elementos estratégicos de la comunicación digital cargados de significados y simbología asociados al soft power en un contexto de inseguridad e incertidumbre social en un Ecuador del año 2024.

El liderazgo de la región asiática en el ámbito digital es un conjunto de políticas exteriores diseñadas específicamente para articularse en el desarrollo tecnológico, proyección cultural y cooperación internacional como pilares fundamentales de su imagen global según la página del gobierno surcoreano, (Ministry of Foreign Affairs, Republic of Korea, 2024). La implementación de estrategias de diplomacia digital, integrando narrativas transmedia, se exhibe en los fenómenos culturales, tecnológicos y de cooperación conocido como *Hayllu* u *ola coreana*. En esta línea, hemos decidido utilizar Instagram como la plataforma donde se llevará a cabo el análisis de contenido porque, además de ser una herramienta de naturaleza eminentemente visual, es una forma adecuada de llevar a cabo la divulgación pública de la imagen coreana y de los valores culturales coreanos.

La imagen nacional forma parte de la percepción internacional de un país. Requiere una serie de técnicas comunicacionales que forman parte de la circulación informacional. Para Tornado Vásquez (2022), el uso de instrumentos de la diplomacia permite captar la atención en un otro tipo de sociedades y contextos socioculturales (p. 13). Esta innovación es analizada desde las plataformas digitales Instagram, en un escenario de seguridad crítica en Ecuador. Según algunos medios como Primicias (2024), el 70% de la población ecuatoriana percibe la inseguridad como el principal problema nacional, una problemática del abandono sistemático político que se ha venido incrementando a través de los años, según el INEC (2023) con un incremento del 40% en homicidios entre 2022-2023.

Las donaciones de seguridad son parte de una construcción en las estrategias de comunicación de la República de Corea en Ecuador que se evidencian en las plataformas Instagram, Facebook y Youtube, como parte de su diplomacia digital (Ministry of Foreign Affairs, Republic of Korea, n.d.) Esta perspectiva se añade con teorías de esferas públicas (Castells, 2008) y la semiótica de Barthes 1997, extendiendo el análisis de la producción visual de identidad y su relación con Marca País.

La marca país y su comunicación diplomática que según Frutos, 2024 las plataformas digitales permiten narrativas locales combinando símbolos nacionales con contextos locales, son parte de los mensajes que trascienden el contenido explícito, para comunicar sobre la relación misma en el intercambio comunicativo. En términos metodológicos, como Sampieri sugiere que "la codificación abierta, axial y selectiva en la teoría fundamentada permite organizar los datos emergentes y construir categorías conceptuales sólidas" (Sampieri et al., 2023, p. 203) donde las imágenes que estén en el contexto de donaciones de seguridad son relevantes para el análisis.

Los recursos mencionados anteriormente sirven como herramientas para llevar a cabo tácticas de comunicación diplomática eficaces dentro de un contexto digital, especialmente al momento de dar respuesta a problemáticas relacionadas con la inseguridad y amenazas de tipo crítica para las relaciones internacionales. Un plus de la agenda de cooperación de la representación diplomática surcoreana que refuerza una imagen nacional en Ecuador. Tal y como lo expresan Fiallo (2024), en un mundo globalizado, las plataformas digitales se convierten en herramientas utilizadas en la práctica diplomática que articulan escenarios donde surgen múltiples posibilidades de acción.

El Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana de Ecuador (2025) señala que el Ecuador cuenta con 43 representaciones diplomáticas en un espacio físico y lógicas sociales similares lo cual influye en el modo en que se comunican sus prácticas de comunicación digital mediante la producción de contenidos de interés público. Resulta relevante que las regiones asiáticas, ajenas al mecanismo y construcción cultural de nuestro país, publican contenidos adaptados y funcionales que enriquece con nuevas percepciones a la lectura local.

La idea es ampliar la comprensión de lo que la diplomacia digital bien organizada puede llegar a constituir exponencialmente en las comunicaciones en regiones extranjeras. Su influencia como un aspecto de *soft power* un concepto ampliado por Nye (2008) parte de su imagen como una marca país plenamente identificada (Frutos, 2024), aunque el *soft power* coreano prepara una imagen positiva, estudios como los de Lee (2021) señalan que su efectividad varía según argumentos culturales. En Ecuador, la preferencia por productos locales sobre el *K-pop* podría limitar su impacto desde otro aspecto como cooperación por donaciones de seguridad, sin alejarse de la producción de

su imagen como marca país y los contenidos como fenómenos comunicativos contemporáneos. McLuhan (1964) refleja esta integración sobre la influencia del medio en el mensaje, de este modo, plataformas como Instagram ejemplifican la hibridación entre producción y consumo en la era digital, la adaptación a la que está relacionada a la interacción entre redes y contenidos en la web.

Como principal objetivo, diseñan un análisis de contenido de las estrategias de comunicación digital y marca país de la Embajada de la República de Corea en Ecuador en su cuenta oficial de Instagram y necesitaremos primero identificar los temas y formatos de contenido en Instagram de la Embajada de Corea del Sur en Ecuador sobre donaciones de seguridad en el año 2024, evaluar el impacto de sus estrategias de comunicación digital mediante el análisis de *engagement* (interacciones, alcance y percepción) y examinar cómo los elementos de marca país se integran en su diplomacia pública, especialmente en contenidos sobre donaciones de seguridad.

Esta tela de objetivos nos mueve a encontrar la solución para una pregunta fundamental: ¿De qué manera usa la representación diplomática surcoreana en Ecuador sus estrategias comunicativas en Instagram durante 2024, mediante la publicación de aportaciones en materia de seguridad y de comunicación digital?

## **APROXIMACIÓN TEÓRICA**

### **Comunicación estratégica transmedia**

El término comunicación estratégica transmedia proviene de determinados investigadores contemporáneos, destacando la figura de Henry Jenkins que ha elaborado el concepto que consiste en poner en movimiento diferentes partes de un relato por medio de los muchos canales actuales, constituyendo una experiencia interactiva y unida para sus consumidores (Jenkins, 2007). Dicho planteamiento teórico, inicialmente formulado a partir de productos propios de la cultura y del entretenimiento, será útil para el análisis de las estrategias de comunicación diplomática digital, un ámbito en el que los estados producen discursos acerca de su cultura nacional a través de plataformas digitales del mundo occidental.

Revisando la publicación de Pamment (2015) quien recordaba básicamente como *engagement transmedia*, por la relación de contenido institucional y la retroalimentación que las plataformas digitales ofrecen a los países usuarios al exponer su imagen. Esta narrativa en la diplomacia digital se desarrolla como parte de las multiplataformas digitales donde cada una contribuye a la construcción del mensaje diplomático mundial. Esta aproximación permite a las naciones proyectar su *soft power* de manera eficiente, adaptando sus mensajes a las especialidades de cada plataforma digital y su adaptación tecnológica.

La embajada plasma esta estrategia mediante su presencia integrada en Instagram, Facebook, Youtube y su propio sitio web. Las funciones de las distintas plataformas son: Instagram, donde ya tiene más de catorce mil seguidores, consiste en la comunicación visual inmediata; Youtube en ofrecer un contenido audiovisual amplio; y el propio sitio web en aportar datos más concretos sobre políticas y programas. Esta puesta en práctica se ve configurada principalmente como una macro construcción estratégica coherente con sus políticas públicas exteriores. Esto provoca que eventos como las donaciones de seguridad se aliasen con diversos niveles de enfoque y profundidad en función de las características de cada público.

Según Tornatos Frutos (2024), la comunicación estratégica se define como “un método de gestión que tiene como objetivo unificar todas las comunicaciones tácticas dentro de una estrategia global más abarcadora” (p.39). En este marco, las donaciones de seguridad de Corea del Sur a Ecuador no son actos aislados de cooperación internacional, sino parte de una macro estrategia comunicativa integral que busca posicionar a Corea como un socio tecnológico confiable y un actor responsable en la narrativa internacional.

De acuerdo con Rodríguez (2012), este fenómeno "también surge y se desarrolla ya distribuido en distintos medios y canales, alimentado por productores profesionales y por seguidores aficionados, a veces extraordinariamente activos y competentes" (p. 66). Esta visión permite vislumbrar la estrategia adoptada por el gobierno surcoreano para concretar la difusión del soft power, que se encuentra desarrollado por Nye, a partir de programas como K-supporters, grupo de personas con gustos de afinidad compartida que trabajan a la par en tareas estrechamente vinculadas a las instituciones diplomáticas.

Este recurso humano trabaja junto con la producción de la agenda digital de la embajada en Ecuador por lo que los contenidos que se generaron en este año, 2024, pueden participar de sus producciones aficionadas y profesionales expuestas como una evolución al ejercicio comunicativo, lo que incentiva el gobierno de Corea del Sur a través de los años.

El ministerio de relaciones exteriores de Corea, a través de sus embajadas alrededor del mundo, logran comunicarse de manera efectiva tanto con su gobierno en agenda de cooperación y con la sociedad coreana que radica en países del exterior como lo es Ecuador. Este fenómeno comunicativo muestra de innovación y modernismo, a pesar de tener su propia caligrafía y sus propias redes sociales como KakaoTalk.app y Naver.ko, ellos adaptan sus contenidos públicos a los países extranjeros a través de las embajadas y su comunicación local.

La adaptación de contenidos al contexto local representa un elemento importante de la comunicación estratégica transmedia. Como indica Farinango (2024). “La narrativa transmedia, una metodología y estrategia para planificar, diseñar y producir los nuevos flujos comunicativos” (p. 8). Requiere la adaptación de los contenidos al lenguaje local, de esta forma se convierte en una invitación a la lectura por parte del país receptor. Esta adaptación no implica únicamente traducción al nivel lingüístico, sino una recodificación cultural que permita que los valores y mensajes coreanos sean atractivos para las audiencias ecuatorianas.

Nos permite observar la influencia cultural, tecnológica, educativa y de cooperación de la república asiática en varias plataformas interconectadas y que responden a los intereses del gobierno, por ejemplo, en materia de cooperación, la donación de Scooters de vigilancia equipados para la policía nacional, que esta reforzado por un video de Youtube que tiene más contenido y datos sobre el evento a los seguidores y público en general. En materia de educación superior, promocionan becas para estudiantes y profesionales totalmente pagadas entre todas las plataformas, en publicaciones interconectadas, entre Facebook, X, Instagram, YouTube y la página oficial.

La estrategia comunicacional que lleva a cabo Corea del Sur como nación hacia el mundo internacional es una parte del desarrollo tecnológico que sobresale en su

contexto social y cultural. Para Torrado Vásquez (2022), "la grandeza de la cultura y la influencia del fenómeno Hallyu han logrado contribuir mucho al desarrollo económico y en términos de la investigación, también ha podido crear una imagen positiva de Corea del Sur en todo el mundo" (p. 10). Los objetivos de la diplomacia pública que establece el gobierno surcoreano se basan en el consumo de su cultura y valores, sus productos y sus tradiciones. Tradiciones como la cooperación internacional que aborda un universo de enlaces de promoción de su *soft power*, como parte de su estrategia diplomática.

El Ministerio de Asuntos Exteriores de Corea (MOFA) establece lo siguiente:

"La diplomacia pública coreana es una herramienta para lograr relaciones diplomáticas a través de un contacto directo con los ciudadanos de otros países que incluya nuestras historias, tradiciones, cultura, arte, valores, políticas y visiones de la nación. Esto sirve para reforzar nuestras relaciones diplomáticas y prestigio internacional construyendo a la vez la confianza de la comunidad global para expandiendo la fuerza mundial del país" (MOFA, sin fecha, párr. 3).

Esta iniciativa forma parte de una estrategia comunicacional de enorme dimensión que afecta diversos aspectos de las relaciones bilaterales y que se encuentra presente en los distintos elementos comunicacionales contemporáneos.

Por medio de su cuenta oficial de Instagram, la cual es otro de los componentes de sus narraciones para la construcción del universo simbólico de la imagen de la nación surcoreana, como parte de su estrategia de comunicación, que ha sido construida de acuerdo a las exigencias de los medios digitales en 2024.

### **Comunicación digital diplomática**

Las relaciones internacionales contemporáneas sufrieron una transformación con la digitalización de la comunicación diplomática. En este sentido, McLuhan (1964) es quien afirmó el medio es el mensaje, anticipando esta transformación y sugiriendo que los canales de comunicación ejercen una influencia fundamental sobre la naturaleza del mensaje transmitido como Instagram, que al ser una plataforma de comunicación digital que privilegia contenidos visuales como fotografías y videos, modificando el estilo en que los Estados presentan su imagen internacional. Aquí el mensaje se puede leer a través de la carga simbólica que tienen las imágenes, así como la interactividad que gracias a la

eficiencia e inmediatez reconfiguró la naturaleza tradicional de la comunicación diplomática en una sociedad.

El teórico contemporáneo, Castells (2008) conceptualiza esta transformación en términos de la emergencia de una sociedad de la información donde "la esfera pública se construye cada vez más en torno a redes de comunicación globales, que trascienden las fronteras de los estados-nación" (p. 80). Esta reconfiguración de la comunicación diplomática implica que los Estados deben desarrollar competencias específicas para operar efectivamente en entornos digitales que se enfocan en diferentes lógicas a los canales diplomáticos tradicionales.

Entre las principales características de la comunicación digital diplomática están la inmediatez, la interactividad y la transparencia que se genera. Como señala Schirato y Yell (2000), la comunicación se basa en la construcción constante de significados, siempre condicionados por contextos sociopolíticos y con elementos culturales particulares. En el contexto digital, estas condiciones se amplían para incluir algoritmos, métricas de *engagement* y dinámicas de viralización que pueden amplificar o distorsionar los mensajes diplomáticos originales.

Siguiendo como ejemplo las donaciones de seguridad, que bien pueden ser vistas como un acto de caridad, la embajada de Corea emplea recursos estratégicos como elementos visuales, *hashtags* y narrativas que buscan generar empatía y proximidad con las audiencias locales, dirigiendo a las donaciones como expresiones de solidaridad entre naciones hermanas con valores compartidos, en esta línea, Robles Gómez (2023) subraya que tanto la cortesía como la construcción de una imagen positiva constituyen herramientas persuasivas esenciales en el ámbito de la diplomacia, ya sea a través de intercambios verbales o mediante expresiones no verbales sosteniendo a Instagram como parte fundamental de esta imagen solidaria que proyecta la embajada en Ecuador.

En el contexto de la diplomacia digital coreana, esta requiere estrategias comunicativas que anticipen y gestionen las diferentes formas de recepción del mensaje. La teoría del *encoding/decoding* de Stuart Hall (1973) muestra un marco analítico para comprender como las comunicaciones diplomáticas son interpretadas por diferentes audiencias. Los mensajes mediáticos pueden ser decodificados de manera dominante (aceptando el significado preferido), negociada (aceptando parcialmente el mensaje) u

oposicional (rechazando el significado preferido). Este análisis sugiere una lectura de símbolos y significados, que deben ser concebidos desde esta coyuntura tecnológica. La innovación de los procesos y de los analistas sociales nos llevan a un nuevo entendimiento de fenómenos comunicativos.

Conforme a la opinión de Alejandro Barros, un experto en políticas públicas digitales, las normativas que favorecen la digitalización implican flexibilidad a situaciones cambiantes y han de ser capaces de instaurar las condiciones necesarias para la marcha del progreso económico, jurídico, social y cultural, a fin de permitir que las incapacidades sean menos incapacitantes para abordar el cumplimiento de la Sociedad de la Información (Barros, 2012). Para 2024, el deterioro de la visión de Ecuador en materia de seguridad es notable; aunque la nación coreana no tiene el interés de conocer o intervenir en la política interna ecuatoriana—lo que sí pone en evidencia a través de su Instagram y sus contenidos en términos de seguridad—es precisamente la investigación a través de las evaluaciones que llevan a cabo los diplomáticos foráneos de esta misión en el periodo enunciado.

Para llegar a dirigir narrativas de cooperación desde las donaciones de seguridad que involucran no solo al gobierno y su administración sino a todo el pueblo ecuatoriano que puede beneficiarse de estas estrategias de políticas internacionales que promueve el gobierno surcoreano, como la donación de scooters, o el buque de patrullaje, el auto de presidencia entre otras charlas de seguridad y colaboraciones interinstitucionales entre la policía nacional ecuatoriana y coreana. Generando no solo contenido y narrativas específicas, sino una clara imagen positiva, acerca de los ejercicios de comunicación y las saludables relaciones bilaterales que estas dos naciones pueden llegar a conjugar desde la comunicación diplomática digital en el año 2024.

## **Diplomacia 4.0**

Rodríguez Vega (2023) define la Diplomacia 4.0 como una versión más avanzada de la actividad diplomática que se cruza con determinadas herramientas tecnológicas (por ejemplo, la utilización de la inteligencia artificial, el procesamiento de la *big data* y las plataformas sociales digitales) con el fin de maximizar las decisiones a nivel de estrategia política. Esta 4ª generación del avance diplomático de la diplomacia digital se basa

precisamente en el uso de tecnologías de frontera que permiten rastrear instantáneamente el sentir de la ciudadanía, adaptar las comunicaciones y controlar emergencias de carácter comunicativo.

Desde la óptica surcoreana, el Segundo Plan Maestro de la Diplomacia Pública (2023-2027) establece como meta estratégica la creación de un entorno digital e innovador destinado a la diplomacia pública (Ministry of Foreign Affairs, Republic of Korea, 2024, párr. 3). Operan de forma integrada con la inclusión de tecnologías de metaverso e inteligencia artificial. La aplicación tecnológica pone de manifiesto la percepción coreana acerca de que la eficacia diplomática de la actualidad se basa, fundamentalmente, en la capacidad innovadora y la transformación digital.

Para Gregory, B. (2023) el contexto actual, la diplomacia publica se ha consolidado como un campo de naturaleza multidisciplinaria, en el que se relacionan los estudios sobre comunicación, *soft power* y relaciones internacionales. Esta multidisciplinaria que señala es evidente en el sistema coreano, donde la diplomacia digital se relaciona con estrategias de promoción cultural (*Hallyu*), cooperación tecnológica, proyección de valores democráticos y las políticas internacionales coreanas que han ganado popularidad a través de canales digitales audiovisuales que desde su naturaleza de gestión social se puede medir el impacto de la diplomacia 4.0 con métricas como el *engagement rate*, que son los *likes*, *shares*, *comments*, etc. Todo lo cuantificable que la misma plataforma expone.

La diplomacia desde la digitalización de las narrativas puede enlazar públicos objetivos y acercarlos a intereses comunes acerca de la cultura coreana y su trabajo en el país. Dentro del ámbito de seguridad, de la cooperación y un análisis de la plataforma Instagram, podremos observar elementos audiovisuales que significan parte de un constructo global dirigido y evolucionado por el gobierno surcoreano. La visualización de banderas, letras coreanas, discursos fonéticos, saludos, símbolos asiáticos y funcionarios coreanos que forman parte de las misiones diplomáticas, incluyendo y sobre todos, el embajador como extensión de la imagen del gobierno surcoreano. Son elementos de *soft power*, que marcan la distinción y eficiencia. El progreso, la adaptación y evolución de los mismos significados nos brindan nuevos escenarios para la política internacional y su imagen como marca país.

“La 4RI se desenvuelve en un contexto de grandes disrupciones globales que están cambiando la forma en que operan las sociedades. La crisis generada por la COVID-19 se da en medio de una emergencia climática que pone en riesgo la estabilidad de la biosfera y la supervivencia de la especie humana. Tanto la crisis sanitaria, como la crisis ecológica, al igual que los posibles impactos disruptivos que trae consigo la 4RI, tienen un común denominador en el agotamiento de un paradigma que ha mostrado ser insuficiente para dar respuesta a las principales problemáticas de la sociedad global.” (Periche, 2023, p.6). El gobierno surcoreano entiende que no puede escapar a esta realidad geopolítica mundial, por eso la adaptación de sus políticas del exterior son imprescindibles para una correcta comunicación en tiempos de crisis. En el caso de la coyuntura ecuatoriana, la violencia, el narcotráfico y el abandono del gobierno son parte de las problemáticas que agravan un conflicto interno.

En este sentido, Nye (2004), en su libro *Soft Power: The Means To Success In World Politics*, afirma que la cultura, valores y la política exterior son las características principales del *soft power* de un Estado, debido a que la combinación de ellas despierta la atracción de otros países en establecer vínculos con un determinado Estado. En el caso de la cultura, es decir el conjunto de ideas, conocimientos y tradiciones compartidas por un pueblo o grupo social, Nye (2004) realiza una distinción entre *high culture*<sup>24</sup> y *low culture*<sup>25</sup>. En este sentido, es posible transmitir la cultura de un país por medio de turismo, intercambios académicos, exportaciones etc.; para lo cual, los medios de comunicación tienen un rol clave para visibilizar aspectos culturales distintivos por medio del cine, televisión, música, arte etc.” (Macías Quisaguano, 2023, p. 24)

Los objetivos del gobierno surcoreano son claros, incluso se distinguen sobre todo por lo que es mundialmente consumible, desde su tecnología, artes marciales como *tae kwon do*, *gastronomía*, *kdramas*, *kpop*, etc. Pero en materia de cooperación internacional se requiere un poco más de estudio de la coyuntura local, en especial en materia de donaciones, donde ya observamos el claro acercamiento de la tecnología y la industria en algunos de los productos donados que son un gran beneficio en especial por la coyuntura de inseguridad y violencia que atraviesa la nación tricolor. Es aquí donde podemos observar el *soft power* de Corea como líder estratégico en las relaciones bilaterales internacionales de Ecuador.

En palabras de Nye (2002) en relación al soft power "el poder suave es la habilidad que tiene una persona para preparar una agenda política para que los gustos de los otros se adapten", y por poner un ejemplo de una relación familiar unos padres prudentes que, si han educado a sus hijos en los principios y los valores convenientes, sabrán que su poder será más eficaz y duradero que si llevasen a cabo una educación que se basase en azotes, en la eliminación de la asignación del propio hijo y en esconder la llave del coche" (p. 30-31).

La República de Corea del sur suelen hacer memoria de la voluntad ecuatoriana en gestionar ayuda con comida en tiempos de la guerra civil coreana antes de su división durante actos nacionales. Es por eso que no dejan de retribuir toda la cooperación posible, siempre van de la mano con la colaboración internacional bilateral y con todos los países con los que tiene influencia. En el contexto ecuatoriano su influencia viene hace más de 30 años en las que ha cultivado una serie de grupos sociales con fines conjuntos con los del gobierno surcoreano, producto de su influencia y su adaptación a la revolución industrial.

“La 4RI se desenvuelve en un contexto de grandes disrupciones globales que están cambiando la forma en que operan las sociedades. La crisis generada por la COVID-19 se da en medio de una emergencia climática que pone en riesgo la estabilidad de la biosfera y la supervivencia de la especie humana. Tanto la crisis sanitaria, como la crisis ecológica, al igual que los posibles impactos disruptivos que trae consigo la 4RI, tienen un común denominador en el agotamiento de un paradigma que ha mostrado ser insuficiente para dar respuesta a las principales problemáticas de la sociedad global.” (Periche, 2023, p6.) La adaptación de sus políticas del exterior es imprescindible para una correcta comunicación en tiempos de crisis. El gobierno surcoreano comprende que no puede escapar a esta realidad geopolítica mundial, y en este caso de la coyuntura ecuatoriana, la violencia, el narcotráfico y el abandono del gobierno son parte de las problemáticas que agravan un conflicto interno donde la tasa de homicidios ya superó los 43 por cada 100.000 habitantes situando al país entre los más violentos de América del Sur (Human Rights Watch, 2024)

## Marca País

La marca país constituye un elemento fundamental de la diplomacia pública contemporánea, especialmente en contextos digitales donde la competencia por la atención de las audiencias es intensa. Anholt (2007) precisa la marca país como la percepción que los ciudadanos extranjeros tienen sobre distintos aspectos de un estado, configurando así una reputación mundial. Dentro del constructo coreano esta una multidisciplinariedad que incluyen innovación tecnológica, la riqueza cultural y el compromiso con la cooperación internacional.

Según lo indicado por el Ministerio de Asuntos Exteriores, el objetivo es definir a Corea del Sur como una gran fuerza dominante en ciencia, tecnología, y cultura que contribuye a la libertad, la paz, y la prosperidad global (Ministerio de Asuntos Exteriores, República de Corea, 2024, párr. 3). La táctica surcoreana de construcción de imagen de la nación parte del concepto de State Pivote Global (GPS), el cual coge forma mediante actividades de diplomacia pública que incluyen la divulgación del idioma coreano, programas de intercambio cultural, colaboración para un avance científico y tecnológico social.

La cultura, los valores políticos, la política exterior según Nye (2004) son recursos fundamentales del *soft power*. Se manifiestan de manera compuesta: la cultura popular como el *K-pop*, los *K-dramas* que promueven atracción inicial, los valores democráticos y de innovación son los que facilitan legitimidad y las políticas de cooperación internacional manifiestan un compromiso con la responsabilidad global. Aquí las donaciones de seguridad a Ecuador ejemplifican esta integración, presentando a Corea como una potencia tecnológica, confianza en la relación y una nación comprometida con la estabilidad regional.

Según Frutos (2024), existe una interrelación esencial entre la narrativa y la comunicación estratégica, ya que juntas permiten proyectar la identidad nacional, de manera eficiente en escenarios internacionales. Las narrativas permiten transmitir de manera persuasiva los valores, la cultura y la unión de un país, convirtiéndose en el fundamento sobre el cual se articula su estrategia comunicativa. A través de estos relatos, no solo se divulgan historias nacionales, sino que también se cultiva una conexión

emocional con audiencias mundiales. Este vínculo emocional incrementa la legitimidad simbólica del país y fortalece su reputación en la esfera internacional.

Este proceso es lo que se conoce como marca país, una herramienta diplomática y comunicacional que condensa elementos tangibles e intangibles como la cultura, el desarrollo tecnológico, el capital humano, el sistema político y la cooperación internacional para proyectar una imagen confiable y atractiva a nivel global. En el caso de Corea del Sur, su marca país se ha convertido en un componente estratégico de su diplomacia digital, apoyada en fenómenos culturales como *Hallyu*, en políticas exteriores de cooperación y en la integración de tecnologías emergentes como el metaverso, reafirmando su posicionamiento como líder geopolítico en innovación y cultura.

La construcción de una marca país en el medio digital exige la implementación de estrategias adaptadas a las particularidades de cada plataforma. En el caso de Instagram, esto implica una planificación cuidadosa del lenguaje visual, incluyendo colores institucionales, símbolos representativos y una estética coherente, así como la creación de narrativas que apoyen los valores de identidad del país y aseguren una conexión emotiva con las audiencias locales. En esta línea, Tornado Vásquez (2022) sostiene que la diplomacia puede ejercer una influencia significativa sobre diversas culturas cuando los gobiernos emplean de manera estratégica el *soft power* mediante recursos comunicativos especiales.

En Ecuador, esta influencia cultural facilita la receptividad hacia las iniciativas de cooperación coreana, creando un contexto favorable para la interpretación positiva de las donaciones en seguridad. Como señala Macías Quisaguano (2023), estas influencias pueden transmitirse a través del turismo, los intercambios académicos, las exportaciones y los medios de comunicación. La eficacia de la marca país coreana se evidencia en el fenómeno global del *Hallyu*, entendido como una manifestación cultural global que abarca ideas, conocimientos y tradiciones propias de la sociedad surcoreana.

## **La Semiótica en los Contenidos Digitales**

La teoría de Barthes (1997) establece que toda imagen funciona en dos niveles simultáneos: el denotativo (lo que se muestra literalmente) y el connotativo (los

significados culturales asociados). El análisis semiótico es una herramienta fundamental para comprender como se construyen y transmiten los significados en las comunicaciones diplomáticas digitales. Dentro de las publicaciones oficiales de Instagram, este contraste es importante para comprender como los Estados construyen narrativas que trascienden el contenido explícito.

La semiótica barthesiana en el análisis de contenidos diplomáticos digitales revela múltiples pisos de significación. Una fotografía de funcionarios coreanos entregando el vehículo de seguridad a la presidencia ecuatoriana opera simultáneamente en varios niveles semiológicos: denotativamente, es un acto de cooperación bilateral; connotativamente, sugiere modernidad tecnológica automotriz marca coreana, alianza estratégica y compromiso con la seguridad regional.

En el contexto de la diplomacia digital coreana, el mito del progreso tecnológico opera de manera sistemática: Corea se presenta como sinónimo de innovación, eficiencia y modernidad, naturalizando la asociación entre productos coreanos y superioridad tecnológica. Barthes es quien reconoce el concepto de mito como una forma de significación donde los significados culturales se naturalizan, presentándose como evidentes y universales.

Las comunicaciones diplomáticas digitales y el análisis semiótico deben considerar los códigos culturales específicos de las audiencias receptoras. Para Ecuador la percepción de las donaciones de seguridad se articula con narrativas locales sobre la crisis de inseguridad, la necesidad de modernización tecnológica, y las expectativas de cooperación internacional. la diplomacia coreana depende de su capacidad para conectar sus narrativas con estos códigos sociales ya presentes que muestran su efectividad.

La embajada de Corea emplea estratégicamente los siguientes recursos para la visibilidad y comprensión de sus mensajes en el contexto ecuatoriano. *Hashtags*, ubicaciones geográficas y *engagement rate*. Son elementos aparentemente secundarios que contribuyen significativamente a la construcción de la imagen diplomática de Corea, situando los contenidos en contextos específicos y facilitando su exposición en redes sociales.

## METODOLOGÍA

Según Hernández Sampieri et al. (2023). “el enfoque mixto permite una comprensión integral del fenómeno comunicativo combinando la profundidad analítica de los métodos cualitativos con la precisión cuantitativa de las métricas digitales” Este diseño resulta apropiado para el análisis de comunicación digital diplomática, donde la medición de impacto requiere tanto análisis cuantitativo de métricas de *engagement* como interpretación cualitativa de significados culturales y políticos. En consecuencia, el presente estudio inicia con un diseño mixto, descriptivo y analítico que combina elementos cuantitativos y cualitativos con el fin de proporcionar una comprensión total de las estrategias de diplomacia digital empleadas por la embajada de Corea en Ecuador.

Instagram representa el espacio favorito para la proyección de *soft power* y la construcción de narrativas visuales de identidades, entre ellas la identidad nacional. Los significados diplomáticos se construyen socialmente a través de la interacción entre productores de contenido, plataformas tecnológicas y audiencias receptoras de más de mil millones de usuarios.

La temporalidad de la investigación se enfoca en el año 2024, periodo caracterizado por una intensa y continua cooperación entre Corea del Sur y Ecuador, incluyendo la pre-firma del Acuerdo de Cooperación Económica Estratégica (SECA) y múltiples donaciones de seguridad que exponen el compromiso coreano con la estabilidad regional. Esta delimitación de tiempo es necesaria para analizar las estrategias de comunicación en un contexto de profundización de las relaciones bilaterales y crisis de seguridad en Ecuador en 2024 cuya tasa de muertes violentas disminuyó levemente, pero el país continuó entre los más inseguros del mundo (González, 2024).

Las publicaciones oficiales de la cuenta de Instagram @embajada\_corea\_ecuador durante el periodo enero – diciembre del año 2024 son parte de la unidad de análisis que se enfocara esta investigación. En este escenario disponemos de 3 categorías principales para recolectar los datos: (1) publicaciones de donaciones de seguridad incluyendo equipamiento para la policía, vehículos especiales y equipados, embarcaciones de patrullajes y tecnología de vigilancia. (2) contenidos digitales orientados a la construcción de marca país, abarcando promoción cultural, cooperación y tecnología (3) publicaciones

que combinan ambos elementos, presentando la cooperación en seguridad como expresión de los valores y capacidades nacionales coreanas.

El análisis semiótico de Barthes que aborda la significación, opera con matrices de análisis de contenido que identifica elementos denotativos y connotativos en cada publicación. La matriz denotativa registra elementos objetivamente observables: sujetos presentes, objetos mostrados, ubicaciones, texto incluido y elementos gráficos que en su conjunto son la descripción de la base empírica para el análisis de interpretación.

En Instagram, una fotografía no es solo una representación objetiva de la realidad, también puede ser subjetiva y estar cargada de códigos culturales y emocionales a través de elementos gráficos, filtros, perspectivas del ángulo y textos que pueden connotar y deconstruir capas de sentido que pueden permanecer oculto tras lo aparentemente natural. Barthes (1964) lo describe así “El mensaje icónico tiene dos niveles: un primer mensaje que es denotado y un segundo mensaje que es connotado. La imagen natural no es nunca natural: siempre esta codificada” (p. 37)

Siguiendo la matriz connotativa analiza significados culturales y políticos asociados a los denotativos. Este nivel examina como los signos visuales evocan ideas, valores y emociones específicas en el contexto cultural ecuatoriano. Por ejemplo, la presencia del embajador y sus funcionarios uniformados en ceremonias de entrega no solo denota la formalidad protocolar, sino que connota profesionalismo, respeto mutuo y legitimidad institucional. La sistematización de estos significados permite identificar patrones en la construcción de narrativas diplomáticas.

Dentro de estos análisis denotativos y connotativos existen diversos discursos visuales y estéticos que funcionan como mitos. En este sentido Barthes (2007) menciona que se ocultan algunas construcciones sociales y las presentan como naturales. Este mecanismo puede llegar a reforzar estereotipos y visiones culturales, son contenidos que están cargados de ideologías y posturas políticas. Barthes (2007) dice que “el mito borra la historia: para que el sentido pueda aparecer naturalmente, debe olvidarse su construcción. El mito transforma la historia en naturaleza” (Barthes, 2007, p. 237)

**Tabla 1****Matriz de análisis cualitativo denotativo**

<b>Dimensión</b>	<b>Categoría</b>	<b>Descripción</b>	<b>Indicadores</b>
Composición visual	Elementos dominantes	Elementos principales en la imagen	Símbolos, actores, objetos destacados
	Cromática	Uso de colores en la imagen y relevancia	Colores predominantes, combinaciones simbólicas
Actores	Autoridades	Presencia de institucionalidad	Embajador, diplomáticos, ministros, altos cargos
	Beneficiarios	Representación visible de receptores del mensaje o donación	Policía, comunidad, instituciones locales
Elementos simbólicos	Marca País	Representaciones visuales de identidad nacional coreana	Logotipos, banderas, caracteres culturales, embajador.
	Donaciones	Presencia de bienes entregados	Tecnología, vehículos, equipos de seguridad.

**Nota.** Elaboración propia con base en Barthes (1997), Tornato Frutos (2024) y Jenkins (2006), para análisis denotativo de contenido visual diplomático

**Tabla 2****Matriz de análisis cualitativo connotativo**

<b>Dimensión</b>	<b>Categoría</b>	<b>Descripción</b>	<b>Indicadores</b>
Valores Institucionales	Profesionalismo y legitimidad	Percepción de formalidad y rigor diplomático	Escenografía protocolar, vestimenta oficial
Valores de cooperación	Compromiso bilateral	Construcción simbólica de alianzas	Continuidad en donaciones y presencia simbólica
Participación de modernidad	Innovación tecnológica	Imagen de Corea como referente en avance técnico	Equipamiento moderno, narrativa de progreso
Imagen y marca país	<i>Soft power</i> y prestigio	Influencia simbólica desde la cultura y cooperación	Banderas, lenguaje diplomático, discursos simbólicos
Transmedia	Presencia de multiplataforma	Articulación coherente entre plataformas digitales	Referencias cruzadas, direcciones, enlaces

Nota. Elaboración propia con base en Barthes (1997), Hall (1973), Nye (2008) y Jenkins (2006), para interpretación connotativa en diplomacia digital visual.

El aspecto cuantitativo se basa en las métricas de *engagement* que permiten acercarse con efectividad comunicativa a las estrategias diplomáticas digitales, entre las métricas principales incluyen: números de *likes*, comentarios, compartidos por publicación. La interpretación de métricas cuantitativas considera también el contexto específico de la comunicación diplomática, donde el *engagement* no constituye el único indicador de éxito. Elementos cualitativos como los comentarios, las interacciones y los contenidos proporciona información adicional sobre el impacto real de las estrategias comunicativas.

**Tabla 3****Matriz de Análisis Cuantitativo**

<b>Dimensión</b>	<b>Categoría</b>	<b>Descripción</b>	<b>Indicadores</b>
Contexto temporal	Fecha de publicación	Cronología del contenido	Día, mes y año de publicación
Interacción del público	<i>Likes</i>	Nivel de aprobación visible mediante reacciones positivas	Número total a la fecha de este análisis
	<i>Comments</i>	Participación del público	Número total a la fecha de este análisis
	<i>Shares</i>	Frecuencia en la difusión	Número total a la fecha de este análisis
Percepción pública	Texto	Evaluación general del tono emocional reflejado en conjunto	Clasificación: Positivo, negativo o neutro

**Nota:** Elaboración Propia en función de Hernández Sampieri et al. (2023), Castells (2008) y Nye (2004)

La metodología combina análisis semiótico cualitativo con métricas cuantitativas digitales, que permite contrastar interpretaciones subjetivas con evidencia empírica. La triangulación incluye lecturas desde estudios de comunicación, relaciones internacionales y análisis cultural para proporcionar marcos interpretativos múltiples. La validación de estos resultados se efectúa a través de estrategias de triangulación que fortalecen la confianza en las interpretaciones.

Éticamente, se garantiza transparencia en el uso de datos públicos y objetividad analítica mediante revisiones cruzadas entre investigadores. Este diseño supera la fragmentación metodológica común en estudios de diplomacia digital, ofreciendo un modelo integral que vincula discurso institucional e impacto cuantificable. Su aplicabilidad trasciende el caso de estudio, proporcionando herramientas para optimizar estrategias de comunicación digital en contextos diplomáticos latinoamericanos de crisis.

## RESULTADOS










El análisis de las estrategias de diplomacia digital que son expuestas en la embajada de la república de Corea en Ecuador durante el año 2024 a través de Instagram revela un conjunto de hallazgos que evidencian la sofisticación de las practicas comunicativas contemporáneas en el ámbito de las relaciones internacionales. Los resultados obtenidos mediante el enfoque mixto propuesto por Sampieri et al. (2023) permiten comprender las dimensiones cuantitativas como cualitativas de estas estrategias diplomáticas digitales en contenidos diplomáticos digitales de cooperación internacional.

El análisis de métricas digitales confirma que la adaptación contextual de los contenidos diplomáticos, tal como sugiere Castells (2008) en su teoría de la sociedad red, resulta fundamental para la construcción efectiva de narrativas en espacios públicos digitales. Las publicaciones que combinaron elementos de cooperación internacional con problemáticas locales de seguridad obtuvieron tasas de interacción que superaron significativamente el promedio de contenidos institucionales, validando la pertenencia estratégica del enfoque adoptado por la misión diplomática coreana.

**Tabla 4**

**Matriz de análisis de texto de las publicaciones diplomáticas en Instagram  
Embajada de Corea en Ecuador (2024)**

<b>Publicación</b>	<b>Texto</b>
Diálogo de las donaciones del 2024	El Embajador Shim sostuvo una reunión el viernes 30 de agosto con el Comandante General de la Policía Nacional del Ecuador, GraD. Víctor Hugo Zárate Pérez; la finalidad radicaba en fortalecer la colaboración de seguridad entre los dos Estados. Durante la reunión, se subrayó el apoyo permanente de Corea hacia Ecuador que incluye diversas iniciativas muy importantes: la entrega programada de drones en 2023, la entrega inminente de 24 scooters en septiembre junto a la adquisición de una embarcación de 3,000 toneladas para diciembre de este año; además, se habló del programa de entrenamiento para competencias técnicas y manejo del crimen organizado en Ecuador; esto permite que, anualmente y hasta 2026, 15 oficiales ecuatorianos viajen a Corea por quince días para recibir formación y conocimientos avanzados; el presente compromiso sigue garantizando las capacidades de ambas naciones en asegurar la seguridad de capacidades. La colaboración internacional continúa siendo muy importante para enfrentar los desafíos globales y la seguridad nacional. KR 🇰🇷 EC

<p>Donación de scooters</p>	<p> ¡Donación de scooters eléctricos para la Policía Nacional de Ecuador! ECKR El pasado 1 de octubre, nuestra Embajada de Corea entregó 24 scooters eléctricos a la policía ecuatoriana como parte de un proyecto de asistencia para fortalecer las capacidades de seguridad en el país. </p> <p>En la ceremonia de donación estuvieron presentes:  Embajador Jae Hyun Shim  Ministra de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, Gabriela Sommerfeld  Director Nacional de Administración de Talento Humano de la Policía Nacional, GraD. Renato Cevallos ¡Un paso más hacia una cooperación bilateral más fuerte y una mayor seguridad para Ecuador!  </p> <p>#CoreaYEcuador #CooperaciónBilateral #SeguridadPública #EmbajadaCorea #PolicíaEcuador #Donación #UnidosPorLaSeguridad #AmistadInternacional</p>
<p>Donación de vehículo presidencial</p>	<p>El 15 de octubre de 2024, nuestro embajador Shim Jae-Hyun presidió la ceremonia de donación de un vehículo G90 a la Presidencia de Ecuador. Este donativo forma parte de la cooperación entre ambos países EC  KR. Al evento asistieron: Excma. Sra. Gabriela Sommerfeld, Ministra de Relaciones Exteriores, Excmo. Embajador Jaime Barberis, Viceministro de Relaciones Exteriores, Sra. Marisa Elena Pendola, Directora General de la Presidencia, y Diego Garzón, Jefe de Seguridad de la Presidencia. Agradecemos la colaboración continua y esperamos que esta donación contribuya al buen trabajo de la Presidencia ecuatoriana. ¡Juntos seguimos fortaleciendo nuestros lazos y valores compartidos!</p> <p> #CoreaEcuador #CooperaciónInternacional #Amistad #Diplomacia</p>

**Nota.** Elaboración propia con datos recolectados de la cuenta oficial de Instagram @embajada\_corea\_ecuador.

La comunicación estratégica transmedia propuesta desde Jenkins (2006) sugiere que la embajada logro crear este ecosistema narrativo coherente que trasciende las limitaciones tradicionales de la comunicación diplomática unidireccional. La interpretación de los datos, las métricas de *engagement rate* no solo refleja la recepción inmediata de los contenidos, sino que indica la construcción de vínculos emocionales y cognitivos con audiencias locales, elemento fundamental en la proyección efectiva del *soft power* según los postulados de Nye (2004).

**Tabla 5****Matriz de análisis cuantitativo de las publicaciones diplomáticas en Instagram Embajada de Corea en Ecuador (2024)**

<b>Publicación</b>	<b>Fecha</b>	<b>Likes</b>	<b>Comments</b>	<b>Shares</b>	<b>Texto</b>
Diálogo de las donaciones del 2024	03/09/2024	148	2	2	Positivo/ Neutro
Donación de scooters	07/10/2024	1175	8	23	Positivo/ Neutro
Donación de vehículo presidencial	17/10/2024	566	1	10	Positivo/ Neutro

**Nota.** Elaboración propia con datos recolectados de la cuenta oficial de Instagram @embajada\_corea\_ecuador.

El análisis denotativo confirma la aplicación sistemática de principios semióticos que Barthes (1977) identifica como fundamentales en la construcción de significados visuales. Cada elemento presente en las composiciones fotográficas e incluso en los textos con los emojis, cumple funciones específicas en la construcción de una narrativa visual coherente que trasciende la documentación para construirse como parte de las herramientas de comunicación estratégica.

**Tabla 6****Matriz de análisis cualitativo denotativo de contenido visual – Embajada de Corea del Sur en Ecuador (Instagram, 2024)**

<b>Dimensión</b>	<b>Categoría</b>	<b>Diálogo de las donaciones del 2024</b>	<b>Donación de scooters</b>	<b>Donación de vehículo presidencial</b>
Composición Visual	Elementos Dominantes	Embajador y Jefe policial al centro	Embajador en podio, bandera de Corea	Vehículo en el centro de las autoridades rodeándolo
	Cromática	Blanco y negro predominantes, detalles en colores patrios	Blanco predominante, colores patrios equilibrados	Negro predominante, detalles en azul y rojo

Actores	Autoridades	Embajador coreano y Comandante General de Policía	Embajador, ministra de Gobierno, Director nacional	Embajador, consejera diplomática, Ministra Directora, Jefe de seguridad.
	Beneficiarios	No presente	Policía Nacional identificada visualmente	Presidencia del Ecuador entidad receptora
Elementos simbólicos	Marca País	Embajador representa simbólicamente a Corea	Embajador y banderas coreanas presentes	Embajador y banderas coreanas
	Donaciones de seguridad	Se mencionan en texto no en imagen. (drones, scooters, buque y capacitación de policías en extranjero)	Scooters eléctricos	Vehículo Genesis G90

**Nota.** Elaboración propia con base en Barthes (1997), Tornato Frutos (2024) y Jenkins (2006)

La matriz de análisis cualitativo denotativo del contenido visual revela la presencia de símbolos que configuran una estética diplomática específica. La documentación fotográfica de las donaciones de seguridad presenta invariablemente elementos protocolares que denotan formalidad, institucionalidad, profesionalismo y respeto mutuo entre las partes involucradas.

Mientras que la matriz de análisis connotativo que revela la operación de múltiples niveles de significación que transforman actos de cooperación bilateral en narrativas complejas sobre identidad nacional, valores compartidos y proyección geopolítica. Los significados connotativos identificados trascienden el contenido de las donaciones para articular discursos sobre modernidad, eficiencia tecnológica, compromiso internacional y liderazgo regional.

**Tabla 7**

**Matriz de análisis cualitativo connotativo de contenido visual – Embajada de Corea del Sur en Ecuador (Instagram, 2024)**

<b>Dimensión</b>	<b>Categoría</b>	<b>Diálogo de las donaciones del 2024</b>	<b>Donación de scooters</b>	<b>Donación de vehículo presidencial</b>
Valores Institucionales	Profesionalismo / Prestigio	Escena protocolar refuerza formalidad diplomática	Embajador como vocero central, estética blanca refuerza transparencia	Escenario institucional solemne con figuras de alto rango
Cooperación bilateral	Compromiso / Confianza	Mención a donaciones 2023 – 2026 sugiere continuidad en cooperación	Refuerzo a relaciones bilaterales mediante seguridad ciudadana	Donación estratégica consolida confianza entre gobiernos
Tecnología y modernidad	Transferencia / Innovación	Drones, scooters, buques y capacitaciones a policía nacional.	Scooters simbolizan modernización operativa de seguridad pública	Genesis G90 representa tecnología coreana de alto nivel
Marca País	<i>Soft power</i> / imagen sólida	Corea se presenta como aliado diplomático confiable	Proyección de Corea como país moderno y solidario	Corea proyecta liderazgo y sofisticación mediante símbolos y narrativas diplomática

**Nota.** Elaboración propia con base en Barthes (1997), Tornato Frutos (2024) y Jenkins (2006)

El análisis connotativo confirma que las donaciones de seguridad funcionan como vehículos simbólicos para la proyección del *soft power* coreano, tal como conceptualiza Nye (2008). La selección estratégica de equipamiento tecnológico avanzado como objeto de donación no constituye una coincidencia, sino una decisión comunicativa que busca

asociar la marca país coreana con liderazgo en innovación, confiabilidad, técnica y compromiso con la estabilidad regional.

La integración de Instagram, Facebook, YouTube y el site oficial de la representación diplomática produce un entorno narrativo en el que cada canal prescribe elementos específicos a la construcción de una imagen de la identidad nacional surcoreana. El análisis de las estrategias que ha llevado a cabo la Embajada considera reales los principios teóricos que Jenkins (2007) erige sobre una narrativa en los escenarios diplomáticos.

La utilización de análisis de datos, personalización de mensajes y gestión de métricas de *engagement rate* demuestra la evolución de la diplomacia coreana hacia enfoques técnicamente sofisticados. La práctica de estrategias transmedia evidencia la incorporación de principios de la Diplomacia 4.0 que Rodríguez Vega (2023) identifica como característicos de la práctica diplomática contemporánea.

Los elementos tangibles incluyen productos tecnológicos avanzados, equipamiento naval especializado, infraestructura de comunicaciones y capacitación técnica. Los elementos intangibles comprenden valores democráticos, compromiso con la cooperación internacional, liderazgo en innovación y sensibilidad cultural hacia contextos locales. La integración efectividad de estos elementos confirma la aplicación práctica de principios teóricos sobre *soft power* desarrollados por Nye (2004)

La efectividad de la construcción de marca país se evidencia en la capacidad de la estrategia comunicativa para generar asociaciones positivas entre la identidad nacional coreana y atributos deseables como innovación, confiabilidad y compromiso internacional. Este proceso de construcción simbólica analizada desde la perspectiva de Frutos (2024) sobre comunicación estratégica, demuestra que la diplomacia digital contemporánea trascienda la transmisión de información para constituirse en herramienta de construcción de identidad nacional en espacios públicos globales, parte de una macro estrategia geopolítica.

## CONCLUSIONES

La influencia de Mc Luhan (1964) sobre la naturaleza del mensaje mediático se manifiesta en la estrategia surcoreana. Instagram no solo transmite información sobre donaciones, sino que reconfigura la percepción misma de las relaciones bilaterales. La interactividad digital, la capacidad de viralización y la visualización instantánea son las que transforman actos diplomáticos tradicionales en eventos comunicativos que trascienden audiencias especializadas para alcanzar públicos masivos, aquí el medio digital se convierte en parte del mensaje diplomático.

El análisis de las estrategias de diplomacia digital de la Embajada de la República de Corea en Ecuador durante 2024 a través de Instagram dejar ver adaptaciones en la práctica diplomática contemporánea. Este artículo ha demostrado que las donaciones de seguridad funcionan como elementos estimulantes en la construcción de marca país, articulándose mediante narrativas visuales que trascienden la simple cooperación bilateral para configurar un ecosistema comunicativo estratégico.

Esta investigación permite establecer que la diplomacia digital surcoreana en Ecuador, ejercida principalmente a través de Instagram, no es una relación de cooperación internacional, sino una herramienta de proyección estratégica basada en el *soft power*. La narrativa construida por la Embajada de Corea del Sur se articula con recursos simbólicos y narrativos que buscan posicionar la marca país coreana como sinónimo de tecnología, compromiso internacional y valores compartidos. Dicha estrategia se ejecuta mediante una comunicación visual efectiva, coherente con los postulados de Jenkins (2006) sobre como la narrativa se proyecta a múltiples plataformas para crear una experiencia simbólica cohesionada y de alto impacto.

La teoría de la sociedad red de Castells (2008) encuentra su validación empírica en las prácticas diplomáticas coreanas analizadas. Las embajadas funcionan como nodos especializados en redes globales de comunicación que trascienden fronteras estatales tradicionales. La construcción de narrativas digitales genera flujos informativos que reconfiguran espacios públicos locales, creando nuevas formas de interacción entre instituciones extranjeras y ciudadanías nacionales. Esta reconfiguración del espacio público representa una transformación estructural en la práctica diplomática contemporánea.

El análisis semiótico de las publicaciones confirma la presencia de un entramado simbólico coherente que comunica más allá del mensaje literal: banderas, uniformes, escenografías y hashtags operan como marcadores de un discurso diplomático visual, que conecta el discurso de cooperación con una narrativa de modernidad, tecnología y hermandad. Desde la perspectiva teórica de Barthes (1997), estas imágenes funcionan como mitos que transforman actos políticos en expresiones naturales de valores compartidos, legitimando así la presencia e influencia surcoreana en el espacio público digital ecuatoriano.

El uso estratégico de recursos como el engagement rate (*likes, shares, comentarios*), analizado en las publicaciones seleccionadas, permite constatar que la Embajada no solo comunica, sino que gestiona su percepción mediante métricas de validación social. La Diplomacia 4.0, en este sentido, no se limita a comunicar mensajes, sino que evalúa la eficiencia simbólica y emocional de su discurso a través de herramientas digitales avanzadas, como lo señala Rodríguez Vega (2023). Esta lógica algorítmica redefine el ejercicio diplomático, resultando en una dimensión técnico – cultural que exige nuevas competencias en relaciones internacionales.

En el contexto específico de Ecuador, la coyuntura de inseguridad en 2024 generó un escenario particularmente receptivo para las estrategias de cooperación internacional revelando la capacidad adaptativa de la diplomacia digital coreana. La selección de equipamiento de seguridad y capacitaciones como foco de donaciones no constituye una coincidencia, sino una respuesta estratégica a necesidades locales específicas. Esta adaptación refleja los principios de comunicación estratégica transmedia propuesta por Frutos (2024), donde las narrativas locales se combinan con símbolos nacionales para generar resonancia cultural efectiva.

Las donaciones de seguridad como vehículos blindados, scooters, drones y capacitaciones fueron presentadas como respuestas tangibles a problemas locales, pero también como expresiones simbólicas de una alianza estratégica. La forma en que estos contenidos fueron narrados y difundidos en Instagram revela una intención clara de posicionar a Corea del Sur como un aliado confiable tecnológicamente avanzado y culturalmente cercano. Esto refuerza el argumento de Nye (2008) sobre el valor de la cultura, los valores políticos y la política exterior como pilares del *soft power*.

A nivel de marca País, Corea del Sur demuestra su capacidad para enlazar elementos de identidad nacional en formatos visuales adaptados al entorno digital. La diplomacia pública, según Gregory (2023), se nutre de la intersección entre comunicación, relaciones internacionales y poder simbólico. Se confirma la narrativa diplomática coreana con tres dimensiones, mientras comunica de manera estratégica, trabaja en el marco de relaciones bilaterales y ejerce influencia a través de una estética construida. Las publicaciones no solo informan sobre hechos diplomáticos, sino que construyen una imagen positiva que facilita el consumo simbólico de Corea como nación desarrollada, confiable y comprometida con la cooperación internacional.

En conclusión, Corea del Sur demuestra que la diplomacia digital no es simplemente una evolución técnica del discurso estatal, sino una transformación profunda del modo en que los Estados negocian su legitimidad, afinidad y poder simbólico en el escenario internacional. Instagram, en este contexto, se convierte no solo en una plataforma de difusión, sino en un campo de disputa por la atención, la emoción y la confianza de las audiencias. La marca país surcoreana, al integrarse con naturalidad en esta lógica, consolida su influencia no por imposición, sino por atracción cultural, eficiencia tecnológica y sensibilidad narrativa.

## REFERENCIAS

- Barros, A. (2013, noviembre 27). *Framework de Arquitectura Tecnológica – Sector Público*. <http://yogobierno.org/framework-de-arquitectura-tecnologica-sector-publico/>
- Benavides Játiva, J. (2023). *La industria cultural de Corea del Sur: Soft power y diplomacia pública a través del Hallyu* [Tesis de licenciatura]. Universidad del Desarrollo. <https://ppl-ai-file-upload.s3.amazonaws.com/web/direct-files/attachments/61214135/cb23b718-2939-4a87-b03b-976cc7884eb2/Jativa-Javiera-Benavides.pdf>
- Bjola, C. (2020). Digital diplomacy 2.0: Trends and countertrends. En C. Bjola & M. Holmes (Eds.), *Digital diplomacy: Theory and practice* (pp. 1–20). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351043599>
- Castells, M. (2008). *The new public sphere: Global civil society, communication networks, and global governance*. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 78–93.
- Embajada de la República de Corea en Ecuador. (s.f.). *Embajada de la República de Corea en Ecuador*. [https://overseas.mofa.go.kr/ec-es/wpge/m\\_6342/contents.do](https://overseas.mofa.go.kr/ec-es/wpge/m_6342/contents.do)
- Farinango, L. (2024). Estrategias transmedia para comunicar en las organizaciones: Una propuesta metodológica. *URVIO, Revista Latinoamericana de Estudios de Seguridad*, 9(1), 8–20. <https://doi.org/10.32719/26312514.2024.9.1>
- Frutos, M. T. (2024). *Comunicación estratégica para la diplomacia pública en entornos digitales. Estudio de caso: Embajada del Paraguay en Ecuador* [Tesis de Maestría]. Universidad Andina Simón Bolívar.
- García Periche, J. (2023). *Diplomacia 4.0: Inteligencia artificial y la Cuarta Revolución Industrial en la política exterior y las relaciones internacionales*. Colección Pensamiento Internacional, 1.
- González, M. A. (30 de diciembre de 2024). *Las cifras de la violencia: En 2024, Ecuador atravesó una mejoría que no es suficiente*. Primicias. <https://www.primicias.ec/seguridad/cifras-violencia-inseguridad-robos-ecuador-2024-86371/>
- Gregory, B. (2023). En T. La Porte & J. Baptista (Eds.), *El discurso como herramienta de control social* (pp. 331–342). Peter Lang. <https://www.peterlang.com/document/1305247>
- Hall, S. (1973). *Encoding/Decoding*. Centre for Contemporary Cultural Studies.
- Hernández Sampieri, R., Mendoza, C., & Baptista, P. (2023). *Metodología de la investigación* (7.ª ed.). McGraw-Hill.
- Human Rights Watch. (2024). *Informe Mundial 2024: Ecuador*. <https://www.hrw.org/es/world-report/2024/country-chapters/ecuador>

- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York University Press.
- Macías Quisaguano, G. E. (2023). *Análisis del uso del soft power como estrategia de política exterior de Corea del Sur: Caso relación bilateral con Ecuador (2000–2022)* [Trabajo de Integración Curricular]. Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Ministry of Foreign Affairs, Republic of Korea. (n.d.). *Foreign Policy of the Republic of Korea*. [https://www.mofa.go.kr/eng/wpge/m\\_26885/contents.do](https://www.mofa.go.kr/eng/wpge/m_26885/contents.do)
- Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana de Ecuador. (2025, abril). *Lista Diplomática Ecuador 04/25* [PDF]. [https://www.cancilleria.gob.ec/wp-content/uploads/2025/04/Lista\\_Diplomatica\\_Ecuador\\_04\\_25.pdf](https://www.cancilleria.gob.ec/wp-content/uploads/2025/04/Lista_Diplomatica_Ecuador_04_25.pdf)
- Nye, J. S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. PublicAffairs.
- Nye, J. S. (2008). *The Powers to Lead*. Oxford University Press.
- Pamment, J. (2015). Digital diplomacy as transmedia engagement: Aligning theories of participatory culture with international advocacy campaigns. *New Media & Society*, 17(7), 1–17. <https://doi.org/10.1177/1461444815577792>
- Periche, J. G. (2023). *Diplomacia 4.0: Inteligencia artificial y la Cuarta Revolución Industrial*. ISBN: 978-9945-623-02-4.
- Piñeiros Jara, M. C. (2016). *La incursión del Ecuador en la era de la diplomacia digital: Caso campaña diplomacia digital de la embajada de Ecuador en EE.UU.* [Tesis de licenciatura]. Universidad Internacional del Ecuador.
- Robles Gómez, M. (2023). Cortesía e imagen como herramientas de persuasión en la comunicación diplomática. En M. del M. Ramón-Torrijos & M. Lazzaro-Salazar (Eds.), *El discurso como herramienta de control social* (pp. 331–342). Peter Lang. <https://doi.org/10.3726/b20356>
- Rodríguez Vega, D. (2023). El entorno digital del diplomático 4.0: Propuesta para un marco de trabajo. *Política Internacional*, (130), 61–78. <https://doi.org/10.61249/pi.vi130>
- Schirato, T., & Yell, S. (2000). *Communication and cultural literacies: An introduction*. Allen & Unwin/Sage.
- Torrado Vásquez, G. (2022). *Soft power, el arma secreta de Corea del Sur* [Tesis de pregrado]. Universidad Militar Nueva Granada. <https://repository.umng.edu.co/server/api/core/bitstreams/4cf4e9d1-23d9-4e65-8de8-48f894a080b1/content>

ANEXOS:



EMBAJADA DE LA REPÚBLICA DE COREA  
QUITO, ECUADOR

Señor  
Darwin Estévez

Presente,

Estimado señor Estévez Sánchez:

Tengo a bien dirigirme a usted en mi calidad de embajador extraordinario y plenipotenciario de la República de Corea ante la República del Ecuador, con el fin de expresar el aval, respaldo y apoyo institucional de esta embajada al trabajo académico que usted ha desarrollado

Esta embajada valora profundamente el interés académico que usted ha demostrado en la diplomacia de nuestro país. Su enfoque riguroso y respetuoso refleja un genuino compromiso con el estudio de la proyección internacional de Corea. En virtud de ello, como embajador de la República de Corea en el Ecuador, extiendo el aval oficial de esta misión diplomática a su investigación.

Espero sinceramente que esta misiva le sea de utilidad para sus propósitos académicos. Agradezco su loable iniciativa y dedicación, las cuales contribuyen a fortalecer la comprensión y la difusión de la diplomacia coreana en entornos digitales. Reitero mi reconocimiento por su logro y le auguro muchos éxitos en sus futuros emprendimientos académicos.

Atentamente,

Jae Hyeon Shim

Embajador Extraordinario y Plenipotenciario de la República de Corea ante la  
República del Ecuador