



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TRATAMIENTO PERIODÍSTICO DE LA REVISTA ESPECIALIZADA
ASIAN WORLD COMO PROMOTORA DEL “HALLYU” EN PERÚ,
2019-2020

PRESENTADA POR
JASMIN LISBETH CRUZ ROMERO

ASESOR
ADOLFO MANUEL MEDRANO CARBAJAL

TESIS
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

LIMA – PERÚ

2021



**Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada
CC BY-NC-ND**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**TRATAMIENTO PERIODÍSTICO DE LA REVISTA ESPECIALIZADA ASIAN
WORLD COMO PROMOTORA DEL “HALLYU” EN PERÚ, 2019-2020**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE
COMUNICACIÓN**

**PRESENTADO POR:
BACH. JASMIN LISBETH CRUZ ROMERO**

**ASESOR:
DR. ADOLFO MANUEL MEDRANO CARBAJAL**

**LIMA - PERÚ
2021**

**TRATAMIENTO PERIODÍSTICO DE LA REVISTA ESPECIALIZADA
ASIAN WORLD COMO PROMOTORA DEL “HALLYU” EN PERÚ,
2019-2020**

DEDICATORIA

Para mis padres por el apoyo continuo.

Para mis amigos que me extendieron la mano, cuando más lo necesitaba, en la recolección de información. Gracias eternas.

Para los asesores que tuve en el proceso de elaboración: Mag. Daniel Jacobo y Dr. Adolfo Medrano por guiarme en realizar lo que me gusta combinado con la rama periodística.

Asimismo, un agradecimiento especial: Dr. Óscar Lecaros y Mag, Luis Enrique Elías, por el apoyo constante en las dudas presentadas. Al director de la revista Asian World, Jose Coronado, por brindarme los materiales necesarios para la investigación.

INDICE

DEDICATORIA	iii
INDICE	iv
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
INTRODUCCIÓN	viii
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	x
Descripción de la situación problemática	x
Formulación del problema	xiii
Problema principal.....	xiii
Objetivos de la investigación	xiii
Justificación de la investigación.....	xiv
Importancia de la investigación	xiv
Viabilidad de la investigación.....	xv
Limitaciones del estudio	xv
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	16
1.1. Antecedentes de la investigación.....	16
1.1.1 Antecedentes Nacionales.....	16
1.1.2 Antecedentes Internacionales	18
1.2. Bases teóricas.....	20
1.2.1 Teorías de la comunicación	20
1.2.2 Tratamiento Periodístico.....	24
1.2.3 Hallyu.....	33
1.2.4 Revista especializada Asian World.....	52
1.3 Definición de términos básicos	54
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	55
2.1 Diseño metodológico	55
2.2 Procedimiento de muestreo	55
2.3 Técnicas e instrumentos de investigación	58
2.4 Procedimiento.....	58
2.5 Validez	62
2.5.1 Opinión de expertos	62
2.6 Aspectos éticos	65
CAPÍTULO III: RESULTADOS	66
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN	89

Conclusiones.....	94
Recomendaciones.....	95
REFERENCIAS.....	96
ANEXOS.....	106
Anexo 1: Matriz de consistencia.....	106
Anexo 2: Instrumentos.....	107
Anexo 3: Validación de instrumentos por juicio de expertos.....	112
Anexo 4: Entrevistas.....	116
Anexo 5: Aplicación fichas de observación.....	128

RESUMEN

La investigación analiza las características de la revista especializada Asian World como promotora del Hallyu en Perú en los años 2019 – 2020. La investigación tuvo como objetivo identificar cuáles son las características del tratamiento periodístico de la revista Asian World; y por consiguiente evidenciar cuales son los elementos que promueven el Hallyu en Perú. El tiempo considerado para el estudio fueron los años 2019 y 2020. El análisis abarco ocho ediciones donde se ilustra las características de la portada, sección especial y sección doramas. Además, se realizó entrevistas a dos periodistas especializadas en el tema Hallyu.

Esta investigación evidencia que el tratamiento periodístico de la revista Asian World otorga mayor cobertura al K-pop, centrando la extensión de información y número de páginas en este componente del Hallyu. Además, se observó que las noticias no tocaban los temas con una investigación profunda, lo cual genera expectativa por la falta de información. Aspectos como el lenguaje coloquial vuelve la lectura amena para el público que en su mayoría son adolescentes y jóvenes. Asimismo, se identificó que los titulares utilizados en la sección especial y sección doramas fueron temáticos los cuales dejan intriga en el lector.

Palabras clave: Tratamiento periodístico – Periodismo especializado – Revista especializada - Hallyu – Ola coreana– K-pop – dramas coreanos

ABSTRACT

The research analyzes the characteristics of the specialized magazine Asian World as a promoter of Hallyu in Peru in the years 2019 - 2020. The research aimed to identify what are the characteristics of the journalistic treatment of the Asian World magazine ; and consequently to demonstrate what are the elements that promote Hallyu in Peru. The period of time considered for the study were the years 2019 and 2020. The analysis of eight editions illustrates the characteristics of the cover, special section and drama section and allows to elucidate the ideological tendency of the magazine on K-pop, with the aim of achieving greater consumption.

This research evidence that journalistic treatment of Asian World magazine focuses on basic informative news which allows people who start in the world of the Hallyu better understand the issues. Aspects such as the language used, which was colloquial, makes reading enjoyable for the public, which are mostly adolescents and young people. Likewise, it was identified that the magazine provides more coverage to K-pop than to Korean dramas. The headlines used in the special section and drama section were thematic which leave intrigue in the reader.

Keywords: journalistic treatment – specialized journalism – specialized magazine - Hallyu – Korean wave – K-pop – Korean dramas

INTRODUCCIÓN

La información que brindan los medios de comunicación cumplen un rol fundamental en la construcción de opiniones. A través de las portadas, los titulares, las imágenes y otros componentes, se puede incentivar al lector a buscar información adicional sobre un hecho en particular. Asimismo, brindar cobertura en reiteradas ocasiones a un mismo tema puede promover que la sociedad hable de estos.

Es por ello, que los medios impresos como las revistas tienen un papel importante ya que están enfocados en nichos y su publicación al ser en la mayoría de los casos mensual, vuelve la información vertida en relevante para el lector. Las revistas especializadas se han convertido en fuentes información valoradas para un público en específico, como son los seguidores del Hallyu.

En Perú, este fenómeno cultural tuvo su primer acercamiento en 1998 con el drama *Un deseo en las estrellas* por la señal de ATV sin embargo al no tener éxito la serie paso desapercibida (Vargas, 2015). A partir del 2000 los dramas coreanos alcanzaron relevancia sobre todo con la retransmisión de *Un deseo en las estrellas* por Tv Perú. Por otro lado, el K-pop llegó de la mano con los dramas, ya que los OST de las series causaban curiosidad en los televidentes por sus sonidos armoniosos y diferentes.

Una de las revistas especializadas que se centra en el Hallyu, basado en sus componentes más relevantes como el K-pop y los dramas, es la revista Asian World la cual viene brindando información sobre estos temas desde el 2012.

Las noticias publicadas, a través de los hechos narrados e interpretados por el periodista y bajo la línea editorial del medio, formarán de cierta manera la opinión del lector. Dicha información es presentada en prensa escrita con mayor énfasis ya que perdura en el tiempo (Gomis, 1991). Es por ello que la investigación realizada fue a

través de un análisis sobre las características de las portadas, contenido y estructura de las secciones especial / sección doramas publicado en la revista Asian World, conocido por difundir noticias sobre Hallyu, especialmente K-pop. Esta lectura permitió determinar cuáles son las características del tratamiento periodístico de la revista Asian World que promueven el Hallyu en Perú.

Para el desarrollo de la investigación se empleó el enfoque cualitativo de tipo aplicada y diseño fenomenológico con técnicas de análisis de contenido compuestos por V capítulos interrelacionados:

El Capítulo I: Comprende antecedentes de la investigación, bases teóricas, definición de términos utilizados.

El Capítulo II: Se encuentra el marco metodológico de la investigación

El Capítulo III: Comprende el análisis y resultados

El Capítulo IV: Se encuentra la discusión de resultados, conclusiones a las que se llegó con respecto a las preguntas de investigación y objetivos planteados. Finalmente, las recomendaciones, bibliografía y anexos del trabajo de investigación.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Descripción de la situación problemática

A través de los medios de comunicación el público se entera de lo que sucede en su entorno, formándose un criterio sobre los hechos de interés público. Según la forma de redacción, los titulares e incluso las imágenes se puede dar una mayor o menor importancia a la noticia. Ortiz (2016) indica que los medios de comunicación se convierten en acreedores de propalar cierto tipo de información o datos, que crean adecuados, sin que signifique faltar a la verdad, influyendo en el pensamiento y comportamiento de la sociedad.

La noticia que es presentada de una forma particular, se denomina tratamiento periodístico, el cual toma como consideración la objetividad periodística y las características del medio de comunicación, tales como la línea editorial, las convicciones personales del periodista y editores. En este proceso el periodista elige mostrar al público noticias relacionadas sobre diversos acontecimientos, utilizando fuentes, géneros, características, frecuencia, ubicación, espacio, intencionalidad y fotografías. (Amau y Villasante, 2016, p. 59).

La forma en cómo se presenta la noticia al público es de suma importancia, ya que no solo se genera una opinión de los lectores, en base a la experiencia del problema; sino que, además esa información está basada en los datos otorgados por la prensa. (Fernández y García, 2001, citado en Simbaña, 2016) señala lo siguiente:

No cabe la menor duda de que los medios masivos ocupan una posición peculiar en la totalidad de la cultura. Por sus características de organización y función social, participan en la creación de la cultura. Tanto prensa, como radio o TV, llevan a los ciudadanos, no sólo la publicidad de los productos que las

sustenta, sino la cultura o comunicación institucional, y por encima de toda la forma en que la propia sociedad ve la realidad. (p.27)

En el ámbito impreso, los medios cuentan con revistas especializadas que abarcan diversas temáticas como: salud, economía, belleza, música, entretenimiento y otros. Este tipo de información está enfocada en un grupo de personas que comparten intereses en común. (Gade, 2002, como se citó en Saucedo, 2006) afirma que centrarse en un nicho de mercado es el nuevo auge, y gracias a las revistas impresas y digitales especializadas, la difusión de información centrada en un sector se ha concretado.

Los medios de comunicación ponen en agenda los temas de mayor relevancia y promueven que la sociedad hable de ellos. En dicha perspectiva, desde hace unos ocho años. la revista especializada Asian World se encarga de difundir a través de sus publicaciones mensuales, el “Hallyu” u “Ola coreana”, término que abarca la cultura popular surcoreana (K-pop, K-dramas, K-beauty, moda, gastronomía y lengua coreana).

La revista especializada Asian World fue creada en el 2012, siendo uno de los magazines pioneros en el rubro del Hallyu. La portada, contenido y estructura es similar a una revista convencional; la singularidad radica en las noticias dedicadas al K-pop, K-dramas, consejos sobre estilo de vida, preparación de platos típicos coreanos, sección dedicada a historias creadas por los fans, entre otras.

El acercamiento del mercado peruano con el Hallyu, comenzó a través de su componente K-drama. Vidal (2014) indica lo siguiente:

Podría decirse que la primera aproximación del público peruano con la cultura popular coreana se dio, como sucedió en Asia, a través de los dramas. Algunas de estas series fueron transmitidas a través de televisión de señal abierta, como

sucedió con la popular Escalera al Cielo (Cheonguk-eui Gyeodan) emitida en 2006, o la mencionada Sonata de Invierno” (p.23)

Además, el autor señala que los referentes más importantes de la cultura pop surcoreana son la música (K-pop) y las telenovelas (K-dramas). El canal que actualmente transmite dramas en el Perú es Willax TV que cuenta en su programación con K-dramas.

En su componente K-pop, el Hallyu obtuvo presencia tanto en radio como en televisión. En el 2017, el programa radial “El chino y Adolfo” (Emisora Studio 92) comenzó a colocar canciones del grupo surcoreano BTS, esto después del lanzamiento de su “comeback” Blood, Sweat and Tears. Además, surgieron programas dedicados al K-pop, como Asia Pop TV (actualmente emitido por Viva TV) y El Especial de K-pop Music Core (Willax) que transmitió Show Music Core de la cadena de televisión surcoreana MBC, donde los fans eligen la canción más popular de K-pop.

Según la información brindada por José Manuel Coronado, Coordinador General de la revista Asian World, el medio busca promover el Hallyu en Perú, con noticias de interés para los amantes de la cultura popular surcoreana. Por ello desde la portada fomentan el K-pop y los K-dramas, los componentes del Hallyu con mayor relevancia, colocando dramas y grupos musicales reconocidos a nivel mundial, tales como BTS, BlackPink, Twice, entre otros. Además, otorgan una sección especial donde se expone la noticia principal de los artistas. El componente K-drama cuenta con la sección doramas, donde se fomenta las series surcoreanas las cuales tienen como principales temáticas la superación personal y el núcleo familiar.

Por tanto, el presente estudio consiste en una investigación cualitativa cuyo objetivo es analizar el tratamiento periodístico de la revista especializada Asian World como promotora del “Hallyu” en Perú.

Formulación del problema

Problema General

- ¿Cuáles son las características del tratamiento periodístico de la revista especializada Asian World como promotora del “Hallyu” en Perú, 2019-2020?

Problemas específicos

- ¿Cuáles son las características de la portada en el tratamiento periodístico de la revista especializada Asian World como promotora del “Hallyu” en Perú, 2019-2020?
- ¿Cuáles son las características del contenido en el tratamiento periodístico de la revista especializada Asian World como promotora del “Hallyu” en Perú, 2019-2020?
- ¿Cuáles son las características de la estructura en el tratamiento periodístico de la revista especializada Asian World como promotora del “Hallyu” en Perú, 2019-2020?

Objetivos de la investigación

Objetivo General

- Analizar las características del tratamiento periodístico de la revista especializada Asian World como promotora del “Hallyu” en Perú, 2019-2020.

Objetivos Específicos

- Identificar las características de la portada en el tratamiento periodístico de la revista especializada Asian World como promotora del “Hallyu” en Perú, 2019-2020.
- Conocer las características del contenido en el tratamiento periodístico de la revista especializada Asian World como promotora del “Hallyu” en Perú, 2019-2020.
- Analizar las características de la estructura en el tratamiento periodístico de la revista especializada Asian World como promotora del “Hallyu” en Perú, 2019-2020.

Justificación de la investigación

La presente investigación se justifica en la medida que permite analizar el tratamiento periodístico de la revista especializada Asian World como promotora del “Hallyu” en Perú.

Debido a la expansión del Hallyu a nivel mundial desde distintos aspectos como el K-pop, K-dramas, gastronomía, tendencias de moda y cine, la investigación contará con relevancia ya que, la también conocida como “Ola Coreana”, se encuentra en auge.

Importancia de la investigación

El estudio será beneficioso para conocer el crecimiento de la cultura surcoreana o Hallyu en el mundo. El Hallyu, valora la cultura popular surcoreana basado en el K-pop y K-dramas como principales pilares que promueven la difusión de Corea del Sur en el mercado internacional.

La relevancia del estudio recae en el aporte de nuevos conocimientos sobre el tratamiento periodístico de las revistas dedicadas a la promoción del Hallyu. en sus componentes K-pop y K-drama que se encuentran plasmados en las secciones de la revista especializada Asian World.

Viabilidad de la investigación

Para el desarrollo de la investigación se tiene diferentes documentos, libros y tesis previas que permiten respaldar el tema. Asimismo, se cuenta con el apoyo de dos periodistas, especializadas en Hallyu, para la realización de entrevistas a profundidad sobre las portadas, el contenido y estructura de las secciones.

El tiempo establecido para el desarrollo de la investigación va de acorde a los horarios personales y los que dispone la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres.

Los recursos financieros, para la ejecución de la investigación, se encuentran garantizados por parte de la investigadora.

Limitaciones del estudio

La limitación del estudio recae en el contexto actual de emergencia sanitaria, pudiendo no concretarse las entrevistas con los especialistas, sin embargo, se utilizará las plataformas virtuales que ofrecen los distintos medios digitales.

En cuanto a fuentes de información y casuística, se cuenta con la información necesaria para analizar las ediciones de la revista especializada Asian World, a fin de responder las interrogantes de los problemas generales y específicos

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes de la investigación

1.1.1 Antecedentes Nacionales

Gutiérrez (2018) escribió la tesis titulada “Características de las portadas periodísticas del diario “La República” en la construcción de la realidad – elecciones presidenciales II vuelta electoral - 2016” para optar el título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Martín de Porres.

El objetivo de la investigación fue explicar los distintos niveles de cobertura periodística sobre los hechos noticiosos, y por lo tanto demostrar que las noticias colocadas en las portadas funcionaban como dispositivos de construcción de la realidad. El enfoque metodológico fue el paradigma cualitativo, donde se utilizó el análisis crítico del discurso periodístico, el tipo de diseño fue no experimental, transaccional.

Se concluyó que la información publicada por el diario La República no fue sensacionalista, por el correcto uso de la sintaxis e inclusión de fotografías sin manipulaciones. Sin embargo, el análisis del discurso, antes de las elecciones, revela la existencia de una inclinación política.

Maura (2019) escribió la tesis titulada “Estudio sobre el tratamiento periodístico de las notas policiales de los diarios populares: Trome y El Popular. enero-febrero. 2019” para optar el grado de Maestro en Periodismo y comunicación multimedia de la Universidad San Martín de Porres.

El objetivo era analizar y comparar el tratamiento periodístico de las noticias policiales de los diarios el Trome y el Popular, estudiando el aspecto del contenido y criterio periodístico. La metodología es un análisis cualitativo, de tipo no experimental, nivel transversal basada en la comprensión de significados.

Se concluyó que ambos medios no otorgan relevancia a las fuentes institucionales, sobre todo especializadas. Esto reforzó la idea que la historia esta parcializada. Adicionalmente se determinó que el tratamiento periodístico de los diarios analizados está orientado al morbo y exageración.

Mendoza (2018) escribió la tesis titulada “Características de las portadas periodísticas del diario Líbero y el periodismo deportivo – Eliminatorias al mundial Brasil 2014 – participación de la selección peruana de fútbol” para optar el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Martín de Porres.

El objetivo fue identificar las características de las portadas periodísticas del diario Libero en las Eliminatorias al mundial Brasil 2014. La metodología es un análisis cualitativo, de tipo exploratorio y descriptivo con un diseño no experimental, transeccional.

Se concluyó que la atención del lector es atraída por titulares sensacionalistas que hacen uso de figuras retóricas con el fin de provocar intriga y curiosidad. Asimismo, se determinó que las portadas del diario no brindaban información objetiva, ya que en los contenidos predominaba el morbo.

1.1.2 Antecedentes Internacionales

Fong y Triana (2012) escribieron la tesis titulada “Análisis comparativo del tratamiento periodístico dado por los medios impresos El tiempo y El País a la información relacionada con un hecho de carácter internacional: el terremoto en Haití” para optar el título de Licenciado en Comunicación Social de la Universidad Autónoma de Occidente. Colombia.

El objetivo principal fue identificar la diferencia del cubrimiento informativo al terremoto en Haití, por los diarios “El Tiempo” de Colombia y “El País” de España, desde el 12 de enero hasta el 30 de junio del 2010. La metodología empleada fue de tipo descriptivo con enfoque mixto.

Se concluyó que ambos diarios proyectaron la imagen de un país devastado por la pobreza, corrupción y enfermedades. Adicionalmente, no citaron fuentes de información claras, por lo tanto, el lector queda con la incertidumbre de donde se obtuvo la información.

García (2015) escribió la tesis titulada “Estudio de Primer Acto, revista especializada en información teatral” para optar el grado de Doctora en Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid. España

La hipótesis principal señala que la información teatral tiene un tratamiento poco relevante en los medios de comunicación generalistas. La metodología utilizada fue mixta, donde el aspecto cuantitativo recaía en la tabulación de 348 ítems de los números publicados, mientras que la valoración cualitativa analizaba los principales contenidos temáticos.

La conclusión principal deriva en el aporte de la revista tanto en España como en Latinoamérica, sirviendo de apertura a un espacio de análisis sobre la actividad teatral, la difusión de obras teatrales de vanguardia y dar a conocer la

producción teatral de dramaturgos silenciados por instituciones culturales oficiales. Asimismo, evidenció que es necesario la existencia de medios especializados los cuales canalicen información para ser tratado con profundidad.

Pak (2017) escribió la tesis “Influencia de las revistas femeninas en el rol social de la mujer. Análisis semiótico-discursivo del lenguaje de las revistas Cosmopolitan y Gataflora” para optar el título de Diseñador Gráfico de la Universidad de Palermo. Argentina.

El objetivo general fue examinar el contenido de las revistas Cosmopolitan y Gata Flora, desde la perspectiva del análisis lingüístico-semiótico, a fin de determinar las diferencias en la construcción de mensajes estereotipados, como la reproducción del rol social de la mujer. La metodología aplicada fue el enfoque cualitativo a través de la observación y fichas de contenido.

Se concluyó que los medios masivos utilizan estrategias y herramientas del diseño para llevar a cabo objetivos publicitarios e influenciar en la conducta de la sociedad. Los elementos visuales utilizados en las revistas se relacionan con el discurso lingüístico de carácter machista, de tal modo que induce en la forma de pensar y actuar del consumidor. Así también, las revistas de corte tradicional representan a la mujer como un objeto de placer, la cual debe depender del hombre, mientras que las revistas alternativas vuelven a la mujer participe del arte y ciencia. Sin embargo, al ser revistas *confrontacionales*, no perduran en el tiempo.

1.2. Bases teóricas

1.2.1 Teorías de la comunicación

1.2.1.1 Teoría del encuadre o framing

Esta teoría tiene sus inicios con el antropólogo Gregory Bateson, quien en 1955 usó el concepto frame o marco para explicar por qué las personas centran su atención en determinados hechos de la realidad y no en otros. Posteriormente Erving Goffman (1974) redefinió el término en el marco de la sociología interpretativa, analizando las interacciones que se producen en la vida social, donde todas las experiencias se pueden observar desde varios encuadres relacionados entre sí y utilizados como modelos unos respecto de otros, produciéndose experiencias.

Gitlin (1980) entiende al frame como recursos que utilizan los medios para organizar la realidad social. Además, define a los frames como “patrones persistentes de cognición, interpretación y presentación, de selección, énfasis y exclusión por medio de los cuales, quienes manejan los símbolos, organizan rutinariamente el discurso, verbal o visual” (p.7). Tuchman (1978) por su parte relaciona estos conceptos con la comunicación, analizando el cómo la audiencia forma su visión de la realidad en base a la información que comunica el medio y estudia el enfoque de quienes elaboran estas informaciones.

Entman (1993) indica que el concepto de framing describe el poder de un texto en la comunicación. Además, señala que el análisis de los frames realizado por el emisor desde un discurso, un enunciado o desde el noticiario influye sobre la conciencia humana. Para Entman, realizar un frame consiste en seleccionar aspectos de la realidad y volverlos relevantes en un texto, de tal

manera que fomente un problema en específico, interpretación, evaluación moral y/o recomiende un tratamiento especial para el elemento descrito.

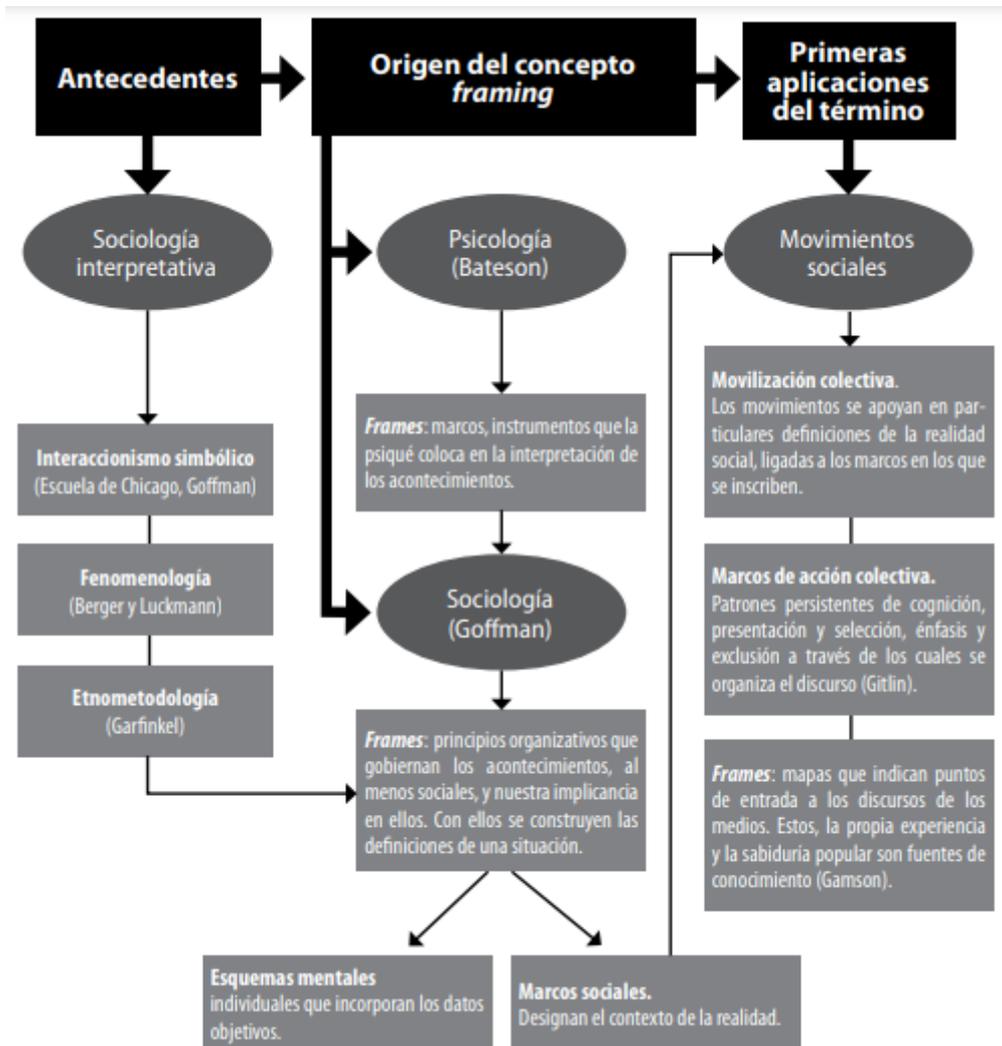
El encuadre o framing puede definirse entonces, como la selección de aspectos específicos de la realidad por parte del periodista que elabora los contenidos de un medio, con el objetivo de que el público comprenda lo sucedido. Realizar un *frame* implica seleccionar ciertos aspectos de la realidad y volverlos más relevantes en un texto de comunicación, promoviendo un problema particular, definición, interpretación o un enfoque especial del elemento. (Águila y Gaitán, 2013)

En prensa escrita, la elaboración de contenidos debe simplificar la realidad y hacerla atractiva al público, seleccionando palabras e imágenes las cuales formarán parte del encuadre. El periodista empezará por enmarcar la realidad, decidiendo lo que será noticia, el contenido que se presente puede tener omisiones de algunos datos, pues no es posible abordar un tema desde todos los ángulos.

Según la teoría del *frame* se deciden los aspectos del hecho noticioso que se darán a conocer. La ubicación de contenido periodístico en un medio, es otra forma de encuadre, la repetición de una noticia en días distintos, responde también a estrategias empleadas por los medios para brindar mayor o menor énfasis de un hecho. El *frame* es considerado como una alternativa para que el público vea la información de una manera determinada. “No hay una orientación lógica, pero los encuadres noticiosos pueden orientar el pensamiento de la audiencia, formar sus propias opiniones y maneras de ver el mundo” (Montero, 2019, p.25)

Figura 1

Mapa del surgimiento y primeras aplicaciones del framing



Nota: Resumen de la evolución de la teoría del framing. Traslado de "Antecedentes y fundamentos de la teoría del framing en comunicación", p. 18. Por Sabrina, N. Revista Austral Comunicación, 2 (1), p.18.

1.2.1.2 Teoría de la Aldea Global de Marshall McLuhan

La aldea global describe la interconexión humana a escala global como consecuencia sociocultural de la comunicación inmediata.

Al respecto, McLuhan (1971) señala que ahora el mundo donde vivimos es inmediato e irracional. La gente sabe mucho sobre los demás, ya no hay

privacidad, no hay lugar donde esconderse. En la aldea global todo se sabe en segundos. No importa si es algo importante o banal, rápidamente las personas comparten la información.

Las tecnologías de información y comunicaciones nos arrastran en la continua construcción de entornos culturales, donde cada nuevo medio de comunicación modifica la forma en cómo creamos y nos comunicamos. (Islas, 2004)

Zamudio (2009) refiere que los medios de comunicación, según McLuhan, una vez que se combinan cambian nuestra conciencia y por lo tanto nuestra forma de pensar. McLuhan (1995) manifiesta que las consecuencias de los medios son nuevos ambientes y éstos a su vez son una reprogramación de la vida sensorial. Los medios de comunicación representan la continuidad de la capacidad biológica más allá de la capacidad humana. El libro se convierte en extensión del ojo, el sistema de circuitos electrónicos en la prolongación del sistema nervioso central. El actuar en conjunto de los medios, puede modificar la conciencia creando nuevos universos de significado psíquico

“El medio es el mensaje” es el título del primer capítulo de *Comprender los medios de comunicación: Las extensiones del ser humano*, publicado por primera vez en 1964 por McLuhan. Al decir que “el medio es el mensaje”, McLuhan resalta que las personas tienden a prestar atención al contenido e ignorar el medio, sin embargo, es el medio quien tiene un papel más relevante. Para “captar el mensaje” es necesario estudiar el medio y no el contenido que cumple, en mayor medida, un rol distractor (Strate, 2012).

1.2.2 Tratamiento Periodístico

El tratamiento periodístico hace referencia al modo en que los medios de comunicación seleccionan la información y la transforman en textos noticiosos mediante determinadas técnicas de escritura periodística, generando contenido informativo lo más apegado a hechos de la realidad (Violette, 2009, citado en Bisso, 2020). Desde la perspectiva de una revista, el tratamiento periodístico se puede clasificar en: Portada, contenido y estructura (Foges, 2020).

1.2.2.1 Portada

Usero (2014) indica que la portada cumple uno de los papeles más importantes de la revista o diario, ya que es el primer componente que se ve de la publicación. Necesita ser llamativa para destacar entre las otras. La revista expresa un mensaje al lector y la portada es clave para la percepción de este. Las portadas e imágenes usadas en cada edición son de gran relevancia, ya que es lo primero que resalta y muestra el contenido del medio, por ello es realizada de manera atractiva a la vista del público, de modo que pueda informarse sobre los principales acontecimientos. “El contenido es lo más importante, pero sin una buena portada los lectores nunca lo sabrán” (Foges,2000).

De esta forma, la portada se convierte en el impulsor de la compra, generando de por sí, más recordación que el contenido interno, por ello son dinámicas, seleccionando solo las noticias importantes según los responsables del medio. Por ello, el diseño de la portada es el diferenciador, la jerarquización que elija el medio para el titular, la fotografía y logotipo son importantes (Gutiérrez, 2018, p.35)

a) Titular

Cautivar visualmente al lector mediante la portada, será el primer paso que lo motive en la lectura del contenido. El titular es una de las principales fuentes de atracción de la portada que transmite tipográficamente y a gran escala el hecho noticioso.

Donoso (2009) refiere que los titulares tienen un rol importante en el resumen de la noticia, jerarquizando la información en tamaño y ubicación. “Los lectores para concretar la compra se guían de los titulares por ello los redactores ponen énfasis en la construcción de las mismas”. (Donoso, 2009, p. 259)

Un titular de portada llamativo conjuntamente con la imagen del tema más relevante de la edición, generará interés hacia el lector, preguntándose: ¿la revista parece simple, entretenida, útil?

Los titulares según (Mayoral, 2013, citado en Salazar, 2017) se dividen en dos categorías: **Informativa**, donde el título recoge el contenido central de la noticia, el periodista enfoca su atención en uno de los diversos aspectos que podrían ser relevantes, sin pretender resumir dichos asuntos. **Expresiva o de llamada de atención**: cuando el fin es sorprender, emocionar o causar curiosidad al lector. Este tipo de titulación combina la información, interpretación y opinión con plena libertad.

El titular puede tener una estructura vinculada que hace referencia a la continuidad semántica y sintáctica de la volada (antetítulo) o bajada (subtítulo) con el titular de la noticia, es decir, ambos componentes forman la estructura del titular.

El antetítulo tiene como función explicar elementos importantes de la información que no aparecen en el título. También es utilizado para situar geográficamente la noticia. Hoy en día se sigue aplicando esta función, aunque algunos medios de comunicación utilizan ahora el antetítulo como un elemento informativo más completo, en otros casos recurren a palabras o frases cortas con respecto a la información (Vizueté y Caminos, 1998, citado en Salazar, 2017)

El subtítulo contiene aspectos que posteriormente se desarrollan en el texto. Su fin es ampliar elementos complementarios. López (2009) menciona que, si el título contiene el subtítulo, puede excluirse el antetítulo y viceversa, salvo en ocasiones donde la noticia es de suma importancia.

En varias ocasiones los diarios o revistas hacen uso de las figuras retóricas en los titulares, esto para dar énfasis a las expresiones y generar interés. Sin embargo, debe ser evaluado su uso, y preguntarse ¿Será entendido por el lector? Al respecto. Zorrilla (1996) identifica que las figuras retóricas más utilizadas en el lenguaje periodístico son: la metáfora (comparación implícita), la sinécdoque (asignar a una palabra un contenido más amplio que el habitual), la metonimia (modificación del significado literal de un signo, y sustituirlo por otro elemento que guarda relación), la hipérbole (exageración de la realidad) y la prosopopeya (dar a seres inanimados, cualidades propias de los seres humanos)

b) Fotografía

No solo el titular creará expectativa en el lector, la imagen o fotografía, que es el registro visual del hecho noticioso en el medio, también motivará la adquisición del ejemplar. Las imágenes son capaces de provocar distintos

efectos en los espectadores, su correcta elección puede contribuir a enfatizar lo que se pretende mostrar (Navarro, 2007). En lo que refiere a la portada, Foges (2000) afirma la existencia de dos tipos de imágenes: aquella simple e icónica de un objeto o persona, que se entiende de primera y se aprecia de lejos, y la compleja, que requiere un cierto estudio antes de entenderla o apreciarla, tal como las obras de arte.

Otros aspectos por analizar en la fotografía son: Descripción del motivo fotográfico (lo que representa para el lector la fotografía a primera instancia), protagonistas (las personas que se encuentran dentro de la fotografía), Estaticidad / Dinamicidad de los personajes en las imágenes, Planos (plano general, plano americano, plano medio, plano medio – corto (p.busto), primer plano, primerísimo primer plano y plano detalle) y Con / Sin leyenda (la fotografía o imagen cuenta o no con descripción).

c) Logotipo

Costa (2003) define al logotipo como la gráfica particular que toma la escritura del nombre de la marca. Por su parte, Usero (2014) señala que el logotipo es el elemento clave e identificativo sobre lo que se diferencia un medio de otro, contiene el nombre de la marca y resalta la temática de este.

Con la definición de ambos autores, se puede considerar al logotipo como la parte de la marca que se puede reconocer y visualizar mediante la representación de un símbolo. (Foges, 2000) considera a la cabecera (logotipo) como una firma, la cual cuenta con un diseño fijo que solo puede cambiar en colores y tamaño, pero la tipografía siempre es la misma.

1.2.2.2 Contenido

El público demanda ver reflejado sus exigencias en las noticias, y en cómo puede aumentar su conocimiento después de leerlas, invitarlo a la reflexión sobre las temáticas nunca tratados en los diarios, creará una inquietud de interés por descubrir más información. (Owen, 1992). Los lectores son cada vez más conscientes, los textos de la revista deben llenar sus necesidades, de acuerdo con las creencias e ideologías.

Las personas al recordar algún diario o revista, se centran en el contenido que posee y si el diseño fue agradable (Guerrero, 2016).

El contenido está compuesto por secciones, artículos de interés, entrevistas (Foges, 2000), este contenido puede dividirse bajo diversos aspectos como el criterio de noticiabilidad, lenguaje y cobertura

a) Criterio de noticiabilidad

Martini (2000) señala que los criterios de noticiabilidad aceptan que el periodismo identifique la pertinencia social de los acontecimientos. Los criterios van de acuerdo con el medio, jugando un papel importante entre la empresa periodística, el informador y la opinión pública.

Además, propone la siguiente clasificación:

- Originalidad, ineditismo, novedad: Hecho inédito sin precedentes
- Continuidad: Evolución del acontecimiento
- Importancia y gravedad: Afectación directa o indirecta a la sociedad
- Proximidad del hecho: En la localidad, en el país en el extranjero.
- Magnitud: cantidad de personas implicadas en el hecho

b) Tipos de lenguaje

Hernando (1991, citado en Amau y Villasante, 2016) señala que el lenguaje periodístico es el sistema de información que emplean los medios de comunicación. La forma de redactar una noticia en cada medio es diferente, es por ello que se emplean distintos tipos de lenguaje según el público al que va dirigido. Cabanillas (2017) tiene la siguiente clasificación del lenguaje periodístico

- Culto/Formal: Empleado por personas que comparten una serie de códigos lingüísticos, en entornos académicos, diplomáticos o científicos.
- Coloquial: Utilizado en un contexto informal y/o familiar.
- Vulgar: Vocabulario escaso, que es reemplazado por gestos y palabras groseras

El tratamiento noticioso dependerá también de la naturaleza de la noticia, basado en los géneros periodísticos que son las diversas modalidades de creación literaria, dedicado a ser propalados a través de cualquier medio de difusión masivo. Martínez (citado en Mamani y Gonzales, 2018).

c) Cobertura

Martínez (1992) presenta varias definiciones de cobertura, presentándola como la capacidad de un medio en llegar a diversos lugares de un territorio, también entiende el término como: la atención de una zona en específico para obtener la información, o simplemente el número de personas que reciben los mensajes de un medio de comunicación

En ese sentido, la cobertura periodística es la esencia de los medios de comunicación, ya que brinda inmediatez al público. Los medios tienen que dar prioridad a las coberturas bajo equipos multidisciplinarios que ayuden a cumplir el objetivo de cubrir las noticias más relevantes y de interés social.

Una vez que la noticia ha sido cubierta por un periodista y redactada bajo los criterios que este considere relevante, o que el medio crea importante, pasará a su publicación impresa la cual puede variar en algunos aspectos como:

- Ubicación de la información: Portada, contraportada, página par, página impar, página central
- Espacio en la página: 1 página, ½ pág., ¼ pág., 1/8 pág
- Intencionalidad de la información: Informar, fiscalizar/denunciar, educar, orientar y entretener

Todos estos criterios están regidos de acuerdo a los criterios de noticiabilidad, que determinarán la estadía de una noticia en el medio.

d) Fuentes de información

Según Gutiérrez (2011) se puede obtener la información por: la observación directa, la consulta de documentos relacionados con el tema y la entrevista directa con personas implicadas en los hechos o que tienen datos sobre el hecho (citado por García y Gutiérrez, 2011, p.68).

Las fuentes de información, son personas, instituciones y organismos de toda naturaleza, que facilitan la información para la difusión de la noticia. Dido (1999) clasifica las fuentes en tres categorías:

- **Fuente directa:** Consulta a un testigo o participante del hecho
- **Fuente indirecta:** Declaraciones de personas que tienen datos y referencias, aunque no fueron testigos ni participantes del hecho
- **Fuentes externas:** Ubicadas fuera del país. Los medios recurren a las agencias internacionales o medios externos para la captación de información.

1.2.2.3 Estructura

La estructura garantiza la consistencia y un buen sistema de orientación para facilitar la lectura de lectores nuevos u ocasionales (Pelegrín, 2016). En la construcción textual de la noticia se deben organizar los datos reunidos, bajo una metodología que asegure un orden, coherencia, sin reiteración y dirija al lector sobre los componentes más importantes. Para la construcción textual, se incluirá el titular, el lead y el cuerpo de desarrollo.

a) Titular de página interior

El titular de página interior busca, en un sentido amplio, informar sobre el hecho noticioso. Su redacción debe tomar como sentado que el lector desconoce todos los aspectos sobre la noticia. Así, se asegurará que los titulares incluyan la mayor cantidad de datos. Sin embargo, la titulación dependerá en gran parte de la importancia del tema, si necesita una mayor reflexión o profundidad en su tratamiento.

Luis Núñez Ladeveze (1991) en De Fontcuberta (1993) considera que, si se tiene en cuenta que el criterio periodístico depende de la función de informar, la clasificación de los títulos se orienta, entonces, a separar entre los más informativos de los menos informativos. Por ello indica la siguiente clasificación:

- **Títulos expresivos:** No aportan información; se presume que el lector conoce el hecho suscitado. Este tipo de titular trata, primordialmente, de llamar la atención del lector a través de palabras sueltas que van acompañadas con signos de admiración o interrogación.

- **Títulos apelativos:** Utilizan el lenguaje para llamar la atención sobre un hecho cuyo conocimiento no se presume, pero del que se informa. Este tipo de titulares es usado en prensa sensacionalista.
- **Títulos temáticos:** Enuncian el tema de la información y no permiten identificar la noticia. Suelen utilizarse en hechos de poca relevancia y en géneros no informativos como artículos o editoriales.
- **Títulos Informativos:** Los títulos informativos explican el sujeto de la acción, la acción y sus circunstancias. Al mismo tiempo, la singularizan y la relacionan contextualmente con el devenir informativo de las noticias de actualidad.

b) Lead

Con respecto al lead, el primer párrafo de una nota informativa noticiosa, también conocido como “copete”, “introducción” y “entrada” (Rivadeneira, 1997, p.171) su función principal es explicar al público de qué trata la información, indicando solo los puntos más importantes para luego presentar los demás hechos en el desarrollo o cuerpo de texto.

El lead debe ser como una punzada, tiene que captar al oyente inmediatamente y forzarlo a seguir escuchando. Le debe seducir con frescor, con novedad, con paradoja, con humor, con sorpresa, con una idea inusual, con un hecho interesante o con una pregunta. La misión de la primera frase de una noticia es informar, pero sobre todo llamar la atención. (Amau y Villasante, 2016, p.54)

El lead, pone en contexto al lector sobre la noticia, especificando aquellos datos fundamentales que ayuden a comprender las presuposiciones

del titular contestando las preguntas: qué, quién, cómo, dónde, cuándo y por qué. Asimismo, ira en el género periodístico que se considere más pertinente

c) Cuerpo de desarrollo

Sobre el cuerpo de desarrollo, Clauso (2007) lo clasifica de acuerdo al núcleo noticioso y estructuras complementarias. El eje noticioso está compuesto de elementos centrales de la noticia y las estructuras complementarias están divididas en niveles, dado que cada elemento no tiene la misma importancia. La relevancia determina el orden de cada nivel accesorio. Según (Clauso, 2007, p.93) tenemos:

- Eje o núcleo noticioso: elementos centrales de la noticia.
- Nivel accesorio 1: detalle del elemento central de la noticia.
- Nivel accesorio 2: datos complementarios sobre el elemento central.
- Nivel accesorio 3: Antecedentes del elemento central.
- Nivel accesorio 4: Testimonios.
- Nivel accesorio 5: Antecedentes de la noticia.

Esta clasificación gira en torno a la importancia de los datos noticiosos. Sin embargo, el nivel de los accesorios es variable ya que la selección de lo más reciente como lo más relevante, relega lo anterior como información adicional o complementaria, lo cual influye en el orden. En ese sentido, el eje noticioso es el lead de la nota informativa y los accesorios formarían parte del desarrollo informativo.

1.2.3 Hallyu

El “Hallyu” significa “Ola Coreana”, y tiene como característica principal la expansión de la cultura popular surcoreana en distintas partes del mundo. El término fue acuñado por periodistas chinos que reportaban con asombro el

incremento de los productos de entretenimiento surcoreano en China (Lee, 2011).

El Hallyu comenzó en 1990 cuando Corea del Sur empezó a trabajar en la promoción de políticas culturales. Esto con el propósito de cultivar en los ciudadanos el orgullo por productos nacionales. Elfving (2013) explica que el contexto mostraba la influencia norteamericana dominante en occidente, provocando que los ciudadanos del noroeste asiático vieran como alternativa de difusión cultural sus actividades.

La popularidad de producciones televisivas, musicales y cinematográficas acarrió un importante incremento sobre el interés hacia la cultura surcoreana, como la gastronomía, artes tradicionales, industria de belleza, etc.

Kim Bok-rae, (2015, citado en Ocaña, 2019, p.12) propone tres periodos del Hallyu:

- Hallyu 1.0, entre 1995 y 2005, fomentado en la región asiática (especialmente, China, Japón y demás regiones sino-parlantes como Hong Kong y Taiwán), cuyos principales productos culturales fueron las emisiones de televisión y películas surcoreanas.
- Hallyu 2.0, a partir del año 2006 hasta el día de hoy, difundido en nuevas regiones (especialmente en el resto de Asia, Norteamérica y Europa) centrado en el K-pop y los ídolos musicales surcoreanos
- Hallyu 3.0, que tendrá lugar a escala global e incluirá una mayor diversidad de productos culturales, transmitidos a través de las redes sociales. La fecha de esta etapa aún no está especificada por el autor.

Según las investigaciones de Kim, nos encontramos en el Hallyu 2.0 que además de llegar a la totalidad del continente asiático, abarcó Norteamérica, Europa y posteriormente también Latinoamérica, África y Medio Oriente. Cremayer (2018) indica que el Hallyu ha permitido el crecimiento de la industria surcoreana, posicionando a Corea del Sur como una imagen positiva hacia el resto del mundo, aperturando nuevos mercados, consolidando alianzas económicas e introducción cultural a otros lugares

Por este motivo, el Hallyu no puede ser considerado un ejemplo de “aculturación”, sino un fenómeno transcultural promovido por los medios masivos, capital transnacional y movilidad de personas, logrando que la cultura popular local impacte en el público local, regional y global (Kim, 2015).

Vidal (2014), indica sin temor a equivocarse que la cultura popular surcoreana cuenta con dos referentes importantes: la música (K-pop) y las telenovelas (K-dramas o dramas). Además, hace hincapié, sobre los dramas los cuales sirvieron como apertura del K-pop, ya que en muchas ocasiones funcionan como banda sonora de las series.

En los últimos años el K-pop ha ido ganando titulares en los medios de comunicación de todo el mundo; debido a las tendencias causadas por sus fans en Twitter, Youtube, Facebook y otras plataformas.

Internet ha sido primordial para la difusión y consumo de los dramas coreanos y del K-Pop, convirtiéndose en el sitio principal de interacción entre los miembros de esta comunidad de fans (Schulze, 2013).

Si bien, el Hayllu se extendió mundialmente a través en diversas partes del mundo, fueron los dramas (series y novelas) de televisión que causaron

furor y posterior expansión al resto de Asia, Medio Oriente, Europa, África, Norteamérica y Latinoamérica (Joo, 2011 citado en Saavedra, 2018).

1.2.3.1 K-dramas

“Las telenovelas o K-dramas son el primer gran elemento que compone la cultura popular surcoreana” (Ocaña,2019)

A principios de 1960 los dramas se emitían recurrentemente en Corea del Sur, pero en 1969, con la eliminación de la prohibición del gobierno a las televisoras de obtener ingresos económicos de los anunciantes, los K-dramas se volvieron fundamentales en la programación televisiva. A inicios de 1970 se transmitían alrededor de 15 dramas al día provenientes de las cadenas TBC, KBS y MBC (KOCIS, 2011b).

En 1980 y principios de 1990, los dramas comenzaron a enfocarse en la audiencia joven. En consecuencia, las televisoras iniciaron la producción de K-dramas con temática juvenil.

Por otro lado, también en 1990, la presencia de la televisión por cable y satélite permitió que los dramas se difundieran e intensificó la competencia por conseguir audiencia. En paralelo, las cadenas empezaron a destinar mayor presupuesto en la creación de los K-dramas, introduciendo una gran variedad de ideas y contenidos de entretenimiento (KOCIS, 2011b).

En el 2003, se incluyó en el mundo de los dramas a las estrellas del K-pop. Por ejemplo, Kim Hyun Joong del grupo SS501, debutó en el drama *Boys Over Flowers* de la cadena KBS, Jung Yong Hwa de la banda CNBLUE en el drama *You're beautiful* (SBS) y bajo la cadena MBC, en el 2011 se estrenó el drama *Dream High*, protagonizado totalmente por estrellas de K-pop.

El primer acercamiento del público peruano con los K-dramas fue en 1998 por la señal de Andina de Televisión (ATV), con el drama *Un deseo en las estrellas*. Sin embargo, al ser emitida en un horario matutino poco favorecedor, su presencia no tuvo mayor repercusión en su momento. (Vargas, 2015).

En el 2002, con el apoyo de la embajada de Corea del Sur en el Perú, se pudo emitir nuevamente *Un deseo en las estrellas*, ya que se vio al producto como una forma de difundir la cultura coreana. Bajo la señal de Televisión Nacional del Perú (TNP) llamado ahora TV Perú, el drama regresó a las pantallas el 28 de enero del mismo año.

El fenómeno Hayllu en Perú, se comenzó a extender con los dramas *Un deseo en las estrellas* y *Todo sobre Eva*, los cuales lograron la aceptación del público que, a través de llamadas y correos al canal, solicitaba mayor contenido de este tipo. (Vargas, 2015). Luego de ello llegaría *Otoño en mi corazón*, *Sonata de Invierno*, *Escalera al cielo*, *Mi adorable Sam Soon* y *Una joya en el palacio*, todos emitidos por la señal de Tv Perú.

Escalera al cielo se convirtió en un referente de los dramas, marcando así el inicio del “boom” de las telenovelas coreanas dentro de la televisión peruana. Incluso llegó a emitirse en horario estelar, compitiendo contra producciones nacionales como *La gran sangre 3* y *Magaly TV* (Vargas, 2015). La última vez que se emitió una novela coreana por las pantallas de TV Perú fue a principios del 2010 con *Una Joya en el Palacio*.

Al respecto Delgado (2011, citado en Mosquera, 2019) explica que Panamericana televisión se percató de un público desatendido y como tenían conocimientos de la obtención de material, realizaron la compra directa con proveedores coreanos. Cerrando poco a poco las negociaciones entre países.

“Corea tampoco puede negarles la posibilidad a sus proveedores de hacer ventas directamente. Entonces, ahí se paralizó el trabajo de la embajada, neutralizándolo” (Vargas, 2011, como se citó en Lock, 2014, p.42).

La negociación directa de Panamericana Televisión con distribuidores como KBS, Arirang TV y MBC, empezaría una nueva etapa de los dramas coreanos. Siendo *Mi adorable Sam Soom*, la primera producción en ser emitida por su señal, sin embargo, esta novela habría sido estrenada antes por Tv Perú, en el 2007.

Por nueve años, Panamericana Televisión contaba en su programación con doramas, sin embargo, ello finalizaría en el 2018 con la última retransmisión de la serie *El anillo de Rubí*. Alrededor de 50 dramas coreanos de distintos géneros fueron transmitidos, lo que provocó que el canal implementará un doble horario de emisión en su programación. El primer horario para retransmisiones y el segundo de estrenos.

En el 2021, Willax TV cuenta en su programación con doramas, de lunes a viernes y domingos. Los lunes (16:30 hrs y 17:40 hrs) y domingos (desde 14:00 hrs hasta 18:00 hrs).

Vidal (2014) hace referencia a los dramas coreanos como la primera aproximación del público peruano con el K-pop. Los dramas, al incluir canciones de K-pop como temas de apertura o cierre, despertaron interés en el público, que a pesar de no entender el significado de la canción podían relacionarlo con las situaciones de los protagonistas, creando un vínculo emocional.

Las casas televisoras surcoreanas, en su mayoría, tienen como actores y actrices a “idols” pertenecientes a Boybands (Grupos de chicos) y Girlbands

(grupos de chicas) para generar una audiencia alta. Es así que los televidentes, se insertan en el mundo del K-pop, debido a la búsqueda de información sobre aquel personaje representado a través del idol.

Uno de los doramas, que ejemplifica este caso es “Dream High” producido por KBS2 en el año 2011. La historia se centra en seis estudiantes de la Escuela de Arte Kirin, los cuales quieren alcanzar el estrellado en la industria musical coreana.

Figura 2

De Izquierda a Derecha: Kim Soo Hyun (Actor), Suzy (Fue integrante del grupo Miss A), Taeyeon (Actor y cantante de 2PM), Ham Eun Jung (Fue integrante de T-ARA), IU (solista), Jang Woo Young (Cantante de 2PM)



Nota: Drama Wiki, 2021. Recuperado de https://drama.fandom.com/es/wiki/Dream_High

a) Categoría

K-dramapal (2017, citado en Mosquera,2019) explica que los dramas se clasifican en: Mini Series, Serial y Short.

- **Serie:** Son emitidas dos veces por semana en días alternos. Compuestas por 16 a 50 episodios con una duración mínima de 1 hora por capítulo. Ejemplo: You're the best Lee soon Shin

- **Miniseries:** Están constituidos entre 16 a 32 episodios (como máximo) con una duración de 35 minutos cada capítulo. En estos casos, se emiten por semana dos episodios consecutivos el mismo día. Ejemplo: *While you were sleeping*
- **Short:** Generalmente entre 6 a 16 episodios y una duración aproximada de 15 minutos por capítulo. La transmisión la mayoría de veces se da por plataformas web, Youtube o Facebook. Ejemplo: *Compulsory Dating Education*

La categorización dependerá de la cantidad total de episodios. Los dramas coreanos rara vez cuentan con una segunda temporada, como las series de otros países, en caso de realizar una nueva temporada, usualmente la historia es diferente e incluso los protagonistas son otros, como con las series: *Replay*, *Dream High* y *School*. Sin embargo, existen dramas con segunda temporada, con el mismo elenco e incluso continuación de la primera temporada como la serie *Love Alarm* transmitida por Netflix.

b) Géneros

Lock (2014) explica que la particularidad de los K-dramas recae en la utilización de diversos géneros como drama, comedia, tragedia, etc. De este modo, llegan a distintos consumidores. Además, menciona que los dramas suelen combinar diferentes géneros en un mismo proyecto, convirtiéndolo en un producto novedoso en contenido narrativo, visual y sonoro. Los dramas coreanos pueden clasificarse de la siguiente manera:

- **Drama adolescente:** Series con una temática muy liviana, con trama relacionada a la escuela o romance ligero, como: *Playfull Kiss*, *Boys Over Flowers*

- **Drama de comedia:** Presenta situaciones de menor complejidad abordando estereotipos y parodias. Ejemplo: *My name is Sam Soon*, *Backstreet Rookie*
- **Drama de crimen:** Basado en criminales con desarrollo más rápido que otras historias, las imágenes son sangrientas y de gran sensibilidad. Ejemplo: *Extracurricular*, *Private Life*
- **Drama de Fantasía:** Presentan criaturas del folclore coreano, viajes en el tiempo. Ejemplo: *Goblin*, *Hotel del Luna*.
- **Drama Histórico:** Escenario ambientado en diferentes épocas de la historia coreana, los trajes suelen ser muy tradicionales y los efectos especiales complejos. Ejemplo: *Moon Lovers: Scarlet Heart Ryeo*, *Hwarang*
- **Drama de Misterio:** Basado en la vida de alguien o encontrar algún hecho importante. Ejemplo: *City Hunter*, *Born Again*
- **Drama de Terror:** Su principal objetivo es generar inquietud o desasosiego en el espectador. Ejemplo: *The Guest* *Sweet Home*
- **Drama Médico:** La trama gira entorno a hospitales, médicos o enfermedades, además se incluye situaciones de acción, romance o comedia para amenizar la historia. Ejemplo: *It's okay to not be okay*, *Doctors*
- **Drama de Romance:** Historias de amor que giran en torno a los protagonistas Ejemplo: *Because this is my first life*, *Strong Woman Do Boong Soon*

- **Drama Musical:** Protagonizado en su mayoría por estudiantes de escuelas musicales o personas con sueños de ser artista. Ejemplos: *Dream High, You're Beautiful*

c) Original Soundtrack

El Original Sountrack (OST, por sus siglas en inglés) es una colección de música oficial creada exclusivamente para la difusión de un drama, generalmente vienen en forma de vinilo, disco compacto o de modo online mediante descargas. Crusellas (2017) brinda la siguiente estructura de los OST:

- **Tema de entrada/inicio:** Este tema da inicio a la serie, también es conocido como opening.
- **Música de fondo o incidental:** Conjunto de temas que acompañan escenas de la historia, pueden ser instrumentales o canciones con letra.
- **Leitmotiv:** Usado para la simbolización de una emoción, objeto o personaje.
- **Tema de salida/cierre/final.** Canción que suena junto con los créditos finales, también es conocido como ending

d) Estructura Narrativa

Para Lee (2012), los dramas coreanos atraen a la audiencia debido a su estructura narrativa basada en la fantasía y la falta.

- **Fantasía**

Se refiere a ilusiones con respecto a situaciones agradables que son poco probables que ocurran en la realidad. Las fantasías de los dramas coreanos dependen del amor, las relaciones familiares y personajes ideales. Estos elementos hacen que las series sean apreciadas por el público.

El primer elemento idealizado es el amor, el cual es mostrado como el valor máspreciado del universo, caracterizado por ser puro y leal sin importar las circunstancias suscitadas. De acuerdo con Lee (2012) la dificultad de alcanzar el amor vuelve al sentimiento más importante. Los impedimentos pueden ser la familia, la enfermedad, los rivales, accidentes e incluso la muerte. Mientras más obstáculos, más desea el público la realización de este amor.

El siguiente elemento idealizado es la familia. (Lee, 2012) señala que es común ver a los personajes en situaciones difíciles donde deben elegir entre el amor o la familia. Casi siempre el personaje más fuerte atraviesa esta situación. No obstante, al terminar el drama, se muestra la reconciliación entre ambos para concretar la realización del amor que conduce al logro de una familia feliz.

Otro elemento identificado es el placer simbólico, que es producto de la fantasía. La fantasía está presente en las dificultades que deben afrontar los protagonistas, estas dificultades son las mismas que afrontan los adultos en la realidad. Esto explicaría por qué los dramas son consumidos en su mayoría por mujeres, sin embargo, un porcentaje de hombres también visualiza las series. Por ello se da la idealización de la masculinidad y feminidad a través de los protagonistas que son altamente estereotipados.

En la sociedad coreana, el prototipo de masculinidad corresponde al de un hombre económicamente competente e inteligente. Sin embargo, existe una creciente demanda de las mujeres, por un hombre más gentil, sensible y amable. En el caso de las protagonistas femeninas, el ideal coreano es una mujer amable, paciente, alegre, protectora y pura. (Lee, 2012, p.457)

Estos modelos son ideales que responden a la sociedad coreana, que cuando son alcanzados por la audiencia permiten disfrutar a la persona de una

alta autoestima Lee (2012). La fantasía de los dramas es capaz de proporcionar placer a los televidentes, ya que permite crear una ilusión de amor y familia perfecta. Además, genera identificación con los protagonistas los cuales permiten olvidar a las personas de sus frustraciones, dificultades u otros pesares, a fin de lograr cumplir sus objetivos de felicidad similares a los K-dramas.

- **La falta**

La falta es un elemento que impulsa la realización del amor y proporciona realidad a la historia. Generalmente la falta se encuentra en los personajes masculinos, los cuales a pesar de su solvencia económica o gran aspecto físico, poseen heridas internas como ausencia de padres o un nacimiento ilegítimo (Lee, 2012, p.458). El protagonista lidia la carencia con el amor de la protagonista femenina que es pura y fiel. Por ello cuanto más profunda es la falta más fuerte será el amor hacia la mujer. Estas faltas facilitan la fantasía del amor. (Lee, 2012)

1.2.3.2 K-pop

El origen del K-Pop se remonta a 1990 con la aparición de Seo Taiji & Boys, quienes combinaron los sonidos de bitbox y la melodía del taepyeongso, un instrumento musical tradicional coreano. La creciente popularidad del grupo causó que la industria musical reconociera a los adolescentes como un mercado potencial, centrando sus esfuerzos en la producción de idols, término usado para referirse a los ídolos del pop coreano.

Así, en 1995 con el debut del grupo H.O.T. y posterior éxito, se comenzó a crear grupos musicales como: Sechs Kies, S.E.S., Fin.K. L, NRG, Taesaja, Shinhwa y g.o.d

En el 2000, la primera generación de idols groups se habían separado esto principalmente por factores de edad, ya que en la industria musical coreana la edad útil de un idol es hasta los 30 años. El otro factor, es la falta de estrategias de las agencias de entretenimiento, las cuales no promocionan adecuadamente a los grupos en los shows musicales, lo cual dificulta que puedan seguir vigentes.

A mediados del año 2000, con el inicio de la segunda generación de idols (Big Bang, Super Junior, Wonder Girls, Girls' Generation, 2NE1 como principales exponentes) las agencias de entretenimiento comenzaron mejores estrategias musicales y de marketing. (KOCIS, 2011c).

Según el portal web Korea.net, sitio oficial del gobierno de Corea del Sur, el "K-pop es el término utilizado para referirse a toda la música pop de Corea de gran popularidad. Aquí se incluyen los diversos géneros de música, baile pop, balada pop, tecno, rock, hip-hop, R&B, etc."

La popularidad del K-pop, creció de manera significativa en el año 2012 - 2013, con el "Gangnam Style" de Psy o "baile del caballo", como se conoce de manera popular en el Perú. La canción se llegó a ubicar en el primer puesto del Ranking Oficial Británico de Singles, y en el segundo puesto del Billboard's Hot 100 en EE.UU. Incluso ingresó en el libro de los Guinness World Records por obtener más de 200 millones de visitas en Youtube.

En el Perú, el K-pop casi siempre fue ignorado por los medios de comunicación. Hace diez años era impensable que alguna radio local programara alguna canción de este género o que un canal de televisión emitiera los videos musicales. El K-pop no era en ese entonces lo que es hoy. (Vidal, 2014, p.14)

Ahora es más recurrente ver noticieros que hablen sobre la llegada de algún grupo de K-pop al país, sobre las tendencias que se forman en twitter respecto a algún “comeback”. Los medios de comunicación, como la televisión, radio, portales de noticias y revistas han incorporado espacios dedicados al K-pop.

El canal Willax TV contaba con un programa llamado “El especial de K-pop Music Core” sobre el Show Music Core de la cadena de televisión surcoreana MBC, donde se elige la canción más popular de K-pop, según los fans que sintonizan el programa.

El especial de K-pop Music Core, empezó a emitirse en enero del 2019 por Willax TV, de lunes a viernes a las 4:30 pm con la conducción de Danvy Park y Kito. Su última emisión se dio en octubre del 2020.

Figura 3: Conductores: “Kitto” y Park Danvy



Nota: Canal de youtube Willax Televisión, 2019.
Recuperado de <https://youtu.be/IU-TOQCDKOY>

El canal Viva TV, también dedica un espacio para el K-pop con el programa Asia Pop emitido todos los sábados con duración de una hora y conducido por la cosplayer internacional Rouse Shinigami y Franco Coloma

Asia pop TV comenzó a emitirse en enero del 2017 por el canal Willax TV, en el horario de los sábados a las 6:00 pm con la conducción de Franco Coloma. El programa se centró en animes, K-pop, cosplay, entrevistas a fanclub, cobertura de eventos de K-pop, J-pop, y conciertos. Desde el 2019 se comenzó a emitir por Viva TV todos los sábados y domingos a las 6:00 pm. Actualmente se puede sintonizar los sábados a las 5:00 pm.

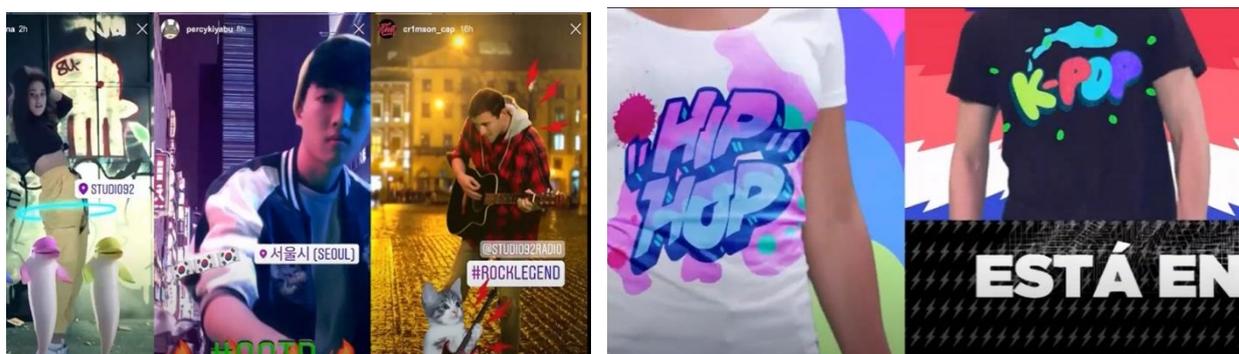
Figura 4



Nota: Canal de youtube Millennium Entertainment, 2020.
Recuperado de <https://youtu.be/5nSv7odqiWs>

Sobre las emisoras radiales nacionales, la más conocida por empezar a colocar canciones de K-pop fue Studio 92 específicamente el programa “El Chino y Adolfo” donde se incluyó canciones de BTS a pedido de los fans que comentaban en redes sociales como Facebook y Twitter. Además, la incorporación de este género se ve reflejado en un comercial del 2019, donde agregan al K-Pop en su lista musical.

Figura 5



Nota: Canal de youtube Entretenimiento y Comerciales, 2019.
Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=VZCoN63clCA>

Los portales web de noticias no se han reprimido en colocar información de K-Pop en la sección de internacionales. La República, Perú 21 y el Comercio son algunos ejemplos.

<p>El Comercio</p> <p>K-POP</p> <p>16:11</p> <p>BTS: ¿Qué es el ARMY y por qué es tan 'fuerte' en redes sociales?</p> <p>El fandom más grande del K-pop cumple 7 años y celebra el "ARMY DAY" por todo lo alto en las redes sociales.</p> <p>REDACCIÓN EC</p> <p>2020-07-02</p> <p>BTS: ¿Quiénes son y por qué son tan populares?</p> <p>Fue la primer banda surcoreana de K-pop en ganar un premio Billboard a la música. Conoce más de la historia de BTS, sus integrantes y canciones ...</p>	<p>Perú21</p> <p>K-Pop</p> <p>Espectáculos Internacional 2020-06-17</p> <p>Kim Yohan de TST o Top Secret murió, pero dejó una exitosa carrera en el K-pop</p> <p>El músico coreano murió a los 28 años en medio del éxito que hoy se apagó.</p> <p>Espectáculos Internacional 2020-06-17</p> <p>Muere el popular cantante de K-Pop Kim Yohan, vocalista de TST, a los 28 años</p> <p>Este hecho ha remecido el mundo del espectáculo del K-pop y a sus fanáticos. Se desconocen las causas de su muerte.</p>
--	--

LR

16 Jun 2021 | 22:28 h

BTS: por qué ARMY pide que ABC Color de Paraguay se disculpe con Bangtan

Un artículo que cuestiona el éxito de BTS en el mundo ha enfurecido a los ARMY, quienes se esfuerzan día a día en apoyar a sus ídolos.

16 Jun 2021 | 22:21 h

Periodista paraguayo usó frases xenófobas contra BTS y ARMY exige que se disculpe

Continúa la polémica de BTS en Paraguay. Ahora, Mike Silvero lanzó comentarios racistas contra el famoso septeto del K-pop.

a) Agencias de Entretenimiento

Las agencias de entretenimiento cumplen el rol de sello discográfico, agencia de talentos, producción musical y organización de eventos para los artistas. Según Yoon (2017, citado en Ocaña, 2019) las principales agencias de entretenimiento surcoreanas son:

- **SM Entertainment:** Fundada en 1995. Está a cargo de artistas como BoA, Super Junior, Girls Generation, Aespa, Red Velvet y EXO. En 2017, su valor estimado era de 1.2 billones de dólares
- **YG Entertainment:** Fundada en 1996. Está a cargo de los artistas BlackPink, AKMU, iKON, Winner, 2NE1, BIG BANG, Epik High, Teddy Park, iKON, y Black Pink. En 2017, su valor estimado era de 900.5 millones de dólares
- **JYP Entertainment:** Fundada en 1997. Cuenta con artistas como TWICE, ITZY, Stray Kids y DAY6. Su valor estimado en 2017 era de 720.5 millones de dólares

Estas tres compañías son las más representativas de la industria surcoreana y conocidas como las “Big 3”. Sin embargo, otras agencias que también son relevantes en el rubro son: FNC Entertainment y Big Hit Entertainment.

- **FNC Entertainment:** Fue fundada en 2006 y representa a los artistas CNBLUE, FT Island, N. Flying, SF9. Tiene un valor estimado de 298 millones de dólares (Yoon, 2017).
- **Big Hit Entertainment:** Fundada en 2005. Cuenta con los grupos BTS y TXT. Su valor estimado en 2017 era de 85 millones de dólares (Yoon, 2017).

Con el fin de internacionalizar a los grupos de K-pop, algunas agencias han ido adaptando sus productos a diversos mercados, reclutando artistas extranjeros (no surcoreanos) para producir música en varios idiomas. Algunos ejemplos son: la solista Chungha, EXO, BTS, TWICE y Black Pink que han lanzado canciones en japonés, mandarín, inglés e incluso español.

b) Estrellas de K-pop

(Korean Culture and Information Service, 2011 citado en Mosquera, 2019) explica que “el sistema detrás de la producción de las estrellas pop coreanas se denomina “Globalized Star-Making System” (p.52) creado por las agencias de entretenimiento locales que establecen una estrategia de gestión total. La formación de un grupo idol, o un solista, está conformado por seis etapas. Estos procesos fueron introducidos por el fundador de SM Entertainment, Lee Soo Man.

- **Primera etapa:** Se realiza la planificación, donde la agencia decide el concepto y género musical del grupo. Además, construye la imagen del grupo basado en estudios de mercado, ya que el objetivo principal es ofrecer un producto diferente.
- **Segunda etapa:** Se realiza el reclutamiento de jóvenes talentos a nivel nacional e internacional mediante audiciones.
- **Tercera etapa:** Las personas seleccionadas reciben un entrenamiento exhaustivo en canto, baile y actuación. Esta etapa es la más larga e importante, ya que se decide si los aprendices están listos para debutar en un grupo musical. Una vez que son elegidos deberán entrenar juntos para desarrollar química y sincronía.

- **Cuarta etapa:** Llegada esta etapa, los artistas están enfocados en su debut con grabación de canciones, sesiones de fotos, coreografías y promociones en general.
- **Quinta Etapa:** Se realiza la producción de las canciones, el video musical y empaque de los discos teniendo en cuenta el concepto desarrollado.
- **Sexta Etapa:** Se comienza con las actividades de promoción a través de redes sociales, ya que permite una mayor llegada a la audiencia global. Otras actividades como, conciertos, reuniones con admiradores, participación en show musicales, entrevistas y programas de variedades, son generarán presencia del artista en los medios. “también se recurre a estrategias de publicidad tradicional como el uso de vallas publicitarias, carteles y exhibición de los videos musicales en televisión” (Do, 2012).

c) Videos musicales

Body y Weibel (1987) como se citó en Sedeño (2007) definen a los videos musicales como arte dinámico donde se combina lo visual y musical, logrando un efecto único que sería imposible sin la interacción de ambas partes. La combinación de ambas disciplinas, crean formas y colores ilimitadas de expresión artística.

Los videos musicales nacen por la necesidad, de la industria discográfica, de compensar la inversión.

Por ello, el video musical se ha convertido en una herramienta fundamental en la estrategia de marketing del artista (Sedeño, 2006). Sin embargo, a diferencia de la publicidad, el proceso de incitar al consumo se realiza de manera sutil, a través de las imágenes. Esto permite tener una relación positiva con el público

Feijoo (2014) indica que el video musical ha logrado desarrollarse al punto de ser considerado un producto artístico.

d) Shows musicales

Son programas de música que se transmiten semanalmente en la televisión surcoreana. Los artistas de K-pop realizan presentaciones de sus últimas canciones para competir por el primer lugar en cada edición del show. El ganador se determina en base a las votaciones del público, ventas digitales, físicas y otros.

Las compañías más grandes de Corea del Sur cuentan con su propio programa dedicado al K-pop, estos son: Inkigayo de SBS, Music Bank de KBS 2TV, ¡Show! Music Core de MBC, M! Countdown de Mnet, Show Champion de MBC Music y The Show de SBS MTV,

1.2.4 Revista especializada Asian World

La revista especializada Asian World fue creada en el 2012, después de encontrar entre los editores de la revista juvenil *Zona Joven* personas que gustaban de música coreana los cuales querían un mayor contenido de K-pop en la revista, que abarcaba música pop y latina.

Al lanzar la revista la acogida fue buena por parte del público. Sin embargo, la finalidad principal era fomentar la lectura del Hallyu, en adolescentes y jóvenes de 15 a 24 años, a través de contenido como noticias, entrevistas, fanfics, recetas y todo lo relacionado con la cultura popular surcoreana. Por ello se hizo uso del lenguaje coloquial, para no confundir al lector con términos rebuscados que compliquen la lectura.

Asian World es una revista mensual con presencia en todo el Perú, que tiene un tiraje aproximado de 10 mil copias a nivel nacional, considerándose

temporadas bajas enero y febrero donde se reduce a 8 000 o 6 500, debido a que la compra principalmente viene de adolescentes de secundaria.

El precio de la revista es de S/3 cuenta con alrededor de 28 a 35 páginas, antes incluían poster y stickers en cada edición, sin embargo, con el impuesto a la bolsa se tuvo que retirar los adicionales ya que no había un soporte para estos.

Las secciones que abarca son Editorial, Noticias, Sección Especial sobre grupos de K-pop, Debut K-pop, Entrevista, Sección Doramas, Test, Consejos, Recomendación de doramas, Recomendación anime, Cancionero, Historias creadas por los fans (fanfic), Horóscopo y otras que van variando en cada edición.

El contenido de la revista se basa principalmente en tendencias mundiales de grupos de K-pop y comentarios en sus redes sociales donde los lectores recomiendan ciertos grupos para la próxima portada o noticias de interés. Asian world, prioriza al lector y lo que quiere ver en la portada, sin embargo, al momento de incorporar grupos de K-pop no tan relevantes en la industria, las ventas normalmente bajan, por ello en la elección del grupo se basan en tendencias mundiales, recomendaciones de los fans y lluvia de ideas entre el equipo.

La revista especializada Asian World, tiene como objetivo brindar el mejor contenido a un precio acorde al público dirigido, por ello la calidad del papel, tinta e imágenes son de adecuada resolución. Priorizar los intereses del lector y fomentar la cultura surcoreana motivan a Asian World en reinventarse cada edición llevando lo mejor a su público.

1.3 Definición de términos básicos

- **Anime:** El público extranjero lo utiliza para referirse a la animación proveniente de Japón.
- **Breaking News:** Noticia de impacto
- **Charts:** Lista de éxitos musicales, canciones o álbumes más vendidos.
- **Comeback:** Es la primera aparición en un programa de música donde el artista o los artistas de K-Pop presentan su nuevo sencillo.
- **Cosplayer:** Personas que se disfrazan de algún personaje.
- **Fanclub / Club de Fans:** Personas que se dedican a la difusión de un grupo musical o artista en general. La mayoría de los clubs, realizan reuniones donde apoyan al artista en sus actividades oficiales.
- **Fanfics:** Se trata de una historia ficticia escrita por fanáticos que trata sobre sus artistas o personajes favoritos
- **Hiatus:** Período donde el grupo no tiene actividades musicales en conjunto.
- **Idol:** Término usado para describir a un artista musical firmado bajo una agencia de entretenimiento.
- **J-pop:** Música pop japonesa moderna
- **Music Video:** Video musical
- **Show Musical:** Programas de música donde los artistas de K-pop promocionan sus últimas canciones.
- **Repackage:** Álbum re-lanzado, donde se añade instrumental de las canciones y remixes. Generalmente son lanzados después del full álbum.
- **Single:** Canción promocional

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1 Diseño metodológico

2.1.1 Tipo de investigación

Es de tipo aplicada, caracterizada por utilizar los conocimientos adquiridos, a la vez que se adquieren otros. El uso de estos conocimientos, y los resultados obtenidos, muestran una forma organizada y sistemática de comprender la realidad. Murillo (2008)

Al mismo tiempo, el enfoque del estudio es cualitativo. Hernández (2014) indica que este se basa en datos empíricos donde el investigador produce una explicación general o teórica sobre un fenómeno, proceso, acción o interacciones que se aplican a un contexto determinado.

2.1.2 Diseño de investigación

Se desarrolló bajo el diseño fenomenológico, puesto que explora, describe y comprende las experiencias comunes de las personas con un fenómeno en específico que puede ser: sentimientos, emociones, razonamientos, visiones, percepciones, etc. (Hernández, 2014, p. 190).

De esta manera, en la fenomenología se trabaja directamente las declaraciones de los participantes, obteniendo diversas perspectivas del caso.

2.2 Procedimiento de muestreo

2.2.1 Escenario de estudio

La revista especializada Asian World es un magazine dedicado a difundir el Hallyu en el Perú a través de los componentes más representativos como el

K-pop y los K-dramas. La revista cuenta con ediciones mensuales y su circulación está presente en el Perú desde el 2012. Su público objetivo son los adolescentes y jóvenes entre 15 años a 24 años. El tiraje mensual aproximado es de 10 mil copias a nivel nacional, considerándose temporadas bajas enero y febrero donde se reduce a 8 000 o 6 500, debido a que la compra principalmente viene de adolescentes de secundaria.

2.2.2 Participantes

Se trabajó entrevistas a profundidad con especialistas en la materia de periodismo especializado.

2.2.2.1 Caracterización de sujetos

Para desarrollar la investigación de carácter cualitativo, se entrevistó a dos periodistas especializadas en Hallyu.

Tabla 1

Participantes	Especialidad
Dennit Cajachahua	Licenciada en Periodismo. Redactora de la sección cultura asiática – La República Web.
Ivana Morales	Bachelor of Arts in Journalism with a minor in Anthropology of San Diego State University. Se desempeña como periodista freelancer para Teen Vogue, The Sun y Envi Magazine.

Nota: Elaboración propia

2.2.2.2 Caracterización de objetos

Asimismo, se consideró trabajar con una muestra de ocho ediciones del 2019 y 2020 de la Revista especializada Asian World.

La muestra se concentra en la portada, la sección especial y sección doramas durante los meses de enero a mayo del 2019 y mayo, septiembre, octubre del 2020.

Tabla 2

Nombre de la Revista	Número de edición	Fecha de publicación
Asian World	89	Enero del 2019
Asian World	90	Febrero del 2019
Asian World	91	Marzo del 2019
Asian World	92	Abril del 2019
Asian World	93	Mayo del 2019
Asian World	105	Mayo del 2020
Asian World	109	Septiembre del 2020
Asian World	110	Octubre del 2020

Nota: Elaboración propia

2.2.2.3 Muestreo no probabilístico

En este tipo de muestras los elementos seleccionados no dependen de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o los propósitos del investigador (Johnson, 2014, Hernández-Sampieri et al., 2013 y Battaglia, 2008b).

“El principal factor de la investigación cualitativa es que los casos nos proporcionen un sentido de comprensión profunda del ambiente y el problema de investigación. Las muestras cualitativas no deben ser utilizadas para representar a una población” (Daymon, 2010).

La selección de muestras no obedece a cuestiones de probabilidad. Los jueces son electos por ser considerados expertos en el tema. (Hernández,

2014, p.190). Por ello en la investigación se consideró a dos especialistas en la materia.

2.3 Técnicas e instrumentos de investigación

2.3.1 Técnicas

2.3.1.1 Observación

Hernández (2014) señala que la observación permite adentrarse en situaciones sociales, manteniendo un rol activo, y de reflexión constante, estando alerta a los detalles e interacciones de los implicados.

Mediante esta técnica se recogerá información a través de una ficha de observación para describir las variables en estudio.

2.3.1.2 Entrevista

Permite mantener una conversación en base a preguntas, por medio de su ejecución se pondrá de manifiesto opiniones, aportes y respuestas relevantes del tema.

2.3.2 Instrumentos

2.3.2.1 Ficha de observación

Este instrumento describe “lo que estamos viendo, escuchando, olfateando y palpando del contexto y de las unidades observadas” (Hernández, 2014, p.460). La ficha de observación nos permite interpretar las informaciones aparecidas en las ediciones de la Revista especializada Asian World.

2.3.2.2. Guion de entrevista

El guion de entrevistas permite realizar preguntas a los especialistas sobre las variables, categorías y subcategorías de la investigación.

2.4 Procedimiento

2.4.1 Variable o Unidad Temática 1: Tratamiento periodístico

Categoría 1: Portada

Subcategoría 1.1: Titular

Subcategoría 1.2: Fotografía

Subcategoría 1.3: Logotipo

Categoría 2: Contenido

Subcategoría 2.1: Criterio de noticiabilidad

Subcategoría 2.2: Tipos de lenguaje

Subcategoría 2.3: Cobertura

Subcategoría 2.4: Fuentes de información

Categoría 3: Estructura

Subcategoría 3.1: Titular de página interior

Subcategoría 3.2: Lead

Subcategoría 3.3: Cuerpo de desarrollo

3.4.2 Variable o Unidad Temática 2: Hallyu

Categoría 1: K-dramas

Subcategoría 1.1: Categorías

Subcategoría 1.2: Géneros

Subcategoría 1.3: Original Soundtrack

Subcategoría 1.4: Estructura narrativa

Categoría 2: K-pop

Subcategoría 2.1: Agencias de entretenimiento

Subcategoría 2.2: Estrellas de K-pop

Subcategoría 2.3: Videos musicales

Subcategoría 2.4: Shows musicales

Matriz de categorización

Variable o Unidad Temática 1: Tratamiento Periodístico

Variable o unidad temática	Definición Conceptual	Definición Operacional	Categoría	Subcategoría	Técnicas	Instrumentos
Tratamiento Periodístico	Modo en que los medios de comunicación seleccionan la información y la transforman en textos noticiosos. Violette (2009)	Determina la estructura de la noticia, en función de la línea editorial del medio	Portada	<ul style="list-style-type: none"> - Titular - Fotografía - Logotipo 	Observación	Ficha de observación, donde se revisarán aspectos textuales.
			Contenido	<ul style="list-style-type: none"> - Criterio de noticiabilidad - Tipos de lenguaje - Cobertura - Fuentes de información 	Entrevistas	Guion de entrevistas, abocado a comprender el aspecto de la promoción del Hallyu a través del tratamiento periodístico
			Estructura	<ul style="list-style-type: none"> - Titular de página interior - Lead - Cuerpo de desarrollo 		

Variable o Unidad Temática 2: Hallyu

Variable o unidad temática	Definición Conceptual	Definición Operacional	Categoría	Subcategoría	Técnicas	Instrumentos
Hallyu	El “Hallyu” significa “Ola Coreana”, y tiene como característica principal la expansión de la cultura popular surcoreana en distintas partes del mundo (Lee, 2011)	Determina las características de la cultura pop coreana	K-dramas	-Categoría -Género -Original Soundtrack -Estructura Narrativa	Observación	Ficha de observación, donde se revisarán aspectos textuales
			K-pop	-Agencias de entretenimiento -Estrellas de K-pop -Videos musicales -Shows musicales	Entrevistas	Guion de entrevistas, abocado a comprender el aspecto de la promoción del Hallyu a través del tratamiento periodístico.

2.5 Validez

Hernández (2014) indica que la validez se refiere al grado en que un instrumento mide realmente la variable. Para determinar la validez del instrumento se utilizará la prueba de juicio de expertos, a fin de obtener el Coeficiente de validez Aiken.

- **Primero:** Se seleccionarán cuatro expertos por contar con conocimientos sobre el tema, estos deben ser comunicadores sociales.
- **Segundo:** Se invita a los expertos a participar en la evaluación del instrumento. Adjuntando un ejemplar de la prueba y las definiciones de aspectos que van a ser medidos.
- **Tercero:** Se entrega el material a cada experto
- **Cuarto:** Se ingresa al registro estadístico V de Aiken para ver si el instrumento es confiable.

2.5.1 Opinión de expertos

La ficha de observación y guion de entrevistas fueron validados por tres magísteres con especialidad Periodismo y un magíster con especialidad Relaciones Públicas, quienes concluyeron el alto grado de validez del instrumento con un 98% lo cual permite aplicarse tal como está elaborado.

Resumen del promedio de validación de los expertos		
N°	Expertos	Evaluación
J1	Mg Ronny Rojas Rojas	100%
J2	Mg. Daniel Jacobo Morales	92%
J3	Mg. Cris Bernal Torero	100%
J4	Mg. Luis Enrique Elías Villanueva	100%
	Promedio	98%

A continuación, se detalla la evaluación de las 18 preguntas planteadas para el instrumento guion de entrevista

Resumen de la opinión expertos en el instrumento de medición							
N°	J1	J2	J3	J4	De acuerdo	Desacuerdo	Resultado
1	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
2	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
3	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
4	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
5	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
6	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
7	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
8	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
9	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
10	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
11	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
12	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
13	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
14	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
15	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
16	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
17	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
18	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado

Evaluación de las 25 divisiones planteadas para el instrumento ficha de observación

Resumen de la opinión expertos en el instrumento de medición							
N°	J1	J2	J3	J4	De acuerdo	Desacuerdo	Resultado
1	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
2	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
3	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
4	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
5	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
6	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
7	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
8	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
9	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
10	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
11	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
12	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
13	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
14	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
15	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
16	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
17	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
18	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
19	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
20	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
21	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado

22	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
23	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
24	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado
25	Sí	Sí	Sí	Sí	4	-	Aprobado

En base a la evaluación de los cuatro expertos, se levantaron las observaciones y sugerencias de mejora en el guion de entrevista y ficha de observación que se aplicó.

2.6 Aspectos éticos

La presente investigación se fundamentará en principios éticos basados en valores: honestidad, veracidad y lealtad, rechazando categóricamente la manipulación de textos y/o el plagio.

Durante la recopilación de la información bibliográfica se conseguirá las recomendaciones de los especialistas de la materia de estudio y del asesor. Se consignó los datos fidedignos, protegiendo los derechos de autor.

CAPÍTULO III

RESULTADOS

La presente investigación se planteó como problema general la siguiente pregunta: ¿Cuáles son las características de la revista especializada Asian World como promotora del “Hallyu” en Perú, 2019-2020? Para ello, se realizó un trabajo de campo con entrevistas a dos especialistas y fichas de observación.

3.1 Entrevistas

A continuación, se presentan extractos de las entrevistas a Dennit Cajachahua, redactora de la sección cultura asiática de la República Web e Ivana Morales, redactora de Teen Vogue, Envi Magazine y The Sun.

Resultado de las entrevistas

Variable o Unidad Temática 1: Tratamiento periodístico

Categoría 1: Portada

Pregunta 1: ¿Considera que las figuras retóricas en el titular son importantes para la difusión del Hallyu? ¿Por qué?

“En un medio impreso considero que sí, porque le da estilo al titular generando interés en el público, no obstante, su uso dependerá de la información a publicar”

Dennit Cajachahua - Redactora de La República Web

“Sí, las figuras retóricas pueden causar interés en el público general. Sin embargo, deben usarse si la noticia lo amerita”

Ivana Morales - Redactora en Teen Vogue y The Sun

Resultado: Las dos especialistas entrevistadas coinciden que las figuras retóricas generan interés en el lector. Sin embargo, debe aplicarse cuando sea necesario.

Pregunta 2: De las ediciones mostradas ¿Las fotografías publicadas de grupos de K-pop fomentan el Hallyu en Perú? ¿Por qué?

“Sí fomentan el K-pop ya que son fotografías de grupos conocidos”

Dennit Cajachahua - Redactora de La República Web

“Sí, los grupos que se muestran como: BTS, BLACKPINK y TWICE son conocidos a nivel mundial”

Ivana Morales - Redactora en Teen Vogue y The Sun

Resultado: Conforme a las dos entrevistadas, las fotografías utilizadas sí fomentan el K-pop, ya que son grupos musicales relevantes internacionalmente.

Pregunta 3: ¿Considera que el logotipo de la revista Asian World representa a la cultura pop surcoreana? ¿Por qué?

“El logotipo no lo veo impactante y tampoco me da la impresión que toca temas de la cultura pop surcoreana”

Dennit Cajachahua- Redactora de La República Web

“No representa a la cultura pop surcoreana. Considero que el nombre “Asian World” es un concepto amplio para la revista”

Ivana Morales - Redactora en Teen Vogue y The Sun

Resultado: Ambas especialistas concuerdan que el logotipo no representa la cultura popular surcoreana, debido a que no se encuentra elementos representativos de Corea del Sur (banderas iconos, etc).

Categoría 2: Contenido

Pregunta 4: En lo que refiere al criterio de noticiabilidad, cuál de los siguientes aspectos se relaciona con el Hallyu en Perú: la novedad, continuidad, gravedad (afectación directa e indirecta), proximidad (local /extranjero) o magnitud. ¿Por qué?

“Se relaciona el criterio proximidad a nivel extranjero, porque son noticias que pasan en Corea del Sur y el criterio novedad, ya que son hechos que no volverán a ocurrir”

Dennit Cajachahua- Redactora de La República Web

“La novedad es un aspecto que note en varias noticias, ya que son hechos que no volverán a suceder, como son los comebacks. Otro criterio presente fue el de proximidad en el nivel extranjero, debido a que son noticias que han sucedido en Corea del Sur”

Ivana Morales - Redactora en Teen Vogue y The Sun

Resultado: Ambas entrevistadas coinciden que los criterios empleados fueron proximidad a nivel extranjero (noticias sucedidas en Corea del Sur) y novedad (comebacks).

Pregunta 5: En la investigación se consideran tres clasificaciones de lenguaje: culto, coloquial y vulgar ¿Cuál es el tipo de lenguaje que facilita la lectura de las noticias sobre Hallyu, a fin de promover su difusión?

“Considero que el lenguaje coloquial está bien para el público juvenil”

Dennit Cajachahua- Redactora de La República Web

“Si nos centramos en el nicho al que va dirigido la revista que son jóvenes y adolescentes, el lenguaje coloquial me parece el adecuado”

Ivana Morales - Redactora en Teen Vogue y The Sun

Resultado: Conforme a las dos entrevistadas el lenguaje coloquial es el indicado para el público juvenil de la revista.

Pregunta 6: ¿La cobertura de la información de la sección especial y sección doramas basada en su ubicación, extensión e intencionalidad fomenta el Hallyu en el Perú?

“Sí, la importancia en cuanto a extensión que se le da un tema puede motivar al lector en querer averiguar más”

Dennit Cajachahua- Redactora de La República Web

“Sí fomenta el Hallyu”

Ivana Morales - Redactora en Teen Vogue y The Sun

Resultado: Ambas especialistas coinciden que se logra fomentar el Hallyu, a través de la cobertura otorgada a un tema.

Pregunta 7: ¿Considera que las fuentes de información dan credibilidad a la información? ¿Por qué?

“Sí, es muy importante citar las fuentes sobre todo si la noticia es tomada de un medio extranjero”

Dennit Cajachahua- Redactora de La República Web

“Sí, las fuentes de información otorgan credibilidad y respaldan de cierta forma la noticia que estas mostrando al público”

Ivana Morales - Redactora en Teen Vogue y The Sun

Resultado: Conforme a las dos especialistas, las fuentes de información son necesarias ya que brindan credibilidad a la noticia.

Categoría 3: Estructura

Pregunta 8: ¿De qué manera los titulares de página interior incentivan la lectura de noticias sobre Hallyu?

“El titular tiene que motivar y generar curiosidad en el lector resaltando aspectos positivos del grupo”

Dennit Cajachahua- Redactora de La República Web

“La manera como este construido un titular puede cambiar la percepción del lector, por ejemplo, el titular de página interior de la edición 105 “El regreso de BLACKPINK” deja expectante al público sobre lo que leerá”

Ivana Morales - Redactora en Teen Vogue y The Sun

Resultado: Ambas especialistas coinciden que un titular debe dejar expectante al lector para motivarlo a leer noticias Hallyu.

Pregunta 9: De las ediciones mostradas ¿Los leads utilizados en la sección especial promueven a que el lector quiera saber más sobre el Hallyu basado en el componente K-pop? ¿Por qué?

“Sí, los leads utilizados ayudan a que el lector comprenda el texto sobre todo si es una persona nueva en el tema Hallyu”

Dennit Cajachahua- Redactora de La República Web

“Los leads que leí son sencillos y van al grano, lo cual me parece adecuado para el público que va dirigido o para alguien que está iniciando en el Hallyu”

Ivana Morales - Redactora en Teen Vogue y The Sun

Resultado: Ambas entrevistadas están de acuerdo que los leads de la sección especial ayudan a comprender los textos sobre Hallyu.

Pregunta 10: ¿Considera que el uso de antecedentes y/o testimonios en el cuerpo de desarrollo son importantes para la difusión de noticias sobre Hallyu? ¿Por qué?

“Sí, porque hay muchas personas que desconocen ciertos temas”

Dennit Cajachahua- Redactora de La República Web

“Sí, sobre todo en noticias de K-pop para contextualizar al lector”

Ivana Morales - Redactora en Teen Vogue y The Sun

Resultado: Ambas especialistas coinciden que los antecedentes contextualizan al lector sobre la noticia.

Variable o Unidad Temática 2: Hallyu

Categoría 1: K-dramas

Pregunta 11: ¿Las categorías Mini Series, Serial o Short promueven la difusión del Hallyu en el Perú desde su componente K-drama? ¿Por qué?

“Sí, los doramas fomentan mucho el Hallyu incluso más que el K-pop”

Dennit Cajachahua- Redactora de La República Web

“Los dramas en general incluyen en las series aspectos culturales, lo que podría promover el Hallyu en un sentido más amplio, incluso motivando que los televidentes quieran visitar Corea del Sur”

Ivana Morales - Redactora en Teen Vogue y The Sun

Resultado: Conforme a las dos entrevistadas, los dramas sí fomentan el Hallyu ya que insertan aspectos culturales en las series.

Pregunta 12: Los géneros de K-drama utilizados en la investigación son: adolescente, comedia, crimen, fantasía, misterio, histórico, terror, médico, romance y musical. ¿Cuál de ellos facilita la difusión del Hallyu entre el público juvenil peruano? ¿Por qué?

“En la sección cultura asiática los que vienen originando interés son historias de suspenso, misterio y acción”

Dennit Cajachahua - Redactora de La República Web

“Todos los géneros mencionados promueven de cierta forma el Hallyu, cada persona es distinta en cuanto a gustos”

Ivana Morales - Redactora en Teen Vogue y The Sun

Resultado: En esta interrogante, las especialistas discrepan. Por un lado, se indica que existen ciertos géneros con mayor interés mientras que por otro se señala que depende del interés de la persona.

Pregunta 13: ¿La difusión del Original Soundtrack del drama promueve el Hallyu entre los jóvenes peruanos? ¿Por qué?

“Sí, muchas veces los actores son idols que cantan los soundtrack, por ende, los fans querrán ver el drama en apoyo a su artista”

Dennit Cajachahua- Redactora de La República Web

“Sí, de hecho, he conocido y he leído muchos casos de personas que se han introducido en el K-pop a causa de los dramas.”

Ivana Morales - Redactora en Teen Vogue y The Sun

Resultado: Conforme a las dos especialistas, los soundtrack insertan a las personas en el mundo Hallyu, en algunos casos porque las canciones son interpretadas por idols.

Pregunta 14: En la estructura narrativa ¿Las sinopsis de la sección doramas, fomentan que los jóvenes vean el K-drama?

“Considero muy largas las sinopsis lo cual podría no motivar a leer todo el texto”

Dennit Cajachahua- Redactora de La República Web

“Sí, la manera que colocaron la sinopsis esta sencilla pero también interesante. Escribieron la cantidad perfecta como para generar interés del lector por querer ver el drama”

Ivana Morales - Redactora en Teen Vogue y The Sun

Resultado: En esta interrogante, las especialistas discrepan. Por un lado, se señala que las sinopsis empleadas no motivan la lectura completa, mientras que el otro lado indica que las sinopsis son interesantes al grado de generar interés en el lector.

Categoría 2: K-dramas

Pregunta 15: ¿Las agencias de entretenimiento ayudan a la promoción del Hallyu?

“Sí, lo realizan a través de conciertos o festivales musicales donde no solo se lleva un grupo sino varios, esta es una forma de empezar a conocer el Hallyu”

Dennit Cajachahua- Redactora de La República Web

“Sí promocionan el Hallyu a nivel mundial, a través de festivales musicales como el KCON, Music Bank, conciertos de grupos o aperturas de tiendas como BT21 en México”

Ivana Morales - Redactora en Teen Vogue y The Sun

Resultado: Conforme a las dos entrevistadas, las agencias de entretenimiento sí promueven el Hallyu, a través de eventos musicales o apertura de tiendas oficiales.

Pregunta 16: De las ediciones mostradas ¿considera que las Estrellas de K-pop son personajes mediáticos o relevantes para el público juvenil peruano o falta mayor difusión de los grupos de K-pop en Perú?

“Sí, los grupos como BTS, BLACKPINK y TWICE tienen una gran cantidad de fans en Perú”

Dennit Cajachahua- Redactora de La República Web

“Los personajes de las portadas son relevantes para los jóvenes entiendo que por eso los colocan, ya que también motiva la compra de la revista”

Ivana Morales - Redactora en Teen Vogue y The Sun

Resultado: Ambas entrevistadas consideran que los grupos K-pop mostrados en las ediciones son conocidos por los jóvenes.

Pregunta 17: ¿La difusión de los videos musicales de las estrellas de K-pop promueven el conocimiento del Hallyu en Perú? ¿Por qué?

“Sí, a través de la escenografía se puede reflejar algunas características de la cultura surcoreana como sitios turísticos, comidas típicas entre otros”

Dennit Cajachahua- Redactora de La República Web

“Sí, muchas veces los MV (music videos) incluyen sonidos de instrumentos típicos de Corea del Sur como el Kagayum, creando una difusión cultural”

Ivana Morales - Redactora en Teen Vogue y The Sun

Resultado: Ambas entrevistadas coinciden que los videos musicales incluyen elementos culturales que difunden el Hallyu en un nivel más amplio como lugares turísticos, instrumentos tradicionales y comida típicas.

Pregunta 18: ¿Los shows musicales realizados en Corea y que se mencionan en la sección especial son relevantes para los jóvenes peruanos que siguen la cultura del K-pop?

“Sí son relevantes ya que en estos shows aparecen los cantantes de K-pop”

Dennit Cajachahua - Redactora de La República Web

“Sí son relevantes porque en estos shows los jóvenes pueden ver las presentaciones de sus artistas”

Ivana Morales - Redactora en Teen Vogue y The Sun

Resultado: En esta interrogante, ambas entrevistadas coinciden que los shows musicales mencionados son relevantes para los jóvenes, ya que pueden apoyar a sus artistas.

3.2 Fichas de observación

La ficha de observación recolectó la información de la portada, contenido y estructura de la revista, por lo que se procedió a tabular los resultados en tablas que detallan de una manera clara las cifras relevantes de los aspectos abordados a lo largo de la investigación.

Tabla 3

Características presentes en el titular de la portada

Criterio	Clasificación	Frecuencia
Figura retórica	Metáfora	1
	Sinécdoque	0
	Metonimia	0
	Hipérbole	0
	Prosopopeya	0

Fuente: propia

En la **tabla 3** relacionado a las **figuras retóricas** presentes en el titular de portada, se observó que solo se utilizó en una ocasión la metáfora, que estuvo presente en la portada N°8 – edición 110, la cual hace referencia a los miembros del grupo SS501 usando la oración “**cinco estrellas brillando para siempre**”, donde se infiere que las cinco estrellas representan a los miembros del grupo, que son cinco personas.

Tabla 4

Modo de titulación del titular de portada

Fecha	Titular	Modo
Enero del 2019	Especial: GFRIEND	Informativo
Febrero del 2019	Especial: BTS	Informativo
Marzo del 2019	Especial: SEVENTEEN	Informativo
Abril del 2019	Especial: TWICE	Informativo
Mayo del 2019	Especial: MAMA 2019	Informativo
Mayo del 2020	BLACKPINK: El lanzamiento de su álbum completo	Informativo
Septiembre del 2020	D&E Maduros y Solitarios	Expresivo
Octubre del 2020	SS501 Cinco estrellas brillando para siempre	Expresivo

Fuente: propia

En la **tabla 4** relacionado a la **estructura comunicativa del titular** de portada, se observó que el modo **informativo** estuvo presente en seis titulares, mientras que el modo **expresivo** en dos titulares.

Titular en modo expresivo



Titular en modo informativo



Tabla 5

Características presentes en las fotografías de la portada

Criterio	Clasificación	Frecuencia
Criterios de imagen	Estática	8
	Dinámica	0
Leyenda	Con leyenda	50
	Sin leyenda	0
Plano	General	8
	Americano	0
	Medio	0
	Medio-corto	0
	Primer plano	0
	Primerísimo primer plano	0
	Detalle	0

Fuente: propia

En la **tabla 5** relacionada a las **características de la fotografía**, se observó que la mayor recurrencia en **criterios de imagen** son las **imágenes estáticas**. Todas las **fotografías** mostradas en la portada contaban con **leyenda**. En relación a los **planos** aparecidos en las **fotografías** de portada se observó que el **plano general** estuvo presente en las fotos principales de las ediciones.

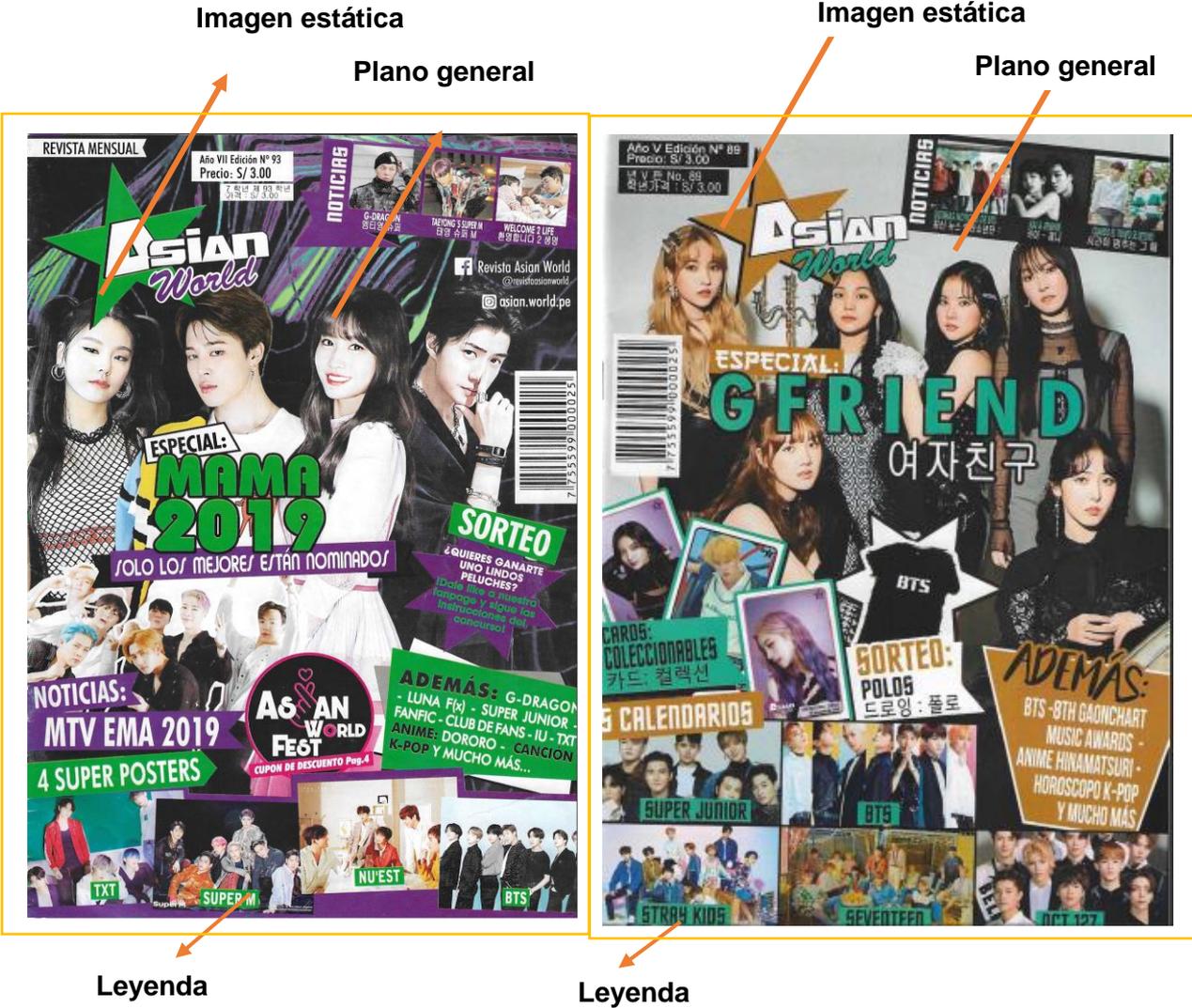


Tabla 6

Protagonistas presentes en la fotografía de la portada

Fecha	Protagonistas	Componente
Enero del 2019	Grupo GFRIEND	K-pop
Febrero del 2019	Grupo BTS	K-pop
Marzo del 2019	Grupo SEVENTEEN	K-pop
Abril del 2019	Grupo TWICE	K-pop
Mayo del 2019	Jimin de BTS, Momo de Twice y Yeji de ITZY	K-pop
Mayo del 2020	Grupo BLACKPINK	K-pop
Septiembre del 2020	Donghae y Eunhyuk de Super Junior	K-pop
Octubre del 2020	Grupo SS501	K-pop

En la **tabla 6** relacionada a los **protagonistas**, se observó que las ocho portadas analizadas usaron el componente K-pop, bajo fotografías de grupos masculinos y femeninos de pop coreano.

Grupo masculino de K-pop
Seventeen



Grupo femenino de K-pop
Twice



Tabla 7**Características en el contenido de la sección especial**

Criterio	Características	Frecuencia
Criterio de noticiabilidad	Novedad	0
	Continuidad	0
	Gravedad	0
	Proximidad	8
	Magnitud	0
Tipo de lenguaje	Culto	0
	Coloquial	8
	Vulgar	0
Intencionalidad de la información	Informar	8
	Fiscalizar/denunciar	0
	Educar	0
	Orientar	0
	Entretener	8
Fuentes de información	Directa	2
	Indirecta	0
	Externa	0

Fuente: propia

En la **tabla 7** relacionada a las **características del contenido** en la sección especial, se observó que el **criterio de noticiabilidad** en todas las ediciones recayó en la **proximidad - nivel extranjero**. Con respecto al **tipo de lenguaje** todo el contenido de las noticias manejaba el **lenguaje coloquial**. La **intencionalidad de la información** en las ocho ediciones fue **informar y entretener**. Por último, la **fente de información** utilizada, en dos ocasiones, fue **directa**.

Tabla 8

Análisis ubicación de la información - sección especial

Criterio	Ubicación	Frecuencia
Ubicación de la información	Portada	0
	Contraportada	0
	Página par	1
	Página impar	1
	Página central	6

Fuente: propia

En relación a la **tabla 8** donde se detalla la **ubicación de la información** en la sección especial, se observó que la **página central** tuvo mayor frecuencia seguido de la **página par** y **página impar** ambas usadas en una ocasión cada una.

Tabla 9

Análisis extensión de la información - sección especial

Criterio	Extensión	Frecuencia
Extensión de la información	2 páginas	6
	1 página	2
	½ pág.	0
	¼ pág.	0
	1/8 pág.	0

Fuente: propia

En la **tabla 9** donde se detalla la **extensión de la información** en la sección especial, se muestra que los mayores valores están representados por la extensión de **dos páginas** seguido de **una página**.

Extensión dos páginas



Extensión una página



Tabla 10

La función comunicativa del titular de la Sección Especial

Fecha	Titular	Función
Enero del 2019	GFRIEND	Temático
Febrero del 2019	BTS regresa a la escena con Map of the Soul	Informativo
Marzo del 2019	SEVENTEEN triunfa en Japón con "Happy Ending"	Informativo
Abril del 2019	TWICE	Temático
Mayo del 2019	Comenzó la guerra de las votaciones	Expresivo
Mayo del 2020	El regreso de BLACKPINK	Temático
Septiembre del 2020	D&E Maduros y Solitarios	Apelativo
Octubre del 2020	Rompiendo las barreras del tiempo	Expresivo

Fuente: propia

En relación a la tabla 10, donde se presenta la estructura comunicativa de los titulares de la sección especial, se puede apreciar que el titular temático se encuentra presente en tres titulares, titular expresivo e informativo representado ambos con dos titulares cada uno y titular apelativo utilizado solo una vez.

Titular apelativo



Titular expresivo



Titular informativo



Titular temático



Tabla 11

Análisis Tiempo verbal - sección especial

Criterio	Clasificación	Frecuencia
Tiempo del verbo	Pasado	0
	Presente	5
	Futuro	0

Fuente: propia

En la **tabla 11** relacionada al **tiempo verbal**, se muestra que solo cinco titulares utilizaron el verbo en presente.

Tabla 12

Análisis ubicación de la información - Sección Doramas

Criterio	Ubicación	Frecuencia
Ubicación de la información	Portada	0
	Contraportada	0
	Página par	7
	Página impar	4
	Página central	0

Fuente: propia

En la **tabla 12** donde se detalla la **ubicación de la información** en la sección doramas, se observa que está representado con mayor frecuencia por la **página par** seguido de la **página impar**.

Tabla 13

Análisis extensión de la información - sección Doramas

Criterio	Extensión	Frecuencia
Extensión de la información	2 páginas	3
	1 página	5
	½ pág.	0
	¼ pág.	0
	1/8 pág.	0

Fuente: propia

En la **tabla 13** donde se detalla la **extensión de la información** en la sección doramas, se muestra que los mayores valores están representados por la extensión de una página seguido de la extensión dos páginas.

Extensión una página



Extensión dos páginas



Tabla 14

La función comunicativa del titular de la Sección Dorama

Fecha	Titular	Función
Enero del 2019	Cuando el tiempo se detuvo	Temático
Febrero del 2019	He is Psychometric	Temático
Marzo del 2019	Her private life	Temático
Abril del 2019	Moment of Eighteen	Temático
Mayo del 2019	Welcome 2 life	Temático
Mayo del 2020	Wind, Clouds and Rain	Temático
Septiembre del 2020	Do Do Sol Sol La La Sol	Temático
Octubre del 2020	Doramas para quedarse en casa	Temático

Fuente: propia

En relación a la **tabla 14** donde se presenta los indicadores de la **estructura comunicativa de los titulares** de la sección doramas, se puede apreciar que la **función temática** predomina en las ocho ediciones.



Tabla 15

Análisis Tiempo verbal - sección especial

Critero	Clasificación	Frecuencia
Tiempo del Verbo	Pasado	0
	Presente	1
	Futuro	0

Fuente: propia

En la **tabla 15** relacionada al **tiempo verbal**, se observó que solo un titular contó con verbo en **presente**.

CAPÍTULO IV

DISCUSIÓN

El objetivo general de la investigación se planteó analizar las características del tratamiento periodístico de la revista especializada Asian World como promotora del “Hallyu” en Perú, 2019-2020. Para ello se tomaron como muestra dos entrevistas a especialistas en el tema y se trabajaron fichas de observación para hacer el análisis de los contenidos

El estudio analizado fundamentó sus resultados en la teoría del encuadre o framing, la cual explica la forma cómo los medios presentan la realidad desde un determinado enfoque que prioriza ciertos aspectos sobre otros. Entman (1993) señala que realizar un frame consiste en seleccionar aspectos de la realidad y volverlos relevantes en un texto, de tal manera que fomente un problema en específico. La teoría de la aldea global por su lado, refiere a la forma en que la comunidad mundial va superando fronteras para integrarse en todos los aspectos a causa de la innovación tecnológica. McLuhan (1971) señala que en la aldea global todo se sabe en segundos. No importa si es algo importante o banal, rápidamente las personas comparten la información.

Los resultados obtenidos identificaron que **las características del tratamiento periodístico de la portada otorgan mayor cobertura al K-pop**. Tanto la entrevistada Dennit Cajachahua, redactora de La República web como Ivana Morales, redactora en Teen Vogue y The Sun, consideran que mostrar artistas populares K-pop motiva la compra de la revista por parte de los fans. Esto coincide con Gutiérrez (2018) que mediante el estudio “Características de las portadas periodísticas del diario “La República” en la construcción de la realidad – elecciones presidenciales II vuelta

electoral - 2016” planteó que el discurso periodístico basado en fotografías y titulares, de acuerdo a la inclinación que tenga el medio, puede otorgar mayor relevancia a un tema. En ese sentido, se observó que la revista Asian World tiene una tendencia por mostrar grupos K-pop en las portadas, generando así mayor importancia de un componente Hallyu, sobre el otro.

En el caso de los titulares de portada se pudo evidenciar el uso recurrente de títulos informativos sin figuras retóricas. Ambas entrevistadas, Dennit Cajachahua e Ivana Morales, señalaron que las figuras retóricas deberían aplicarse si la noticia lo amerita. Estas posiciones discrepan con Mendoza (2018) a través de su investigación “Características de las portadas periodísticas del diario líbero y el periodismo deportivo – Eliminatorias al mundial Brasil 2014 – participación de la selección peruana de fútbol” concluyó que la atención del lector es atraída por titulares sensacionalistas que hacen uso de figuras retóricas con el fin de provocar intriga y curiosidad.

Las fichas de observación arrojaron que todas las portadas tenían como protagonistas grupos de K-pop. En relación al modo comunicativo del titular se determinó que fue principalmente informativo. En el caso de las figuras retóricas solo se observó la presencia de la metáfora en un titular de ocho ediciones analizadas.

Al conocer las características del tratamiento periodístico del contenido en la sección especial y sección doramas se pudo determinar que la extensión de información era amplia para las noticias de K-pop, las cuales en varias ocasiones abarcaron páginas principales. La entrevistada Dennit Cajachahua señala que el hecho de abordar más temas de K-pop que doramas podría deberse a que las fans van a comprar la revista en función de las menciones al artista, por ende, se podría fomentar el Hallyu a través del componente K-pop. Por otro lado, Ivana Morales indicó que la información vertida en el contenido fomenta el Hallyu, independientemente si

es K-pop o doramas. Sin embargo, la información al no tener una investigación profunda del tema está orientada sobre todo a personas nuevas en Hallyu. La postura de ambas entrevistadas, coincide con García (2015) que en su investigación titulada “Estudio de Primer Acto, revista especializada en información teatral” evidenció la necesaria existencia de medios especializados que canalicen información cultural y puedan promoverlo a través de distintas plataformas.

Asimismo, se pudo evidenciar la poca existencia de fuentes de información en el contenido de la sección especial y sección doramas, solo en dos ocasiones de las ocho ediciones se encontró citas de referentes oficiales. Ambas entrevistadas, Dennit Cajachahua e Ivana Morales, señalaron que es importante citar las fuentes, sobre todo en noticias internacionales, ya que el lector puede no creer necesariamente en lo que se menciona. Esto coincide con Fong y Triana (2012) que mediante su estudio “Análisis comparativo del tratamiento periodístico dado por los medios impresos El tiempo y El País a la información relacionada con un hecho de carácter internacional: el terremoto en Haití” afirmaron que no citar fuentes es un error, ya que influye en la credibilidad de saber cómo se obtuvo la información, sobre todo si es un tema delicado. De igual forma, el autor Maura (2019) mediante la investigación “Estudio sobre el tratamiento periodístico de las notas policiales de los diarios populares: Trome y El Popular. enero-febrero. 2019” señala que el no uso de fuentes refuerza la idea de subjetividad o parcialidad por la inclinación de la información.

Las fichas de observación arrojaron que la extensión de información en la sección especial, se centró mayoritariamente en dos páginas mientras que en la sección doramas una sola página. Sobre las fuentes de información, se observó que solo en dos ocasiones se citó al participante del hecho.

Al analizar las características del tratamiento periodístico de la estructura en la sección especial y sección doramas se determinó que los titulares de ambas secciones en su mayoría eran temáticos, los cuales enuncian el tema de información y no permiten identificar la noticia completa. Las especialistas, Dennit Cajachahua e Ivana Morales, están de acuerdo que los titulares temáticos generan curiosidad sobre la noticia. Asimismo, los leads utilizados respondían a la información que necesitaba el lector, ayudándolo a comprender el texto. Ambas entrevistadas están de acuerdo sobre el uso de leads sencillos y cortos para promover la lectura Hallyu en nuevas personas. Esto coincide con la postura de Pak (2017) que mediante su estudio “Influencia de las revistas femeninas en el rol social de la mujer. Análisis semiótico-discursivo del lenguaje de las revistas Cosmopolitan y Gataflora” concluyó que los medios masivos recurren a estrategias de comunicación para persuadir ciertos ideales particulares.

En ese sentido, en el acápite 1.2.4 del presente estudio, José Manuel Coronado -Coordinador General de Asian World, comentó que la revista tiene interés de promover el Hallyu en Perú, con noticias para los amantes de la cultura popular surcoreana, sobre todo K-pop, además indicó que el público al ser juvenil, entre 15 a 24 años, requiere de un lenguaje coloquial y entretenido para continuar con la lectura.

Las fichas de observación arrojaron que la función comunicativa utilizada con mayor frecuencia en los titulares de la sección especial y sección doramas fue temático. En el caso de los leads se observó que respondían las preguntas necesarias pertenecientes al ¿Qué? ¿Quién? ¿Cómo? ¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Por qué?, los cuales ayudaban a comprender la información.

Las teorías de comunicación del Encuadre o Framing y la Aldea Global estuvieron relacionadas en todos los objetivos planteados. En el caso de la Aldea

Global, se pudo observar que las noticias a pesar de tener origen en el continente asiático, llegan con inmediatez a nuestro país, lo que permite realizar la recolección de notas, según la relevancia que le otorgó el medio y el periodista, para plasmarlo en la revista. En el caso del Encuadre o Framing, se determinó la existencia de encuadres en las noticias, haciendo énfasis en aspectos específicos de distintos temas.

La teoría del framing, se vio reflejada en la portada, donde se observó que el encuadre priorizaba el tema K-pop antes que los doramas, de este modo la atención del lector es guiada a un componente del Hallyu, moldeándolo para ver la realidad de una forma específica.

Asimismo, en el contenido, la cobertura periodística basada en la extensión y ubicación de las noticias otorgaban preferencia al componente K-pop, se puede inferir que el encuadre periodístico del medio y el periodista fue centrar la atención del lector en este componente Hallyu. Por otro lado, la estructura de la sección especial y sección doramas, manifiesta un encuadre en los titulares, al ser temáticos el medio busca generar interés sobre el K-pop y doramas.

Conclusiones

- La difusión de noticias sobre K-pop y doramas promueve el Hallyu en Perú, esto gracias a la teoría de la aldea global, que describe la inmediatez de la información a través de la globalización y el internet, los cuales permiten su expansión en todo el planeta de manera dinámica, permanente y actual.
- La revista Asian World otorga mayor cobertura a noticias de K-pop, esto debido a la gran cantidad de fans Kpop, generalmente entre 15 a 24 años, que existe en Perú. Asimismo, se observó la predominancia de titulares informativos sin uso de figuras retóricas.
- La sección especial y sección doramas carecen de citas, lo que impide tener certidumbre sobre la veracidad de los hechos narrados. Se observó que ambas secciones no cuentan con el mismo nivel de extensión en información y número de páginas.
- Los titulares y los leads utilizados en las secciones especial y doramas ayudan a entender la temática porque enuncian la información, sin embargo, el desarrollo de la noticia no permite identificar los hechos completos a profundidad, generando expectativa por la falta de información.

Recomendaciones

- Se recomienda que la revista Asian World haga énfasis en los doramas, de esta manera se puede conocer a profundidad diversos temas de las series de televisión asiática. Asimismo, es importante hacer uso de figuras retóricas en los titulares, si la noticia lo amerita, de esta forma se genera un interés en el lector.
- Se recomienda que la sección especial y sección doramas tengan el mismo número de páginas e información, de esta manera no será percibida como una revista enfocada solo en K-pop, ya que los contenidos se expondrán con la misma extensión en ambos componentes Hallyu. A parte de ello es importante hacer uso de fuentes de información, para que el público tenga confianza sobre la veracidad de las noticias.
- Se recomienda que la sección especial y sección doramas prioricen titulares informativos. De esta forma, se ejerce con imparcialidad la información.

REFERENCIAS

Referencias Bibliográficas

- Clauso, R. (2007). *Cómo se construyen las noticias. Los secretos de las técnicas periodísticas*. Argentina: La crujía
- Costa, J. (2003). *Imagen Global*. Sao Paulo: Ediciones Ceae
- De Fontcuberta, M. (1993). *La noticia: Pistas para percibir el mundo*. Argentina: Ediciones Paidós.
- Dido, C. (1999). *Taller de Periodismo*. Buenos Aires: Ediciones Novedades Educativas
- Donoso, C. (2009). *Ecuador – Perú. Evaluación de una década de paz y desarrollo*. Quito, Ecuador: FLACSO
- Foges, C. (2000). *Diseño de revistas*. México: McGraw Hill.
- García, V. y Gutiérrez, L. (2011). *Manual de Géneros Periodísticos*. Colombia: Ecoe Ediciones
- Gordon, W.T. (1988). *Marshall McLuhan. Escape into Understanding: the Authorized Biography*. USA: Basic Books.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: an essay on the organization of experience*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Gitlin, T. (1980). *The whole world is watching*. Berkeley: University of California Press
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014) *Metodología de la Investigación. 6ta Edición*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- López, A. (2009). *El titular, Manual de titulación periodística*. México: Alfaomega

López, H. (2009). *Géneros Periodísticos Complementarios*. Sevilla: Alfaomega Grupo Editor, S.A.

Martínez, A. (1974). *Redacción Periodística: Los estilos y los géneros en la Prensa diaria*. Barcelona: ATE

Martínez, J.L. (1996). *Curso general de Redacción Periodística*. Madrid: Paraninfo

Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Bogotá: Norma.

McLuhan, M. (1971). *Guerra y paz en la aldea global*. Barcelona: La marca editora

McLuhan, M y Powers, B. (1995). *La aldea global*. Barcelona: Gedisa Editorial.

Martínez, S. (1992). *Diccionario de información, comunicación y periodismo*. Madrid: Ediciones Paraninfo

Navarro, J. (2007). *Fundamentos del diseño*. España: Publicaciones de la Universidad Jaume.

Núñez, L. (1991). *Manual para periodismo. Veinte lecciones sobre el contexto el lenguaje y el texto de la información*. Barcelona: Ariel.

Owen, W. (1992). *Modern Magazine Design*. USA: Random House Incorporated

Rivadeneira, R. (1997). *La teoría general de los sistemas y las ciencias de la comunicación*. México: Trillas

Tipe, V. & Castillo, H. (2000). *Manual de periodismo*. Lima: Decisión Gráfica sac.

Tuchman, G. (1978). *Making news: a study in the construction of reality*. New York: Free Press.

Vidal, L. (2014). *POP POWER: Diplomacia Pop para una Sociedad Global*. Lima, Perú

Referencias de Tesis

Abanto, A y Zegarra, A. (2017). *Tratamiento informativo en los diarios correo y la industria respecto al caso "escuadrón de la muerte"*. (Tesis de Licenciatura,

- Universidad Privada Antenor Orrego, Perú). Recuperado de <http://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/3653>
- Amau, S y Villasante, H. (2016). *Estudio del tratamiento periodístico que aplicaron los diarios: el pueblo, correo y sin fronteras a las noticias relacionadas sobre violencia contra el niño, niña y adolescente, durante el último trimestre del 2015.* (Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Perú). Recuperado de <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/3653>
- Bisso, I. (2020). *Análisis del tratamiento periodístico que los diarios el comercio y expreso, en sus plataformas web, realizaron acerca del matrimonio igualitario a partir del caso susel paredes.* (Tesis de Licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola, Perú). Recuperado de <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/9976>
- Cabanillas, P. (2017). *Análisis de tratamiento informativo sobre noticias de feminicidio en el medio digital el Comercio.* (Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo, Perú). Recuperado de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/11115>
- Coello, M. (2020). *Características de la información periodística del diario La República y la construcción social de la realidad – muerte de Walter Oyarce* (Tesis de Licenciatura, Universidad San Martín de Porres, Perú). Recuperado de <http://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/7137>
- Do, T (2012). *Emergence of the Korean popular culture in the world.* (Tesis de licenciatura, Universidad de Ciencias Aplicadas de Turku, Facultad de Negocios Internacionales. Turku, Finlandia). Recuperado de <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201205097343>

- Fong, A y Triana, D (2012). *Análisis comparativo del tratamiento periodístico dado por los medios impresos El tiempo y El País a la información relacionada con un hecho de carácter internacional: el terremoto en Haití*. (Tesis de Licenciatura, Universidad Autónoma de Occidente, Colombia). Recuperado de <https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/3413/TCS01154.pdf>
- García, M. (2015). *Estudio de Primer Acto, revista especializada en información teatral*. (Tesis de Doctorado, Universidad Complutense de Madrid, España). Recuperado de <https://eprints.ucm.es/id/eprint/42156/1/T38656.pdf>
- Gutiérrez, E. (2018). *Características de las portadas periodísticas del diario “la república en la construcción de la realidad – elecciones presidenciales II vuelta electoral – 2016*. (Tesis de Licenciatura, Universidad San Martín de Porres, Perú). Recuperado de <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/3407?show=full>
- Lock, F. (2014). *Del lenguaje gráfico del manga Hana Yori Dango a la construcción audiovisual del drama coreano Boys over Flowers*. (Tesis de Licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú). Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/5684>
- Mamani, G y Gonzales, A. (2018). *Tratamiento informativo sobre temas culturales locales en el diario correo durante, el mes de junio del 2018, Arequipa* (Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Perú). Recuperado de: <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/7505/CCmanigr.pdf>
- Maura, G. (2019). *Estudio sobre el tratamiento periodístico de las notas policiales de los diarios populares: Trome y el Popular. enero-febrero. 2019* (Tesis de

- Maestría, Universidad San Martín de Porres, Perú). Recuperado de <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/5858>
- Mendoza, M. (2018). *Características de las portadas periodísticas del diario líbero y el periodismo deportivo – Eliminatorias al mundial Brasil 2014 – participación de la selección peruana de fútbol*. (Tesis de Licenciatura, Universidad San Martín de Porres, Perú). Recuperado de <https://repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/4307>
- Montero, E. (2019). *El tratamiento de la información en el programa periodístico cuarto poder durante la crisis política del expresidente Pedro Pablo Kuczynski, año 2018*. (Tesis de Maestría, Universidad San Martín de Porres, Perú). Recuperado de <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/5889>
- Mosquera, H. (2019). *Caracterización de los procesos de consumo de los K-Dramas y videos musicales de K-Pop, y su incidencia en la construcción de la identidad y formas de socialización en la comunidad Hallyu de Lima*. (Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú) Recuperado de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/648589>
- Ocaña, L. (2019). *El efecto del “hallyu” en la estrategia de soft power de Corea del Sur* (Tesis de Licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola, Perú) Recuperado de <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/8996>
- Saavedra, C. (2018). *Es mejor si eres tomboy” construcción de identidad de género en la performance de las practicantes de covers del k-pop limeño*. (Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú) Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/13384>
- Salazar, M. (2017). *Análisis del tratamiento periodístico de la información científica en el diario El Comercio. caso: células madre*. (Tesis de Licenciatura, Universidad

Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Perú. Recuperado de <http://tesis.usat.edu.pe/xmlui/handle/20.500.12423/1240>

Saucedo, K. (2006). *El diseño Soft como estrategia de composición en revistas de criminología*. (Tesis de Licenciatura, Universidad de las Américas de Puebla, México) Recuperado de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldf/saucedo_r_kl/

Simbaña, R. (2016). *Acoso sexual en prensa escrita: análisis del tratamiento periodístico en diario el Comercio, Caso trolebús*. (Tesis de Licenciatura, Universidad Tecnológica Equinoccial, Ecuador). Recuperado de <http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/15450?mode=full>

Pak, F (2017). *Influencia de las revistas femeninas en el rol social de la mujer Análisis semiótico-discursivo del lenguaje de las revistas Cosmopolitan y Gataflora* (Tesis de Titulación, Universidad de Palermo, Argentina). Recuperado de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/archivos/4347.pdf

Zorrilla, J. (1996). *El titular de la noticia* (Tesis de doctorado, Universidad Complutense de Madrid, España). Recuperado de <http://biblioteca.ucm.es/tesis/19911996/S/3/S3003401.pdf>

Referencias Electrónicas

Águila, J. y Gaitán, J. (2013). *El encuadre (framing) de las noticias de la televisión española sobre la cumbre del cambio climático en Cancún*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5252823>

Ayala, T. (2012). *Marshall McLuhan, las redes sociales y la Aldea Global*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4502543>

- Charteris-Black, J. (2012). *Forensic Deliberations on 'Purposeful Metaphor*. Recuperado de <https://www.researchgate.net/profile/Jonathan-Charteris-Black/publication/261851417>
- Cremayer, L. (2018). *El K-pop de BTS, exponente del Hallyu, del Poder Blando y de la Comunicación Transmedia*. Recuperado de <http://anuario.coneicc.org.mx/index.php/anuarioconeicc/article/view/46/35>
- Crusellas, L. (2017). *Estructura de las bandas sonoras*. Recuperado de <https://www.cpaonline.es/blog/cine-y-tv/estructura-de-las-bandas-sonoras/>
- Elfving, J. (2013). *South Korean cultural diplomacy and brokering 'K-Culture' outside Asia*. Recuperado de <https://www.researchgate.net/publication/299978296>
- Entman, R. (1993). *Framing: toward clarification of a fractured paradigm*. *Journal of Communication*. Recuperado de <https://www.academia.edu/13166309>
- Feijoo, B. (2014). *El videoclip, una pieza audiovisual abierta a la total experimentación. La estética (hiper)surrealista de Floria Sigismondi*. Recuperado de perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/download/2071/1852
- Guerrero, L. (2016). *El Diseño Editorial. Guía para la realización de libros y revistas*. Recuperado de <https://eprints.ucm.es/39751/1/TFM%20-%20autor%20Leonardo%20Guerrero%20Reyes.pdf>
- Islas, O. (2004). *Marshall McLuhan, 40 años después*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/160/16008605.pdf>
- Kim, B. (2015). *Past, Present and Future of Hallyu*. Recuperado de: http://www.aijcrnet.com/journals/Vol_5_No_5_October_2015/19.pdf
- Korean Culture and Information Service. (2011b). *K-Drama: A New TV Genre with Global Appeal*. Recuperado de <http://kstore.korea.net/publication/view?articleId=2226&keywordId=A160600>

- Korean Culture and Information Service. (2011c). *K-Pop: A New Force in Pop Music*. Recuperado de <http://kstore.korea.net/publication/view?articleId=2226&keywordId=A160600>
- Koziner, N. (2013). *Antecedentes y fundamentos de la teoría del framing en comunicación*. Recuperado de <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/86202>
- Lee, S. (2012). *The structure of the appeal of korean wave texts*. Recuperado de http://www.tobiashubINETTE.se/hallyu_5.pdf
- Lee, S. (2011). *The Korean Wave: The Seoul of Asia*. Recuperado de https://www.elon.edu/u/academics/communications/journal/wp-content/uploads/sites/153/2017/06/EJSpring11_Full.pdf
- Ortiz, M. (2016). *La influencia del periódico en la sociedad*. Recuperado de <http://www.catedracosgaya.com.ar/tipoblog/2016/la-influencia-del-periodico-en-la-sociedad/>
- Pelegrín, M. (2016). *La composición en las revistas de arquitectura*. Universidad Politécnica de Valencia. Recuperado de <https://riunet.upv.es/handle/10251/72419>
- Schulze, M. (2013). *Korea vs. K-Dramaland: The culturalization of K-Dramas by international fans*. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/279277439_Korea_vs_K-Dramaland_The_Culturalization_of_K-Dramas_by_International_Fans
- Sedeño, A. (2007). *El videoclip como mercanarrativa*. Recuperado de <http://biblioteca.org.ar/libros/200377.pdf>
- Strate, L. (2012). *El medio y el mensaje de McLuhan*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4274883>

Usero, I. (2014). *Concepción de la revista May y prototipo impreso. Análisis de casos.*

Recuperado de

<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/48729/memoria.pdf?sequence=1>

Vargas, Z. (2009). *La investigación aplicada: una forma de conocer las realidades con*

evidencia. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/440/44015082010.pdf>

Zamudio, A. (2009). *La Aldea Global de Marshall McLuhan.* Recuperado de

<https://www.fergut.com/testing/>

Publicación dentro de un libro

Vargas, M. (2015). Capítulo 2. *De Corea con amor: el fenómeno de las telenovelas*

coreanas en nuestras pantallas. En F. Lossio & M.C. Vargas, *Sueños de oriente. Consumo de cine de la India y telenovelas coreanas en el Perú* (p.67-

114).

Revistas

Revista Asian World (2019) Portada de la edición 89 de enero de 2019, Lima: Editora

Lealtad

Revista Asian World (2019) Portada de la edición 90 de febrero de 2019, Lima: Editora

Lealtad

Revista Asian World (2019) Portada de la edición 91 de marzo de 2019, Lima: Editora

Lealtad

Revista Asian World (2019) Portada de la edición 92 de abril de 2019, Lima: Editora

Lealtad

Revista Asian World (2019) Portada de la edición 92 de mayo de 2019, Lima: Editora

Lealtad

Revista Asian World (2019) Portada de la edición 105 de mayo de 2020, Lima: Editora

Lealtad

Revista Asian World (2019) Portada de la edición 109 de septiembre de 2020, Lima:

Editora Lealtad

Revista Asian World (2019) Portada de la edición 110 de octubre de 2020, Lima:

Editora Lealtad

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Problema General	Objetivo general	Variables	Categoría	Subcategoría	Metodología
¿Cuáles son las características del tratamiento periodístico de la revista especializada Asian World como promotora del “Hallyu” en Perú, 2019-2020?	Analizar las características del tratamiento periodístico de la revista especializada Asian World como promotora del “Hallyu” en Perú, 2019-2020.	Variable o Unidad temática 1: Tratamiento Periodístico	Portada	a. Titular b. Fotografía c. Logotipo	Tipo de investigación: Aplicada Enfoque: Cualitativo Diseño: Fenomenológico Participantes 1. Dennit Cajachaua – Comunicadora social y Coordinadora de la sección cultura asiática de la República web 2. Ivana Morales – Comunicadora social de San Diego State University Objetos de estudio - Ocho ediciones de la revista especializada Asian World (cinco ediciones de 2019 y tres ediciones de 2020) Técnica de recolección de datos: Observación y entrevistas Instrumento: Ficha de Observación y Guion de entrevistas
			Contenido	a. Criterio de noticiabilidad b. Tipos de lenguaje c. Cobertura d. Fuentes de información	
			Estructura	a. Titular de página interior b. Lead c. Cuerpo de desarrollo	
		Variable o Unidad Temática 2: Hallyu	K-dramas	a. Categoría b. Género c. Original Soundtrack d. Estructura Narrativa	
			K-pop	a. Agencias de entretenimiento b. Estrellas de K-pop c. Videos musicales d. Shows musicales	
Problemas específicos	Objetivos específicos				
1.- ¿Cuáles son las características de la portada en el tratamiento periodístico de la revista especializada Asian World como promotora del “Hallyu” en Perú, 2019-2020?	1.- Identificar las características de la portada en el tratamiento periodístico de la revista especializada Asian World como promotora del “Hallyu” en Perú, 2019-2020.				
2.- ¿Cuáles son las características del contenido en el tratamiento periodístico de la revista especializada Asian World como promotora del “Hallyu” en Perú, 2019-2020?	2.- Conocer las características del contenido en el tratamiento periodístico de la revista especializada Asian World como promotora del “Hallyu” en Perú, 2019-2020.				
3.- ¿Cuáles son las características de la estructura en el tratamiento periodístico de la revista especializada Asian World como promotora del “Hallyu” en Perú, 2019-2020?	3.- Analizar las características de la estructura en el tratamiento periodístico de la revista especializada Asian World como promotora del “Hallyu” en Perú, 2019-2020.				

Anexo 2: Instrumentos

Fichas de observación

FICHA DE OBSERVACIÓN – PORTADA							
	Edición – fecha de publicación						
	 (Imagen de la portada)						
Categoría 1: Portada							
Subcategoría 1: Titular							
Modo de titulación	Expresivo			Informativo			
Estructura vinculada	Antetítulo			Subtítulo			
	Si	No		Si	No		
Figura retórica	Metáfora	Sinécdoque	Metonimia	Hipérbole	Prosopopeya		
Subcategoría 2: fotografía							
Tipo	Simple			Compleja			
Criterios	Estática			Dinámica			
Descripción del motivo fotográfico/ de la ilustración	Representación de la fotografía a primera instancia						
Protagonistas	Las personas que se encuentran dentro de la fotografía o imagen						
Plano	General	Americano	Medio	Medio-corto	Primer plano	Primerísimo primer plano	Detalle
Leyenda	Con leyenda			Sin leyenda			
Subcategoría 3: Logotipo							
Variaciones	Color			Tamaño			
Interpretación:							

FICHA DE OBSERVACIÓN DEL CONTENIDO DE LAS SECCIONES							
	Edición – fecha de publicación						
	(imagen de la Sección) 						
Categoría 2: Contenido							
Subcategoría 1: Criterio de noticiabilidad							
Clasificación	Novedad	Continuidad	Gravedad		Proximidad		Magnitud
			Afectación directa	Afectación indirecta	Localidad	Extranjero	
Subcategoría 2: Tipo de lenguaje							
Tipos	Culto		Coloquial			Vulgar	
Subcategoría 3: Cobertura							
Ubicación de la información	Portada	Contraportada	Página par	Página impar	Página central		
Extensión de la información	2 páginas	1 página	½ pág	¼ pág	1/8 pág.		
Intencionalidad	Informar	Fiscalizar/denunciar	Educar	Orientar	Entretener		
Subcategoría 4: Fuentes de información							
Directa		Indirecta			Externa		
Interpretación:							

FICHA DE OBSERVACIÓN ESTRUCTURA DE LAS SECCIONES					
	Edición – fecha de publicación				
	(imagen de la Sección) 				
Categoría 3: Estructura					
Subcategoría 1: Titular de la página interior					
Función comunicativa	Expresivo	Apelativo	Temático	Informativo	
Núcleo	Corresponde a los actores involucrados (individuos, organismos públicos o privados, equipos, regiones o países)				
Verbo	Acción realizada en la oración (titular).				
Tiempo verbal	Presente	Pasado		Futuro	
Adyacente	Persona, elemento o situación sobre el cual recae la acción del titular. Puede ser sustantivos, pronombres, o palabras sustantivadas.				
Tipo o grado del adjetivo	Funciona como complemento del núcleo y por su naturaleza puede ser un adjetivo, un sintagma proposicional, otro sustantivo como aposición o una proposición subordinada adjetiva.				
Subcategoría 2: Lead					
Qué	Quién	Cómo	Cuándo	Dónde	Por qué
Subcategoría 3: Cuerpo de desarrollo					
Idea central			Idea secundaria		
Antecedentes de la idea central	Información relacionada a la idea principal de la noticia				
Interpretación:					

Guion de Entrevista

Nº	Variable o Unidad Temática 1: Tratamiento Periodístico
	CATEGORÍA 1: Portada
	Subcategoría 1: Titular
1	¿Considera que las figuras retóricas en el titular son importantes para la difusión del Hallyu? ¿Por qué?
	Subcategoría 2: Fotografía
2	De las ediciones mostradas ¿Las fotografías publicadas de grupos de K-pop fomentan el Hallyu en Perú? ¿Por qué?
	Subcategoría 3: Logotipo
3	¿Considera que el logotipo de la revista Asian World representa a la cultura pop surcoreana? ¿Por qué?
	CATEGORÍA 2: Contenido
	Subcategoría 1: Criterio de noticiabilidad
4	En lo que refiere al criterio de noticiabilidad , cuál de los siguientes aspectos se relaciona con el Hallyu en Perú: la novedad, continuidad, gravedad (afectación directa e indirecta), proximidad (local /extranjero) o magnitud. ¿Por qué?
	Subcategoría 2: Tipos de lenguaje
5	En la investigación se consideran tres clasificaciones de lenguaje: culto, coloquial y vulgar ¿Cuál es el tipo de lenguaje que facilita la lectura de las noticias sobre Hallyu, a fin de promover su difusión?
	Subcategoría 3: Cobertura
6	¿La cobertura de la información de la sección especial y sección doramas basada en su ubicación, extensión e intencionalidad fomenta el Hallyu en el Perú?
	Subcategoría 4: Fuentes de información
7	¿Considera que las fuentes de información dan credibilidad a la información? ¿Por qué?
	CATEGORÍA 3: Estructura
	Subcategoría 1: Titular de página interior
8	¿De qué manera los titulares de página interior incentivan la lectura de noticias sobre Hallyu?
	Subcategoría 2: Lead
9	De las ediciones mostradas ¿Los leads utilizados en la sección especial promueven a que el lector quiera saber más sobre el Hallyu basado en el componente K-pop? ¿Por qué?
	Subcategoría 3: Cuerpo de desarrollo
10	

	¿Considera que el uso de antecedentes y/o testimonios <i>en el cuerpo de desarrollo</i> son importantes para la difusión de noticias sobre Hallyu? ¿Por qué?
Variable o Unidad Temática 2: Hallyu	
CATEGORÍA 1: K-dramas	
11	Subcategoría 1: Categoría ¿Las categorías Mini Series, Serial o Short promueven la difusión del Hallyu en el Perú desde su componente K-drama? ¿Por qué?
12	Subcategoría 2: Género Los géneros de K-drama utilizados en la investigación son: adolescente, comedia, crimen, fantasía, misterio, histórico, terror, médico, romance y musical. ¿Cuál de ellos facilita la difusión del Hallyu entre el público juvenil peruano? ¿Por qué?
13	Subcategoría 3: Original Soundtrack (OST) ¿La difusión del Original Soundtrack del drama promueve el Hallyu entre los jóvenes peruanos? ¿Por qué?
14	Subcategoría 4: Estructura Narrativa En la estructura narrativa ¿Las sinopsis de la sección doramas, fomentan que los jóvenes vean el K-drama?
CATEGORÍA 2: K-pop	
15	Subcategoría 1: Agencia de Entretenimiento ¿Las agencias de entretenimiento ayudan a la promoción del Hallyu?
16	Subcategoría 2: Estrellas de K-pop De las ediciones mostradas ¿considera que las Estrellas de K-pop son personajes mediáticos o relevantes para el público juvenil peruano o falta mayor difusión de los grupos de K-pop en Perú?
17	Subcategoría 3: Videos musicales ¿La difusión de los videos musicales de las estrellas de K-pop promueven el conocimiento del Hallyu en Perú? ¿Por qué?
18	Subcategoría 4: Show musical ¿Los show musicales realizados en Corea y que se mencionan en la sección especial son relevantes para los jóvenes peruanos que siguen la cultura del K-pop?

Gracias por su tiempo y la información brindada

Anexo 3: Validación de instrumentos por juicio de expertos

Mg. Daniel Jàcobo Morales

Calificación del jurado experto: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez experto Doctor () / Maestro (x):

JÀCOBO MORALES, DANIELDNI: 44905761.....

Especialidad del jurado:

PERIODISMO Y COMUNICACIÓN MULTIMEDIA

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del juez experto

Fecha: 8 de abril de 2021 _____

Mg. Luis Enrique Elías Villanueva

Calificación del jurado experto: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez experto Doctor () / Maestro ():

Mag. Luis Enrique Eduardo Elías Villanueva DNI:07617927

Especialidad del jurado: Relaciones Públicas y asesor de tesis (licenciatura y maestría)

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

26-04-2021


Firma del juez experto

Mg. Cris Bernal Torero

Calificación del jurado experto: **Aplicable [x]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez experto Doctor () / Maestro (x):

Mg. Cris Aneatte Diana Bernal ToreroDNI:10804257

Especialidad del jurado: Maestría en Periodismo y Comunicación Multimedia

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del juez experto

Fecha: ____26/4/21

Mg. Ronny Rojas Rojas

Calificación del jurado experto: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez experto Doctor () / Maestro (x):

Ronny Rojas Rojas DNI: 40351067

Especialidad del jurado: Periodismo

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del juez experto

Fecha: 23/04/2021

Anexo 4: Entrevistas

Entrevista a Dennit Cajachahua (Licenciada en Periodismo – Redactora en la sección cultura asiática – La República Web)

- 1. ¿Considera que las figuras retóricas en el titular son importantes para la difusión del Hallyu? ¿Por qué?**

En un medio impreso considero que sí, porque le da estilo al titular generando interés en el público. No obstante, su uso dependerá de la información a publicar. En web no lo veo conveniente, porque los fans podrían tomarlo como interpretación del periodista y no queremos generar esa impresión.

- 2. De las ediciones mostradas ¿Las fotografías publicadas de grupos de K-pop fomentan el Hallyu en Perú? ¿Por qué?**

Sí fomentan el K-pop ya que son fotografías de grupos conocidos. BTS es uno de los grupos que ha crecido enormemente, a pesar de provenir de una empresa pequeña. Yo creo que son una figura importante para difundir el Hallyu en Perú y el mundo, así como las chicas de BLACKPINK. Actualmente ambos grupos son los más imponentes a nivel internacional.

- 3. ¿Considera que el logotipo de la revista Asian World representa a la cultura pop surcoreana? ¿Por qué?**

El logotipo no lo veo impactante y tampoco me da la impresión que toca temas de la cultura pop surcoreana. Sería bueno que tuviera la bandera de Corea del Sur o algo relacionado al Hallyu. Cuando se habla de Hallyu es solo Corea, pero cuando dice Asian World, va relacionado más a Japón, China y otros países del continente asiático.

- 4. En lo que refiere al criterio de noticiabilidad, ¿Cuál de los siguientes aspectos se relaciona con el Hallyu en Perú: la novedad, continuidad, gravedad (afectación directa e indirecta), proximidad (local /extranjero) o magnitud? ¿Por qué?**

Se relaciona el criterio proximidad a nivel extranjero, porque son noticias que pasan en Corea del Sur y el criterio novedad, ya que son hechos que no volverán a ocurrir, como son el caso de los comebacks a menos que sea un repackage

- 5. En la investigación se consideran tres clasificaciones de lenguaje: culto, coloquial y vulgar ¿Cuál es el tipo de lenguaje que facilita la lectura de las noticias sobre Hallyu, a fin de promover su difusión?**

Considero que el lenguaje coloquial estaría bien para el público juvenil, siempre y cuando se respete la gramática y la ortografía.

- 6. ¿La cobertura de la información de la sección especial y sección doramas basada en su ubicación, extensión e intencionalidad fomenta el Hallyu en el Perú?**

La importancia en cuando a extensión que se le da un tema puede motivar al lector en querer averiguar más. En la revista Asian world se tocan más temas de K-pop esto podría darse porque el K-pop vende más en impreso que en digital, ya que las fans van a querer adquirir el producto por la fotografía o los posters de sus artistas, sin embargo, en la sección cultura asiática de la República Web funciona más los dramas coreanos y BTS ya que es una palabra clave importante.

- 7. ¿Considera que las fuentes de información dan credibilidad a la información? ¿Por qué?**

Sí, es muy importante citar las fuentes sobre todo si la noticia es tomada de un medio extranjero. El no citar fuentes puede dar pie a que las fans consideren la información como opinión del periodista, en cambio cuando se cita la fuente se evitan estos malentendidos.

8. ¿De qué manera los titulares de página interior incentivan la lectura de noticias sobre Hallyu?

Tocar información novedosa es lo ideal en las revistas mensuales, por ello el titular tiene que motivar y generar curiosidad en el lector resaltando aspectos positivos del grupo. El fan leerá la noticia dependiendo de cómo vendas el titular, muchas veces el periodista debe ponerse en el lugar del fan para crear un buen titular y entender como le gustaría leer la noticia del grupo a los seguidores.

9. De las ediciones mostradas ¿Los leads utilizados en la sección especial promueven a que el lector quiera saber más sobre el Hallyu basado en el componente K-pop? ¿Por qué?

Sí, considero a los leads como un segundo titular donde se encuentra esa otra cosa que te motiva a seguir leyendo, es importante su uso ya que refuerza el interés del lector. En el caso de la sección especial, los leads utilizados ayudan a que el lector comprenda el texto, sobre todo si es una persona nueva en el tema Hallyu.

10. ¿Considera que el uso de antecedentes y/o testimonios en el cuerpo de desarrollo son importantes para la difusión de noticias sobre Hallyu? ¿Por qué?

Sí, porque hay muchas personas que desconocen ciertos temas. En el caso de investigaciones sobre denuncias de bullying que hubo hace poco, fue necesario

el uso de antecedentes, indicando como se iniciaron los hechos. Cuando son temas delicados es indispensable colocar antecedentes, en temas sobre comebacks ayuda a recordar los logros del artista previo a su regreso musical.

11. ¿Las categorías Mini Series, Serial o Short promueven la difusión del Hallyu en el Perú desde su componente K-drama? ¿Por qué?

Sí, los doramas fomentan mucho el Hallyu incluso más que el K-pop. En el caso de la sección cultura asiática de la República Web la mayoría de vistas que se generan provienen de las noticias sobre dramas, especialmente de los dramas que se encuentran en NETFLIX.

12. Los géneros de K-drama utilizados en la investigación son: adolescente, comedia, crimen, fantasía, misterio, histórico, terror, médico, romance y musical. ¿Cuál de ellos facilita la difusión del Hallyu entre el público juvenil peruano? ¿Por qué?

En la sección cultura asiática los dramas de romance ya no están generando tanta atención, los últimos que tuvieron buena llegada fueron Love Alarm y True Beauty, sin embargo, los que vienen originando interés son historias de suspenso, misterio y acción como The Penthouse o Vincenzo que tienen otro tipo de enfoque.

13. ¿La difusión del Original Soundtrack del drama promueve el Hallyu entre los jóvenes peruanos? ¿Por qué?

Sí, es posible que una persona se adentre en el Hallyu gracias a los OST de los dramas. Muchas veces los actores son idols que cantan los soundtrack, por ende, los fans querrán ver el drama en apoyo a su artista, El Hallyu en Perú llegó por los dramas y los temas musicales ayudaron a difundirlo.

14. En la estructura narrativa ¿Las sinopsis de la sección doramas, fomentan que los jóvenes vean el K-drama?

Considero muy largas las sinopsis lo cual podría no motivar a leer todo el texto. En cambio, las curiosidades, sí. Un ejemplo de sinopsis cortas que generan intriga son las que viene realizando NETFLIX, mientras más corto mejor. Si pones largo el texto siento que me estas contando todo.

15. ¿Las agencias de entretenimiento ayudan a la promoción del Hallyu?

Sí, lo realizan a través de conciertos o festivales musicales donde no solo se lleva un grupo sino varios, esta es una forma de empezar a conocer el Hallyu. Otra es mediante comunicación directa de la agencia con medios de prensa de otros países, sin embargo, me da la impresión que las agencias solo mandan comunicados de prensa a Estados Unidos. Considero que enviar ese mismo comunicado a medios de Latinoamérica ayudaría a difundir más su cultura, ya que se tendría una fuente de primera mano.

16. De las ediciones mostradas ¿Considera que las Estrellas de K-pop son personajes mediáticos o relevantes para el público juvenil peruano o falta mayor difusión de los grupos de K-pop en Perú?

Sí, los grupos como BTS, BLACKPINK y TWICE tienen una gran cantidad de fans en Perú, por ello me imagino son usados en la portada. También de esta manera se motiva la compra de la revista.

17. ¿La difusión de los videos musicales de las estrellas de K-pop promueven el conocimiento del Hallyu en Perú? ¿Por qué?

Sí, a través de la escenografía se puede reflejar algunas características de la cultura surcoreana como sitios turísticos, comidas típicas, sonidos de instrumentos musicales tradicionales, vestimentas entre otros.

18. ¿Los shows musicales realizados en Corea y que se mencionan en la sección especial son relevantes para los jóvenes peruanos que siguen la cultura del K-pop?

Sí son relevantes, ya que en estos shows aparecen los cantantes de K-pop, sin embargo, sería bueno que se indique donde se puede visualizar el show musical, si bien hay plataformas no oficiales donde se logra ver el programa, sería adecuado fomentar fuentes oficiales para apoyar a los artistas mediante las votaciones en vivo.

Entrevista a Ivana Morales (Licenciada en Periodismo – Redactora freelancer en Teen Vogue, Envi Magazine y The Sun)

1. ¿Considera que las figuras retóricas en el titular son importantes para la difusión del Hallyu? ¿Por qué?

Sí, las figuras retóricas pueden causar interés en el público general debido al lenguaje poético usado, sin embargo, también considero que deben utilizarse si la noticia lo amerita.

En el caso de noticias “breaking news” recomiendo usar titulares directos e informativos, mientras que en una investigación cultural sobre la relación parasocial entre fandoms y idols, se debe tener cuidado con los titulares sensacionalistas o figuras retóricas (sobre todo metáforas) que puedan estigmatizar a los fans, ya que podría impactar negativamente en el público general y la percepción del Hallyu.

2. De las ediciones mostradas ¿Las fotografías publicadas de grupos de K-pop fomentan el Hallyu en Perú? ¿Por qué?

Sí, los grupos que se muestran como: BTS, BLACKPINK y TWICE son conocidos a nivel mundial, sobre todo los dos primeros, ello puede fomentar que las personas quieran leer más sobre los artistas y por ende adentrarse en el Hallyu.

3. ¿Considera que el logotipo de la revista Asian World representa a la cultura pop surcoreana? ¿Por qué?

No representa a la cultura pop surcoreana. Considero que el nombre “Asian World” es un concepto amplio para la revista, ya que el continente Asia engloba varios países, sin embargo, la revista toca sobre todo temas relacionados a K-pop y dramas coreanos y una sección anime. En todo caso recomendaría cambiar el nombre y colocar algunos colores o símbolos que representen a Corea del Sur.

4. En lo que refiere al criterio de noticiabilidad, ¿Cuál de los siguientes aspectos se relaciona con el Hallyu en Perú: la novedad, continuidad, gravedad (afectación directa e indirecta), proximidad (local /extranjero) o magnitud? ¿Por qué?

La novedad es un aspecto que note en varias noticias, ya que son hechos que no volverán a suceder, como son los comebacks. Otro criterio presente fue el de proximidad en el nivel extranjero, debido a que son noticias que han sucedido en Corea del Sur. Sin embargo, resalto que ambos criterios (novedad y proximidad) no se relacionan con el Hallyu en Perú, ya que no se menciona algún concierto próximo a realizarse en el país, ni se tocan temas sobre aspectos culturales del Perú.

5. En la investigación se consideran tres clasificaciones de lenguaje: culto, coloquial y vulgar ¿Cuál es el tipo de lenguaje que facilita la lectura de las noticias sobre Hallyu, a fin de promover su difusión?

Si nos centramos en el nicho al que va dirigido la Revista que son jóvenes y adolescentes, el lenguaje coloquial me parece el adecuado ya que no son palabras rebuscadas o sinónimos extraños lo que leerán en los textos. De esta manera también, se puede compartir la información con conocidos y difundir la cultura popular surcoreana.

6. ¿La cobertura de la información de la sección especial y sección doramas basada en su ubicación, extensión e intencionalidad fomenta el Hallyu en el Perú?

Sí fomenta el Hallyu, sin embargo, me atrevería a decir que lo hace de una manera superficial, ya que no toca temas a profundidad. La información que se brinda es básica, lo cual está bien para una persona que comienza a conocer sobre el K-pop y dramas.

7. ¿Considera que las fuentes de información dan credibilidad a la información? ¿Por qué?

Sí, las fuentes de información otorgan credibilidad y respaldan de cierta forma la noticia que estas mostrando al público. En noticias de K-pop es importante citar las fuentes, los fandoms podrían después consultarte de donde sacaste la información (en caso de ser errónea) y ponerte en aprietos de no tener un respaldo oficial, como comunicados de la empresa o publicaciones del fan café del grupo. He observado que no se han citado fuentes en seis ediciones, si se busca fomentar el Hallyu a alguien nuevo en el tema, se debería citar las fuentes de información para generar confianza en el público.

8. ¿De qué manera los titulares de página interior incentivan la lectura de noticias sobre Hallyu?

La manera de como este construido un titular puede cambiar la percepción del lector, por ejemplo, el titular de página interior de la edición 105 “El regreso de BLACKPINK” deja expectante al público sobre lo que leerá. En muchos casos, el titular va de acorde a la noticia. Sin embargo, considero que los titulares informativos incentivan la lectura de noticias K-pop y dramas, ya que contienen la información importante en el titular, de esta manera puede ayudar a los nuevos lectores en comprender temas sobre Hallyu.

9. De las ediciones mostradas ¿Los leads utilizados en la sección especial promueven a que el lector quiera saber más sobre el Hallyu basado en el componente K-pop? ¿Por qué?

Los leads que leí son sencillos y van al grano, lo cual me parece adecuado para el público que va dirigido o para alguien que está iniciando en el Hallyu. Cuando los artículos son sencillos en información los leads de esta naturaleza funcionan y podrían promover de cierta manera que el público continúe con la lectura del artículo completo generando interés en saber más del tema.

10. ¿Considera que el uso de antecedentes y/o testimonios en el cuerpo de desarrollo son importantes para la difusión de noticias sobre Hallyu? ¿Por qué?

Sí considero importante el uso de antecedentes, sobre todo en noticias de K-pop para contextualizar al lector. Un ejemplo sería el uso del titular “La banda más grande del K-pop”, si se está leyendo ese tipo de titular, en el artículo el lector querrá saber cuál es el antecedente de cómo el grupo se convirtió en la

banda más importante del K-pop. Los antecedentes son súper importantes añaden sustancia al ángulo principal del artículo.

Es necesario resaltar que las personas nuevas en el K-pop desconocen hechos anteriores de los grupos, como logros, participaciones previas en concursos, si provienen de algún programa de supervivencia, si ganaron premios internacionales u otros acontecimientos.

11. ¿Las categorías Mini Series, Serial o Short promueven la difusión del Hallyu en el Perú desde su componente K-drama? ¿Por qué?

Los dramas en general incluyen en las series aspectos culturales como la comida, trajes típicos (Hanbok) o lugares turísticos. Lo que podría promover el Hallyu en un sentido más amplio, incluso motivando que los televidentes quieran visitar Corea del Sur. Además, es bueno recordar que los dramas generalmente constan de 16 capítulos con un promedio de 1 hora, lo cual es adecuado para no volver a la serie aburrida.

12. Los géneros de K-drama utilizados en la investigación son: adolescente, comedia, crimen, fantasía, misterio, histórico, terror, médico, romance y musical. ¿Cuál de ellos facilita la difusión del Hallyu entre el público juvenil peruano? ¿Por qué?

Todos los géneros mencionados promueven de cierta forma el Hallyu, cada persona es distinta en cuanto a gustos por ello considero que dependerá de lo que quiera ver el público en ese momento.

13. ¿La difusión del Original Soundtrack del drama promueve el Hallyu entre los jóvenes peruanos? ¿Por qué?

Sí, de hecho, he conocido y he leído muchos casos de personas que se han introducido en el K-pop a causa de los dramas. Muchas personas empezaron

viendo dramas y al escuchar el soundtrack dan el salto al K-pop. Los dramas son una puerta para adentrarse en el K-pop

14. En la estructura narrativa ¿Las sinopsis de la sección doramas, fomentan que los jóvenes vean el K-drama?

Sí, la manera que colocaron la sinopsis esta sencilla pero también interesante, no te da detalles de la trama que te arruinen la serie. Escribieron la cantidad perfecta como para generar interés del lector por querer ver el drama. Además, la información de la sección doramas menciona curiosidades de los actores lo cual vuelve completa la información.

15. ¿Las agencias de entretenimiento ayudan a la promoción del Hallyu?

Las agencias de entretenimiento si promocionan el Hallyu a nivel mundial a través de festivales musicales como el KCON, Music Bank, conciertos de grupos o aperturas de tiendas como BT21 en México. Sin embargo, esto sucede más en Estados Unidos que en Latinoamérica. Me gustaría que las agencias de entretenimiento se fijen más en la oportunidad de mercado que tienen en Latinoamérica, estoy segura que sería un éxito.

16. De las ediciones mostradas ¿Considera que las Estrellas de K-pop son personajes mediáticos o relevantes para el público juvenil peruano o falta mayor difusión de los grupos de K-pop en Perú?

Los personajes de las portadas son relevantes para los jóvenes entiendo que por eso los colocan, ya que también motiva la compra de la revista, sin embargo, con un buen titular de portada se atraería más lectores. Me gustaría que muestren grupos no tan conocidos para variar los temas de información. La ola coreana es mucho más que BTS y BLACKPINK.

17. ¿La difusión de los videos musicales de las estrellas de K-pop promueven el conocimiento del Hallyu en Perú? ¿Por qué?

Sí, los videos musicales promueven el conocimiento del Hallyu ya que muchas veces incluyen sonidos de instrumentos típicos de Corea del Sur como el Kagayum, creando una difusión cultural. Por ejemplo, el grupo ONEUS, con la canción Lit, tiene como escenografía el palacio real de Corea, lo mismo sucede con la canción Idol de BTS donde los artistas hacen uso del “hanbok” con un toque moderno, pero sin perder la esencia tradicional de la vestimenta.

18. ¿Los shows musicales realizados en Corea y que se mencionan en la sección especial son relevantes para los jóvenes peruanos que siguen la cultura del K-pop?

Sí son relevantes porque en estos shows los jóvenes pueden ver las presentaciones de sus artistas. Es más, hoy en día puedes ver los shows online, se ha vuelto más sencilla la difusión de programas musicales coreanos en todo el mundo.

Anexo 5: Aplicación fichas de observación

Edición 89 – Enero del 2019

Portada



FICHA DE OBSERVACIÓN – PORTADA

Edición 89 – Enero del 2019



Categoría 1: Portada

Subcategoría 1: Titular

Modo de titulación	Expresivo			Informativo		
Estructura vinculada	Antetítulo			Subtítulo		
	Si	No		Si	No	
Figura retórica	Metáfora	Sinécdoque	Metonimia	Hipérbole	Prosopopeya	

Subcategoría 2: fotografía

Tipo	Simple			Compleja			
Criterios	Estática			Dinámica			
Descripción del motivo fotográfico/ de la ilustración	El grupo G-FRIEND en una sesión fotográfica de la era “Sunrise”						
Protagonistas	G-FRIEND						
Plano	General	Americano	Medio	Medio-corto	Primer plano	Primerísimo primer plano	Detalle
Leyenda	Con leyenda				Sin leyenda		

Subcategoría 3: Logotipo

Variaciones	Color			Tamaño			
	Si	No		Si	No		

Interpretación: La portada de la edición 89 de la Revista Asian World prioriza el componente K-pop, a través de grupos relevantes para los jóvenes como es GFRIEND. Asimismo, el titular solo indica el nombre del grupo, y como antetítulo “Especial”, dejando expectante al lector sobre el posible contenido interno de la revista.

GFRIEND

여자친구

HISTORIA
GFRIEND comenzó su primer mini-album, *Season of Glass* el 15 de enero de 2015, por el cual debutaron en la lista Gaon. Meses después, el 23 de julio, se volvió a tener un segundo material titulado *Travel Road* con el MV del sencillo *Ma Girl*. En febrero de 2016, GFRIEND fue nominada en un concurso como "Next Act Showcase" en los premios MTV EMA.

En el 2016, el grupo lanzó "Revelation", su tercer mini-album de siete canciones, siendo la principal *Reve*. El día de su lanzamiento también realizaron el concierto del sencillo *Reve* el 31 de julio, la presentación a su tercer álbum en estudio, *LOVE*, junto con el sencillo *Reve*.

Al año siguiente adelantaron sus álbumes EP, *The Awakening* y *Parallel*, además de una nueva etapa en su tercer top del año, *Reve* de *Reve* con el sencillo *Summer Road*. El 30 de abril de 2018 lanzaron un sexto mini-album, *Time for US* en japonés con el álbum *GFRIEND 1st BEST* - Special New CD. El 4 de junio de 2018, GFRIEND volvió al MV de *Summer Road*, siendo el primer del sexto mini-album, el cual lleva al mismo nombre.

Las chicas del K-pop regresan este 2019 con un segundo álbum de estudio: *Time for US*, el cual promete amor en verano y ser reconocido a nivel mundial y ser reconocido por quienes *GFRIEND* no cansados por celebrar grandiosos resultados desde los meses de su lanzamiento, dedicándose así entre otras tantas funciones. Para más información, no te pierdas el siguiente especial.

Ye Rin
Vocalista / Bailarina



Yu Ju
Vocalista / Bailarina



Um Ji
Vocalista principal y Bailarina



So Min
Lead Vocalista y Bailarina



Eun Ji
Vocalista y Bailarina



Siu B
Vocalista principal y Vocal



COMEBACK: TIME FOR US
Desde el 14 de enero está disponible el segundo álbum de estudio de GFRIEND, *Time for US*, el cual viene siendo promocionado desde fines de diciembre de 2018 con el sencillo *Time for US* como regalo de Navidad. El sencillo fue lanzado el 23 de diciembre mostrando que, tras lanzarlo, la banda comenzó a actuar para sus canciones "Ma Girl", "Reve", "GLORY" y "LOVE". Asimismo, las artistas presentaron un concierto de fotografía a principios de año en los días del 1 al 4 de enero de 2019. Con estos gustos se dedicaron a lanzar el concepto del álbum, con una estética clásica y *Reve*, cada integrante con *Time for US* con sus versiones.

CURIOSIDADES

- El nombre de la banda es la abreviatura de *girl friend* como se dice a una buena amiga antes que al poder no estar enamorado con ella como con la novia o simplemente novia.
- Tuvieron dificultades a la hora de decidir el nombre del grupo. Algunas de sus opciones fueron *Guardian Angel*, *Big Hug* y *World Peace*.
- Sus grandes éxitos fueron *Reve* con *MAJORS*, *Girl Generation*, *Summer Road*, *Apink* y *MAMAMOO*.
- El 14 de marzo de 2017 lanzaron su primera oficial, el cual lleva una letra de *Reve* con la letra G en el mismo. Lleva por nombre *Glory* *Reve* *Ma Girl*.

FICHA DE OBSERVACIÓN DEL CONTENIDO DE LAS SECCIONES

Edición 89 – Enero del 2019

Sección
Especial



Categoría 2: Contenido

Subcategoría 1: Criterio de noticiabilidad

Clasificación	Novedad	Continuidad	Gravedad		Proximidad		Magnitud
			Afectación directa	Afectación indirecta	Localidad	Extranjero	

Subcategoría 2: Tipo de lenguaje

Tipos	Culto	Coloquial	Vulgar
-------	-------	-----------	--------

Subcategoría 3: Cobertura

Ubicación de la información	Portada	Contraportada	Página par	Página impar	Página central
Extensión de la información	2 páginas	1 página	½ pág	¼ pág	1/8 pág.
Intencionalidad	Informar	Fiscalizar/denunciar	Educar	Orientar	Entretener

Subcategoría 4: Fuentes de información

Directa	Indirecta	Externa
---------	-----------	---------

Interpretación: El apartado “historia” motiva a los lectores en saber más del grupo GFRIEND, por ende, se fomenta el Hallyu, bajo el componente K-pop.

El apartado “Curiosidades” informa sobre hechos que quizás los lectores desconocían de GFRIEND, así mismo, se mencionan grupos adicionales de K-pop pudiendo causar curiosidad del público sobre otros idols.

FICHA DE OBSERVACIÓN ESTRUCTURA DE LAS SECCIONES

Edición 89 – Enero del 2019

Sección
Especial



Categoría 3: Estructura

Subcategoría 1: Titular de la página interior

Función comunicativa	Expresivo	Apelativo	Temático	Informativo
Núcleo	GFRIEND			
Verbo	-			
Tiempo verbal	Presente		Pasado	Futuro
Adyacente	-			
Tipo de grado del adjetivo	-			

Subcategoría 2: Lead

Quién	Qué	Cómo	Cuándo	Dónde	Por qué
GFRIEND	está disponible el segundo álbum de estudio, Time for Us	-	Desde el 14 de Enero	-	-

Subcategoría 3: Cuerpo de desarrollo

Idea central	Idea secundaria
El regreso de GFRIEND con un nuevo álbum	El álbum contará con tres versiones
Antecedentes de la idea central	Presentación de los álbumes anteriores desde su debut como grupo.

Interpretación: El apartado “Comeback Time for Us” brinda información sobre el regreso de GFRIEND. El titular de la sección muestra el nombre del grupo en español y coreano, pudiendo promover de esa forma el estudio por el idioma.

DORAMA
도라마

Una historia de romance y fantasía en la que el tiempo es el factor crucial para cultivar el amor de los protagonistas. Conocido también como 'The Moment When Time Stops', el drama es transmitido por KBS bajo la producción de Kwak Bong Chul. Conoce un poco más a continuación:



JOON WOO
(Kim Hyun Joong)



KIM SUN AH
(Ahn Ji Hyun)



MYUNG WOON
(In Gyo Jin)



SOO KYUNG
(Shin Min Kyung)



KIM YANG WOO
(Go Eun Mi)



CHOI IN SUB
(Lee Shi Hoo)

SINOPSIS

Un hombre que puede detener el tiempo se encuentra con una mujer que no se ve afectada por el tiempo. Moon Joon Woo (Kim Hyun Joong) es una persona aparentemente normal, excepto por el hecho de que puede detener el tiempo. Su habilidad especial lo hace solitario y no encuentra sentido en la vida. Cuando necesita un lugar para vivir, se muda a un sótano propiedad de Kim Sun Ah. Kim Sun Ah (Ahn Ji Hyun) es una chica trabajadora y con dificultades financieras que parece tener mucha alegría en su vida, pero de hecho lucha para pagar la deuda de su padre. Joon Woo descubre que cuando detiene el tiempo, Sun Ah no se ve afectada y continúa caminando entre un mundo detenido por el tiempo. Con la burbujeante Sun Ah a su lado, ¿puede el solitario Joon Woo comenzar a encontrar el significado de su existencia?

DATOS CURIOSOS

El drama está compuesto por 12 capítulos, transmitidos desde octubre de 2018. Las filmaciones arrancaron el 1 de agosto de 2018. Con el estreno de la serie, Kim Hyun Jong regresa oficialmente al mundo de los doramas tras cuatro años de receso. En la banda sonora participan artistas como Dream Note, IMFACT, SNUPER, Kim Da Yun y más.



Cuando El Tiempo Se Detuvo
시간이 멈추는 그때

Escanea este QR para más información



FICHA DE OBSERVACIÓN DEL CONTENIDO DE LAS SECCIONES

Edición 89 – Enero del 2019

Sección
Doramas



Categoría 2: Contenido

Subcategoría 1: Criterio de noticiabilidad

Clasificación	Novedad	Continuidad	Gravedad		Proximidad		Magnitud
			Afectación directa	Afectación indirecta	Localidad	Extranjero	

Subcategoría 2: Tipo de lenguaje

Tipos	Culto	Coloquial	Vulgar
-------	-------	-----------	--------

Subcategoría 3: Cobertura

Ubicación de la información	Portada	Contraportada	Página par	Página impar	Página central
Extensión de la información	2 páginas	1 página	½ pág	¼ pág	1/8 pág.
Intencionalidad	Informar	Fiscalizar/denunciar	Educar	Orientar	Entretener

Subcategoría 4: Fuentes de información

Directa	Indirecta	Externa
---------	-----------	---------

Interpretación: El apartado “datos curiosos” motiva a los lectores en saber más del drama, por consiguiente, se fomenta el Hallyu, bajo el componente K-dramas. El uso del lenguaje coloquial va de acorde al público dirigido que son jóvenes.

FICHA DE OBSERVACIÓN ESTRUCTURA DE LAS SECCIONES

Edición 89 – Enero del 2019

Sección
Doramas



Categoría 3: Estructura

Subcategoría 1: Titular de la página interior

Función comunicativa	Expresivo	Apelativo	Temático	Informativo
Núcleo	Cuando el tiempo se detuvo*			
Verbo	-			
Tiempo verbal	Presente		Pasado	Futuro
Adyacente	-			
Tipo de grado del adjetivo	-			

Subcategoría 2: Lead

Quién	Qué	Cómo	Cuándo	Dónde	Por qué
El drama "The Moment When Time Stops"	es una historia de romance y fantasía	-	-	transmitido por KBS	-

Subcategoría 3: Cuerpo de desarrollo

Idea central	Idea secundaria
Joon Woo tiene la habilidad de detener el tiempo	Joon Woo necesita un lugar para vivir
Antecedentes de la idea central	

Interpretación: El titular muestra el nombre del drama en español y coreano, pudiendo promover de esa forma el estudio por el idioma. El lead, debería indicar el horario de transmisión del drama para hacer más interesante la lectura por el texto.

*es el nombre del dorama, por ende no se puede analizar

Edición 90 – Febrero del 2019

Portada

Revista Asian World
@revistainworld

Asian World

NOTICIAS
BANDAS DEBUT: TXT
대뷔 밴드 투모로우바이투게더
CHEN - EXO
김중대 - 엑스
HE IS PSYCHOMETRIC
사이코메트리 녀석

Año V Edición N°
Precio: S/ 3
Año V Plan No.
Anualidad: S/ 30

ESPECIAL:
BTS
방탄소년단
+ SUPER POSTER

+ GRATIS CARDS:
COLECCIONABLES
카드: 컬렉션

5 POSTER

ADEMÁS
Bandas Deb
20
Anime Kaguya-San
HOROSCOPO - K-P
Y MUCHO M

BLACKPINK

ITZY

NU'EST

D&E

FICHA DE OBSERVACIÓN – PORTADA

Edición 90 – Febrero del 2019



Categoría 1: Portada

Subcategoría 1: Titular

Modo de titulación	Expresivo			Informativo		
Estructura vinculada	Antetítulo			Subtítulo		
	Si	No		Si	No	
Figura retórica	Metáfora	Sinécdoque	Metonimia	Hipérbole	Prosopopeya	

Subcategoría 2: fotografía

Tipo	Simple				Compleja		
Criterios	Estática				Dinámica		
Descripción del motivo fotográfico/ de la ilustración	El grupo BTS en una sesión fotográfica en la era "Boy with Luv"						
Protagonistas	BTS						
Plano	General	Americano	Medio	Medio-corto	Primer plano	Primerísimo primer plano	Detalle
Leyenda	Con leyenda				Sin leyenda		

Subcategoría 3: Logotipo

Variaciones	Color			Tamaño			
	Si	No		Si	No		

Interpretación: La portada de la edición 90 de la Revista Asian World muestra al grupo BTS, uno de los referentes K-pop a nivel internacional, ello puede fomentar que más jóvenes realicen la compra de la revista y sumergirse en el mundo del K-pop. Asimismo, el titular solo indica el nombre del grupo, y como antetítulo "Especial", dejando en intriga al lector sobre el contenido del grupo.

Los Bangtan Boys vuelven a sorprender a su ARMY desde el pasado 11 de marzo, cuando la agencia Big Hit Entertainment confirmó el regreso de la agrupación para el 12 de abril con el lanzamiento del álbum 'Map of the Soul: Persona', con un nuevo concepto e imagen de la banda para este 2019.

Tracklist
Intro: Persona
'작은 것들을 위한 시' (Boy With Luv) feat. Halsey
소우주 (Mikrokosmos)
Make it Right
HOME
Jamais Vu
Dionysus

RÉCORDS DE 'BOY WITH LUV'
El 13 de abril, BTS se presentó en el show televisivo estadounidense, 'Saturday Night Live' donde presentaron por primera vez en vivo 'Boy With Luv', sencillo del álbum que ha roto increíbles récords en menos de 24 horas. El videoclip oficial fue lanzado el día del estreno del disco a las cuatro de la mañana, hora coreana, acumulando más de 40 millones de visualizaciones, más vistas que cualquier video en la historia de YouTube en un lapso de 10 horas. Además, tanto el tema como el álbum se convirtieron en tendencia mundial no solo en la plataforma de videos, sino también en Twitter y Spotify.

Regresa a la escena con 'Map of the Soul: Persona'

BTS

Y, Suga, Jimin, Jin, RM, J-Hope y Jungkook iniciaron el año por todo lo alto con el estreno del largometraje 'BTS World Tour: Love Yourself' y con el anuncio de una gira mundial. Ahora, el ARMY ya puede disfrutar de más novedades de sus artistas favoritos. 'Map of the Soul: Persona' contará con cuatro versiones que serán lanzadas a lo largo del año. Adicional a ello, se ofrece al público un photobook de 76 páginas, un minibook de 20 páginas, 28 photocards, 4 posters oficiales y mucho más.

LO QUE SE VIENE...
Entre los próximos planes de BTS, se dará inicio a la gira mundial 'Love Yourself' el 4 de mayo. Gracias a este tour, la banda visitará Brasil y recorre distintos destinos de Norteamérica, Europa y Asia. Dias antes, se conocerán los resultados de los Billboard Music Awards, donde BTS se encuentra nominado a las categorías: 'Top Duo/Grupo' y 'Top Social Artist'. El grupo ya ha ganado en la segunda categoría durante dos años consecutivos, siendo la primera banda K-Pop en ingresar a la lista.

4

6

FICHA DE OBSERVACIÓN DEL CONTENIDO DE LAS SECCIONES

Edición 90 – Febrero del 2019

Sección
Especial



Categoría 2: Contenido

Subcategoría 1: Criterio de noticiabilidad

Clasificación	Novedad	Continuidad	Gravedad		Proximidad		Magnitud
			Afectación directa	Afectación indirecta	Localidad	Extranjero	

Subcategoría 2: Tipo de lenguaje

Tipos	Culto	Coloquial	Vulgar
-------	-------	-----------	--------

Subcategoría 3: Cobertura

Ubicación de la información	Portada	Contraportada	Página par	Página impar	Página central
Extensión de la información	2 páginas	1 página	½ pág	¼ pág	1/8 pág.
Intencionalidad	Informar	Fiscalizar/denunciar	Educar	Orientar	Entretener

Subcategoría 4: Fuentes de información

Directa	Indirecta	Externa
---------	-----------	---------

Interpretación: El apartado “**Récords de Boy with Luv**” hace mención a la presentación del grupo en el show estadounidense “**Saturday Night Live**”, dando a entender que el grupo de K-pop tiene relevancia en el mercado extranjero.

FICHA DE OBSERVACIÓN ESTRUCTURA DE LAS SECCIONES

Edición 90 – Febrero del 2019

Sección Especial



Categoría 3: Estructura

Subcategoría 1: Titular de la página interior

Función comunicativa	Expresivo	Apelativo	Temático	Informativo
Núcleo	BTS			
Verbo	regresa			
Tiempo verbal	Presente	Pasado		Futuro
Adyacente	a la escena			
Tipo de grado del adjetivo	-			

Subcategoría 2: Lead

Quién	Qué	Cómo	Cuándo	Dónde	Por qué
BIG HIT Entertainment	sorprendió a ARMY	confirmando el regreso de BTS	el 11 de marzo	-	-

Subcategoría 3: Cuerpo de desarrollo

Idea central	Idea secundaria
El regreso de BTS con un nuevo álbum	El álbum contará con cuatro versiones.
Antecedentes de la idea central	Estreno del largometraje "BTS World Tour: Love Yourself"

Interpretación: En el apartado "Lo que se viene", se destaca como BTS ha ganado premiaciones estadounidenses "Billboard Music Award" en la categoría "Top Social Artist", fomentando de esta manera a nivel mundial el Hallyu.

DORAMA
도라마

El 11 de marzo de 2019 llegó a las pantallas el drama protagonizado por Park Jin-young y Shin Ye-eun a través de la cadena televisiva surcoreana, TVN. 'He is Psychometric' es la opción ideal para los aficionados a distintos géneros, pues combina drama y romance con misterio y fantasía.

ARGUMENTO
La historia se centra en Lee Ahn, quien posee un don que no puede controlar. Al tocar la piel de alguien, puede leer sus secretos. Él conoce a Yoon Jae-in, una joven que hace todo lo posible por ocultar su sufrimiento. Pronto ambos se unen y comienzan a resolver los casos, juntos intentarán arreglar, sanar, crecer y amar a partir de los pequeños y grandes acontecimientos que suceden en sus vidas y en el proceso comienza a enamorarse.

LEE AHN
(Park Jin-young)

YOON JAE-IN
(Shin Ye-eun)

KANG SUNG-MO
(Kim Kwon)

EUN JI-SOO
(Kim Da-som)

HE IS PSYCHOMETRIC
사이코메트릭 그녀석

10

FICHA DE OBSERVACIÓN DEL CONTENIDO DE LAS SECCIONES

Edición 90 – Febrero del 2019

Sección
Doramas



Categoría 2: Contenido

Subcategoría 1: Criterio de noticiabilidad

Clasificación	Novedad	Continuidad	Gravedad		Proximidad		Magnitud
			Afectación directa	Afectación indirecta	Localidad	Extranjero	

Subcategoría 2: Tipo de lenguaje

Tipos	Culto	Coloquial	Vulgar
-------	-------	-----------	--------

Subcategoría 3: Cobertura

Ubicación de la información	Portada	Contraportada	Página par	Página impar	Página central
Extensión de la información	2 páginas	1 página	½ pág	¼ pág	1/8 pág.
Intencionalidad	Informar	Fiscalizar/denunciar	Educar	Orientar	Entretener

Subcategoría 4: Fuentes de información

Directa	Indirecta	Externa
---------	-----------	---------

Interpretación: El apartado “datos curiosos” motiva a los lectores en saber más del drama, por consiguiente, se fomenta el Hallyu, bajo el componente K-dramas.

FICHA DE OBSERVACIÓN ESTRUCTURA DE LAS SECCIONES

Edición 90 – Febrero del 2019

Sección
Doramas



Categoría 3: Estructura

Subcategoría 1: Titular de la página interior

Función comunicativa	Expresivo	Apelativo	Temático	Informativo
Núcleo	He is psychometric*			
Verbo	-			
Tiempo verbal	Presente	Pasado	Futuro	
Adyacente	-			
Tipo de grado del adjetivo	-			

Subcategoría 2: Lead

Quién	Que	Cómo	Cuándo	Dónde	Por qué
el drama protagonizado por Park Jin Young y Shi Ye Eun	llegó a las pantallas	a través de la cadena	El 11 de marzo	TVN	

Subcategoría 3: Cuerpo de desarrollo

Idea central		Idea secundaria	
Lee Ahn tiene la habilidad de leer secretos		Conoce a Yoon Jae in, y ambos empiezan a resolver casos	
Antecedentes de la idea central			
Interpretación: El titular muestra el nombre del drama en español y coreano, pudiendo promover de esa forma el estudio por el idioma.			

*es el nombre del dorama, por ende no se puede analizar

Edición 91 – Marzo del 2019

Portada

Revista Asian World
@newsasianworld

NOTICIAS
BTS FT. HALSEY
방탄소년단 할시
YOUNA - GIFT SONGBOOK
윤아 - 소녀시대
HER PRIVATE LIFE
그녀의 사생활

Año V Edición Nº 91
Precio: S/ 3.00
Año V Edición Nº 91
Precio: S/ 3.00

ESPECIAL: SEVENTEEN
세븐틴
+ GRATIS CARDS COLECCIONABLES
카드: 컬렉션
+ SUPER POSTER

ADEMÁS:
YUNHO - TVXQ
'K-DAY'
Anime Mob Psycho 100
HOROSCOPO - K-Pop
Y MUCHO MAS

BYNDIT
Monsta-X
NET 127
OH MY GIRL

7 175559 000025

FICHA DE OBSERVACIÓN – PORTADA

Edición 91 – Marzo del 2019



Categoría 1: Portada

Subcategoría 1: Titular

Modo de titulación	Expresivo			Informativo		
Estructura vinculada	Antetítulo			Subtítulo		
	Si	No		Si	No	
Figura retórica	Metáfora	Sinécdoque	Metonimia	Hipérbole	Prosopopeya	

Subcategoría 2: fotografía

Tipo	Simple			Compleja			
Criterios	Estática			Dinámica			
Descripción del motivo fotográfico/ de la ilustración	El grupo SEVENTEEN en una sesión fotográfica.						
Protagonistas	SEVENTEEN						
Plano	General	Americano	Medio	Medio-corto	Primer plano	Primerísimo primer plano	Detalle
Leyenda	Con leyenda			Sin leyenda			

Subcategoría 3: Logotipo

Variaciones	Color			Tamaño			
	Si	No		Si	No		

Interpretación: La portada de la edición 91 de la Revista Asian World prioriza el componente K-pop, a través de grupos relevantes para los jóvenes como es SEVENTEEN. Asimismo, el titular solo indica el nombre del grupo, y como antetítulo "Especial", dejando expectante al lector sobre el posible contenido interno de la revista.

FICHA DE OBSERVACIÓN DEL CONTENIDO DE LAS SECCIONES

Edición 91 – Marzo del 2019

Sección
Especial



Categoría 2: Contenido

Subcategoría 1: Criterio de noticiabilidad

Clasificación	Novedad	Continuidad	Gravedad		Proximidad		Magnitud
			Afectación directa	Afectación indirecta	Localidad	Extranjero	

Subcategoría 2: Tipo de lenguaje

Tipos	Culto	Coloquial	Vulgar

Subcategoría 3: Cobertura

Ubicación de la información	Portada	Contraportada	Página par	Página impar	Página central
Extensión de la información	2 páginas	1 página	½ pág	¼ pág	1/8 pág.
Intencionalidad	Informar	Fiscalizar/denunciar	Educar	Orientar	Entretener

Subcategoría 4: Fuentes de información

Directa	Indirecta	Externa

Interpretación: En la sección se informa sobre como el grupo de K-pop (SEVENTEEN) viene triunfando en Japón, priorizando el K-pop como eje principal del Hallyu el cual puede ser exportado a diversas partes del mundo.

HIP-HOP UNIT



La reciente producción discográfica, "Happy Ending", ascendió en las listas desde los primeros días de su estreno. El pasado 29 de mayo, debutó en las más altas posiciones de la lista Oricon, el ranking de mayor prestigio en la lista asiática. Asimismo, se registró que el single vendió 113.201 unidades.

Esta vez, el éxito de "Happy Ending" fue más allá al haber obtenido un disco de platino en Japón este 10 de junio. Fue gracias a la RIAJ (Asociación de la Industria de Grabación de Japón) que el tema obtuvo un reconocimiento por haber conseguido vender 250.000 copias, siendo el primer álbum de SEVENTEEN en lograrlo.



CUATRO AÑOS DE ALEGRÍAS

Los chicos de SEVENTEEN cumplen cuatro años trabajando como agrupación el pasado 26 de mayo y, en agradecimiento al apoyo recibido, decidieron ofrecer un regalo a su legión de fanáticos. Es así que un día antes, la banda compartió un videoclip con la práctica de la coreografía de uno de sus más grandes éxitos, "Adore U".

Además, no dudaron en mostrar su lado castitavo haciendo una donación para "A Home Like Home", campaña en beneficio a niños sin hogar. Sin embargo, lo que más sorprendió fue que la donación se realizó bajo el nombre del fandom, Carat, detalle que causó alegría también en sus seguidores.



PERFORMANCE UNIT



DATOS CURIOSOS

- Aunque el grupo tenga 13 integrantes, "SEVENTEEN" hace referencia al número 17 por sus integrantes + sus tres unidades = un grupo.
- El fandom Carat se llama así porque el término significa "guate" y los artistas quieren que sus seguidores brillen como diamantes.
- Sus modelos a seguir son los miembros de Super Junior.
- Aparecieron como el único grupo K-Pop en la lista "21 menores de 21" de Billboard. Asimismo, Billboard mencionó a la banda como "el grupo K-Pop más innovador".



FICHA DE OBSERVACIÓN ESTRUCTURA DE LAS SECCIONES

Edición 91 – Marzo del 2019

Sección Especial



Categoría 3: Estructura

Subcategoría 1: Titular de la página interior

Función comunicativa	Expresivo	Apelativo	Temático	Informativo
Núcleo	SEVENTEEN			
Verbo	triunfa			
Tiempo verbal	Presente	Pasado		Futuro
Adyacente	en Japón			
Tipo de grado del adjetivo	-			

Subcategoría 2: Lead

Quién	Qué	Cómo	Cuándo	Dónde	Por qué
La producción discográfica "Happy Ending"	ascendió en las más altas posiciones	-	el 29 de mayo	en la lista Oricon	

Subcategoría 3: Cuerpo de desarrollo

Idea central	Idea secundaria
SEVENTEEN se encuentra triunfando en Japón	El single vendió 113 201 copias
Antecedentes de la idea central	Aparecieron como el único grupo K-pop en la lista "21 menores de 21" de Billboard. Además, Billboard mencionó a la banda como "el grupo K-pop más innovador".

Interpretación: En el apartado "datos curiosos" se menciona como SEVENTEEN, cuenta con cierta relevancia en los charts de Billboard. Lo que nuevamente demuestra como el Hallyu, a través del K-pop logra internacionalizarse.

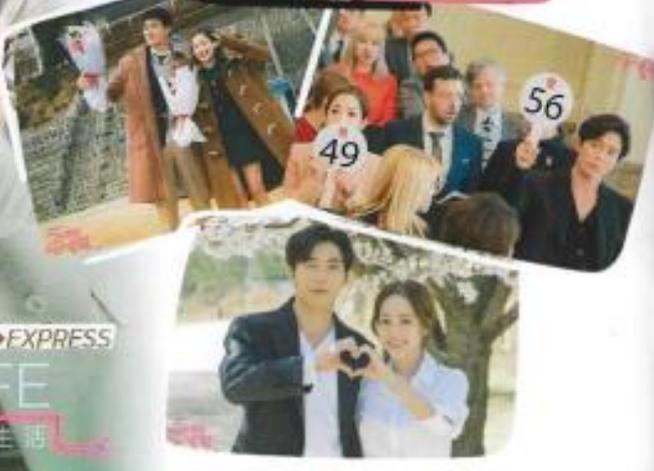
DORAMA 드라마



Desde el 10 de abril, TBA transmite los episodios de 'Her Private Life', una comedia romántica que muestra la historia de amor de una fanática de un idol. El drama se basa en la novela Noona Fan Dat Com de Kim Sung Yeon, publicada exactamente 12 años antes del estreno de la serie.



ARGUMENTO
 Sung Duk-mi, más allá de ser una gran curadora de arte, pertenece al fandom de White Ocean y es seguidora de Shi An, uno de sus miembros. Su pasión de fanática ha sido siempre prioridad para ella ya que prefiere asistir a todas las actividades relacionadas con su idol, lo cual ha influido negativamente en otros aspectos de su vida como en el amor. Ryan Gold fue un pintor famoso que ingresa a dirigir la galería de arte donde trabaja Duk-mi. Él era una persona individualista pero empieza a interesarse en el trabajo de su compañera como seguidora de Shi-An y, poco a poco, llega a enamorarse de ella.



HER PRIVATE LIFE
 她的私生活

FICHA DE OBSERVACIÓN DEL CONTENIDO DE LAS SECCIONES

Edición 91 – Marzo del 2019

Sección
Doramas



Categoría 2: Contenido

Subcategoría 1: Criterio de noticiabilidad

Clasificación	Novedad	Continuidad	Gravedad		Proximidad		Magnitud
			Afectación directa	Afectación indirecta	Localidad	Extranjero	

Subcategoría 2: Tipo de lenguaje

Tipos	Culto	Coloquial	Vulgar
-------	-------	-----------	--------

Subcategoría 3: Cobertura

Ubicación de la información	Portada	Contraportada	Página par	Página impar	Página central
Extensión de la información	2 páginas	1 página	½ pág	¼ pág	1/8 pág.
Intencionalidad	Informar	Fiscalizar/denunciar	Educar	Orientar	Entretener

Subcategoría 4: Fuentes de información

Directa	Indirecta	Externa
---------	-----------	---------

Interpretación: La sección muestra fotos relacionadas al drama, que en primera instancia puede motivar a los lectores en ver la serie, ya que pueden sentirse identificados con el personaje, el cual es un fan acérrimo del idol.

FICHA DE OBSERVACIÓN ESTRUCTURA DE LAS SECCIONES

Edición 91 – Marzo del 2019

Sección
Doramas



Categoría 3: Estructura

Subcategoría 1: Titular de la página interior

Función comunicativa	Expresivo	Apelativo	Temático	Informativo
Núcleo	Her Private Life *			
Verbo	-			
Tiempo verbal	Presente		Pasado	Futuro
Adyacente	-			
Tipo de grado del adjetivo	-			

Subcategoría 2: Lead

Quién	Que	Cómo	Cuándo	Dónde	Por qué
Her Private Life	se transmite	-	Desde el 10 de abril	en TvN	-

Subcategoría 3: Cuerpo de desarrollo

Idea central	Idea secundaria
Sung Duk Mi, es una fanática que tiene como prioridad asistir a todos los eventos de su idol	Ha afectado distintos aspectos de su vida
Antecedentes de la idea central	

Interpretación: El titular muestra el nombre del drama en español y coreano, pudiendo promover de esa forma el estudio por el idioma.

*es el nombre del drama, por ende no se puede analizar



FICHA DE OBSERVACIÓN – PORTADA

Edición 92 – Abril del 2019



Categoría 1: Portada

Subcategoría 1: Titular

Modo de titulación	Expresivo			Informativo		
Estructura vinculada	Antetítulo			Subtítulo		
	Si	No		Si	No	
Figura retórica	Metáfora	Sinécdoque	Metonimia	Hipérbole	Prosopopeya	

Subcategoría 2: fotografía

Tipo	Simple				Compleja		
Criterios	Estática				Dinámica		
Descripción del motivo fotográfico/ de la ilustración	El grupo Twice en una sesión fotográfica de la era “breakthrough”						
Protagonistas	G-FRIEND						
Plano	General	Americano	Medio	Medio-corto	Primer plano	Primerísimo primer plano	Detalle
Leyenda	Con leyenda				Sin leyenda		

Subcategoría 3: Logotipo

Variaciones	Color			Tamaño			
	Si	No		Si	No		

Interpretación: La portada de la edición 92 de la Revista Asian World prioriza nuevamente el componente K-pop, a través de grupos que resultan mediáticos para los jóvenes como es Twice. Asimismo, el subtítulo hace hincapié del apoyo de los jóvenes a grupos K-pop para que estos puedan ganar premios, y así más personas conozcan sobre el Hallyu.

El camino de TWICE comienza en el programa de competencia llamado "Sisters" organizado por la agencia JYP Entertainment, transmitido por Mnet desde el 5 de mayo de 2015. Fueron 8 chicas las que el CEO de JYP escogió: Nayeon, Sana, Dahyun, Tzuyu, Chaeyoung, Mina, Jihyo, Jeonjeon, y Momo como los miembros fijas.

En octubre del 2015 se anunció el primer mini-álbum de Twice titulado "The Story Begins" con el tema "Like OOH-AHH". Debido a la popularidad del grupo y a esta primera producción, en menos de un mes lograron firmar diez contratos.

En el 2016 se lanzó su segundo mini-álbum de nombre "Page Two", incluyendo a la canción que se volvió todo un hit: "Cheer Up". Esta canción les hizo ganadoras de su primer premio el 5 de mayo durante el programa musical M! Countdown. El 30 de octubre del 2017 sacaron a la luz su primer álbum de estudio llamado "Twicetagram", cuyo single principal fue "Likey" tema que consolidó la fama del grupo y lo llevó a ubicarse en la cima de los World Albums y World Digital Song Sales de Billboard.

A principios de este año, Twice cautivó a sus fans al sorprenderlos con un nuevo mini-álbum titulado "Fancy". Actualmente es el grupo femenino que más ventas ha generado superando a SNSD y SES.

Las REINAS DE LOS PREMIOS
En 2018 acumularon más de 20 premios de los que destacan un Golden Disk Award por "Rocky Del Año", premio al "Mejor Grupo Femenino" en los premios Korea Cable Tv. Ese mismo año ganaron el premio al Mejor Artista y Mejor Canción en los Mnet Music Awards. Este año han recibido dos premios y, hasta estos pocos días, ganaron los premios al Mejor Grupo Femenino y Mejor Música Vendido en los MBC Plus X Genie Music Awards 2018.

CURIOSIDADES
Su fandom es conocido como ONCE.
Mina, Sana y Momo, y una cantante llamada Sika, eran parte de un grupo proyecto japonés, pero debido a la renuncia de esta última chicas el proyecto se deshizo.
Su último mini-álbum logró vender 151 mil copias en su primera semana de lanzamiento, una más alta hecha por un grupo de chicas en la historia. Es uno de los pocos grupos de Jpop con más de 2 millones de vistas en cada video.

La agrupación femenina integrada por 9 chicas de distintas zonas de Asia como Corea, Japón y Taiwán ha logrado en poco tiempo lo que muchos quisieran tener en varios años de carrera. Conoce la trayectoria de estas talentosas chicas a continuación.

FICHA DE OBSERVACIÓN DEL CONTENIDO DE LAS SECCIONES

Edición 92 – Abril del 2019

Sección Especial



Categoría 2: Contenido

Subcategoría 1: Criterio de noticiabilidad

Clasificación	Novedad	Continuidad	Gravedad		Proximidad		Magnitud
			Afectación directa	Afectación indirecta	Localidad	Extranjero	

Subcategoría 2: Tipo de lenguaje

Tipos	Culto	Coloquial	Vulgar
-------	-------	-----------	--------

Subcategoría 3: Cobertura

Ubicación de la información	Portada	Contraportada	Página par	Página impar	Página central
Extensión de la información	2 páginas	1 página	½ pág	¼ pág	1/8 pág.
Intencionalidad	Informar	Fiscalizar/denunciar	Educar	Orientar	Entretener

Subcategoría 4: Fuentes de información

Directa	Indirecta	Externa
---------	-----------	---------

Interpretación: En el apartado **“Historia”** se hace referencia a como el grupo con el single **“Likey”** logró posicionarse en los charts estadounidenses **World Album** y **World Digital Song Sales** de **Billboard**. De esta manera fomentando que a nivel mundial se conozca sobre el K-pop.

FICHA DE OBSERVACIÓN ESTRUCTURA DE LAS SECCIONES

Edición 92 – Abril del 2019

Sección Especial



Categoría 3: Estructura

Subcategoría 1: Titular de la página interior

Función comunicativa	Expresivo	Apelativo	Temático	Informativo
Núcleo	Twice			
Verbo	-			
Tiempo verbal	Presente		Pasado	Futuro
Adyacente	-			
Tipo de grado del adjetivo	-			

Subcategoría 2: Lead

Quién	Qué	Cómo	Cuándo	Dónde	Por qué
Twice	Acumuló más de 30 premios	-	el 2016	Golden Disk Award, Korea Cable Tv, y Melon Music Award	-

Subcategoría 3: Cuerpo de desarrollo

Idea central	Idea secundaria
Es el grupo femenino con más ventas superando a SNSD y SES	Su último mini álbum logró vender 151 mil copias en la primera semana de lanzamiento
Antecedentes de la idea central	En el 2016 acumularon más de 30 premios

Interpretación: El apartado “curiosidades” nos muestra como las agencias de entretenimiento incorporan miembros extranjeras, en este caso japonesas (Mina, Sana y Momo) para internacionalizar el K-pop en distintos mercados.

DORAMA
드라마

Choi Joon Woo es un chico de 18 años que frecuentemente se asía de los demás, ya que siempre ha estado solo y no sabe cómo expresar sus emociones. Sin embargo, en el fondo guarda un lado terno que pronto saldrá a la luz, a partir de que se transfiera de escuela.

Yoo Soo sin a pesar de ser considerada como una de las mejores estudiantes, se encuentra contrariada por su madre, y es por esto que, ella sueña con ser independiente. Es a partir de que conoce a Choi Joon Woo, donde su vida comenzará a cambiar. Mientras tanto, Ma Whi Youn, estudiante que parece perfecto, encierra en su interior un complejo de inferioridad. A pesar de actuar como una persona fuerte, en realidad es un chico tímido de 18 años pero que cambiará al conocer a Choi Joon Woo.

Curiosidades

- La primera lectura del guion comenzó en abril de 2017.
- El 30 de julio, el drama coreano registra, hasta el momento, su rating más alto.
- El actor Ong Seong Wu tiene cierta similitud con el actor estadounidense Dylan O'Brien, por lo cual algunos fanáticos lo han apodado "Ong O'Brien".
- Kim Hyang Gi es la única actriz del reparto principal que tiene 18 años.
- Antes de lanzarse como actor, Shin Seung Debuo como modelo en la semana de la moda de Seoul de 2016.
- Moment of eighteen, es el segundo drama dirigido el director Sim Na Yeon.

Choi Joon Woo
como por Ong Seong Wu

Yoo Soo Min
como por Kim Hyang Gi

Ma Whi Youn
como por Shin Seung Ho

Ch Han Myul
como Kang Ki Young

la delgada línea entre seguir siendo adolescente y convertirse en un adulto aparece al momento de cumplir 18 años. Es de esta manera que el director Sim Na Yeon nos muestra en este drama que, quizás, no somos los únicos que pasamos por este confuso y revelador proceso de cambio.

Moment of Eighteen

10

FICHA DE OBSERVACIÓN DEL CONTENIDO DE LAS SECCIONES

Edición 92 – Abril del 2019

Sección
Doramas



Categoría 2: Contenido

Subcategoría 1: Criterio de noticiabilidad

Clasificación	Novedad	Continuidad	Gravedad		Proximidad		Magnitud
			Afectación directa	Afectación indirecta	Localidad	Extranjero	

Subcategoría 2: Tipo de lenguaje

Tipos	Culto	Coloquial	Vulgar

Subcategoría 3: Cobertura

Ubicación de la información	Portada	Contraportada	Página par	Página impar	Página central
Extensión de la información	2 páginas	1 página	½ pág	¼ pág	1/8 pág.
Intencionalidad	Informar	Fiscalizar/denunciar	Educar	Orientar	Entretener

Subcategoría 4: Fuentes de información

Directa	Indirecta	Externa

Interpretación: El uso de las imágenes mostrando escenas escolares, puede motivar a los lectores en ver la serie ya que el público al que va dirigido la revista es juvenil.

FICHA DE OBSERVACIÓN ESTRUCTURA DE LAS SECCIONES

Edición 92 – Abril del 2019

Sección
Doramas



Categoría 3: Estructura

Subcategoría 1: Titular de la página interior

Función comunicativa	Expresivo	Apelativo	Temático	Informativo
Núcleo	Moment of Eighteen*			
Verbo	-			
Tiempo verbal	Presente		Pasado	Futuro
Adyacente	-			
Tipo de grado del adjetivo	-			

Subcategoría 2: Lead

Quién	Que	Cómo	Cuándo	Dónde	Por qué
La delgada línea adulta	de ser un adolescente y convertirse en un adulto aparece	-	al momento de cumplir 18 años	-	-

Subcategoría 3: Cuerpo de desarrollo

Idea central	Idea secundaria
Choi Joon Woo, es un chico de 18 años que se aísla de los demás.	Joon Woo tiene un lado tierno que sale a luz al momento de transferirse
Antecedentes de la idea central	Choi Joon Woo siempre ha estado solo

Interpretación: El lead puede llegar a generar identificación con los jóvenes, ya que toca el tema del tránsito hacia la adultez.

*es el nombre del drama, por ende no se puede analizar

REVISTA MENSUAL

Año VII Edición N° 93
Precio: S/ 3.00
7 학년 제 93 학년
가격: S/ 3.00

NOTICIAS

G-DRAGON
영티옹 슈퍼

TAEYONG'S SUPER M
태영 슈퍼 M

WELCOME 2 LIFE
환영합니다 2 생영

Revista Asian World
@revistaasianworld
asian.world.pe

Asian World

ESPECIAL:
MAMA 2019
SOLO LOS MEJORES ESTAN NOMINADOS

SORTEO
¿QUIERES GANARTE UNO LINDOS PELUCHES?
¡Dale like a nuestra Fanpage y sigue las instrucciones del concurso!

NOTICIAS:
MTV EMA 2019
4 SUPER POSTERS

ASIAN WORLD FEST
CUPON DE DESCUENTO Pag.4

ADEMÁS: G-DRAGON
- LUNA F(x) - SUPER JUNIOR -
FANFIC - CLUB DE FANS - IU - TXT
ANIME: DORORO - CANCIÓN
K-POP Y MUCHO MÁS...

TXT
SUPER M
NU'EST
BTS

FICHA DE OBSERVACIÓN – PORTADA

Edición 93 – Mayo del 2019



Categoría 1: Portada

Subcategoría 1: Titular

Modo de titulación	Expresivo			Informativo		
Estructura vinculada	Antetítulo			Subtítulo		
	Si	No		Si	No	
Figura retórica	Metáfora	Sinécdoque	Metonimia	Hipérbole	Prosopopeya	

Subcategoría 2: fotografía

Tipo	Simple			Compleja			
Criterios	Estática			Dinámica			
Descripción del motivo fotográfico/ de la ilustración	College de Ye Ji de Itzy, Ji min de BTS, Momo de Twice y Jackson de GOT7						
Protagonistas	G-FRIEND						
Plano	General	Americano	Medio	Medio-corto	Primer plano	Primerísimo primer plano	Detalle
Leyenda	Con leyenda				Sin leyenda		

Subcategoría 3: Logotipo

Variaciones	Color			Tamaño			
	Si	No		Si	No		

Interpretación: La portada de la edición 93 de la Revista Asian World continúa priorizando el componente K-pop, a través de artistas relevantes de distintos grupos. El subtítulo refiere que los idols de la portada son los mejores del K-pop.

COMENZÓ LA GUERRA DE LAS VOTACIONES

Bts, exo, twice y txt se encuentran como los más votados








Se dio a conocer la lista de nominados a los Mnet Asian Music Awards, más conocidos como los MAMA's, una de las premiaciones más importantes del año entorno al Kpop. Entre los artistas más sonados están los fabulosos chicos de BTS que cosechan triunfos consecutivamente en el extranjero, EXO que aún sin tener un álbum logran seguir en la cima, TXT como uno de los vocados a llevarse el premio de "Rookie del año" y las imponentes chicas de Twice que nos han dejado encantados con Feel Special.

La premiación será el 4 de diciembre en el estadio de Nagoya, Japón, y hasta la fecha tiene más de 80 millones de votos registrados ¡Toda una locura!

Es más, la competencia no es solo a través del portal de Mnet sino que las redes sociales influyen mucho en esto, por ende, se está viendo la coordinación de los fans y la masividad de Tweets que entran en el conteo.

¿Cuáles son los criterios de clasificación?

Muchos se preguntan cómo hicieron los grupos para ganar un MAMA, aquí te explicamos las reglas que ha impuesto Mnet para que el conteo sea lo más transparente posible.

- ✓ Los premios a Artista del Año y Mejor artista se contarán con el 30% de votos oficiales (en la web), 30% votación de los jueces, 20% dependen de las ventas digitales y el otro 20% de las ventas físicas.
- ✓ Los premios a la Canción del Año y otras categorías relacionadas a géneros de canciones se analizan con el 20% de votos oficiales, el 40% lo ven los jueces, 30% en ventas digitales y 10% ventas físicas.
- ✓ En cuanto al álbum del año es distinto, el 40% lo ven los jueces y el 60% es el conteo de las ventas físicas.
- ✓ Para la categoría "Ícono Mundial" "Fans del mundo" se cuentan a partir del 50% de votos oficiales, las redes sociales influyen mucho aquí pues se toma en cuenta el 20% y el otro 20% es para las vistas de videos musicales.
- ✓ La forma de calificación de la categoría "Mejor video" se divide en dos: el 70% por el panel de jueces y el 30% según las reproducciones de los videos oficiales.
- ✓ Las canciones nominadas deben haber sido lanzadas entre el 1 de noviembre del año pasado hasta el 23 de octubre de este año.

A continuación conoce los nominados a las categorías más asociadas Mnet Asian Music Awards 2019:

Mejor Nuevo Artista Masculino:
ATEEZ, ATEEZ, Kang Daniel, Kim Jae Hwan, TXT y XI

Mejor Nueva Artista Femenina:
BYNDIT, Cherry Bullet, EVERGLOW, ITZY, Jeon Somi, Rocket Punch

Mejor Artista Masculino:
Baekhyun, Park Hyo Shin, Paul Kim, Song Mino y Taemin

Mejor Artista Femenina:
Chungha, Heize, Hwasa, Jennie y Taeyeon

Mejor Grupo Masculino:
BTS, EXO, GOT7, MONSTA X, NCT 127 y SEVENTEEN

Mejor Grupo Femenino: BLACKPINK, GFRIEND, IZ*ONE, MAMAMOO, Red Velvet y TWICE

Si quieres conocer las categorías completas y votar ingresa a <http://mama.mnet.com>. La votación está abierta desde el 24 de octubre a las 6 p.m. hasta el 3 de diciembre a las 11:59 p.m. (hora coreana)




FICHA DE OBSERVACIÓN DEL CONTENIDO DE LAS SECCIONES

Edición 93 – Mayo del 2019

Sección Especial



Categoría 2: Contenido

Subcategoría 1: Criterio de noticiabilidad

Clasificación	Novedad	Continuidad	Gravedad		Proximidad		Magnitud
			Afectación directa	Afectación indirecta	Localidad	Extranjero	

Subcategoría 2: Tipo de lenguaje

Tipos	Culto	Coloquial	Vulgar
-------	-------	-----------	--------

Subcategoría 3: Cobertura

Ubicación de la información	Portada	Contraportada	Página par	Página impar	Página central
Extensión de la información	2 páginas	1 página	½ pág	¼ pág	1/8 pág.
Intencionalidad	Informar	Fiscalizar/denunciar	Educar	Orientar	Entretener

Subcategoría 4: Fuentes de información

Directa	Indirecta	Externa
---------	-----------	---------

Interpretación: El despliegue de la noticia solo abarca una página. Cumple con informar sobre donde conocer las categorías de la premiación y como es seleccionado cada ganador.

FICHA DE OBSERVACIÓN ESTRUCTURA DE LAS SECCIONES

Edición 93 – Mayo del 2019

Sección Especial



Categoría 3: Estructura

Subcategoría 1: Titular de la página interior

Función comunicativa	Expresivo	Apelativo	Temático	Informativo
Núcleo	guerra			
Verbo	comenzó			
Tiempo verbal	Presente	Pasado		Futuro
Adyacente	votaciones			
Tipo de grado del adjetivo	-			

Subcategoría 2: Lead

Quién	Qué	Cómo	Cuándo	Dónde	Por qué
a los Mnet Asian Music Awards	Se dio a conocer la lista de nominados	-	-	-	-

Subcategoría 3: Cuerpo de desarrollo

Idea central	Idea secundaria
Los nominados de los MAMA's	Los artistas más sonados son BTS, EXO, TXT y Twice
Antecedentes de la idea central	

Interpretación: A través del componente K-pop, muestran como la expansión del Hallyu se ha extendido hasta Japón como sede de premiaciones musicales surcoreanas.

DORAMA
도라마

CURIOSIDADES:

- ▶ Contiene 32 capítulos
- ▶ Protagonizado por Rain, uno de los artistas más reconocidos en Corea que además actuó en el muy popular K-drama "Full house"
- ▶ La dirección es de Keun Hong Kim ("Make a Woman Cry", 2015) y el guión es de Yoo Hee Gyeong ("Beating Again", 2015).
- ▶ Kwak Si Yang, quien interpreta a Goo Dong Taek en el kdrama, se accidentó en una escena de acción y tuvieron que llevarle a un hospital cercano pues presentaba una hemorragia nasal.

ARGUMENTO

¿Te imaginas vivir en un mundo alternativo? Pues esta es una de esas historias. Lee Jae Sang es un abogado egoísta y frío, él y Ra Shi On se conocieron hace 12 años, viven ambos vidas totalmente distintas y sus caminos solo se cruzan para generar malentendidos y riñas. Los dos se van a involucrar en la desaparición de una empleada de una gran empresa, cuya presidenta comete delitos sin medir consecuencias pues el abogado le ayuda a salir impune de cualquier acusación.

Sin embargo, Ra Shi On no puede estar tranquila y discute con Lee Jae Sang, este sabe que lo que está haciendo está mal así que quiere actuar para bien y cuando está a punto de entregar a su cliente, un accidente lo hace despertar en un mundo diferente en donde él ahora tiene el poder de castigar a las personas malas pues es un fiscal.

RAIN
como Lee Jae Sang

IM JI YUN
como Ra Shi On

KWAK SI YANG
como Goo Dong Taek

SON BYUNG HO
como Jang Do Sik

LEE SOO AH
como Lee Bo Na

WELCOME 2 Life

17

FICHA DE OBSERVACIÓN DEL CONTENIDO DE LAS SECCIONES

Edición 93 – Mayo del 2019

Sección
Doramas



Categoría 2: Contenido

Subcategoría 1: Criterio de noticiabilidad

Clasificación	Novedad	Continuidad	Gravedad		Proximidad		Magnitud
			Afectación directa	Afectación indirecta	Localidad	Extranjero	

Subcategoría 2: Tipo de lenguaje

Tipos	Culto	Coloquial	Vulgar

Subcategoría 3: Cobertura

Ubicación de la información	Portada	Contraportada	Página par	Página impar	Página central
Extensión de la información	2 páginas	1 página	½ pág	¼ pág	1/8 pág.
Intencionalidad	Informar	Fiscalizar/denunciar	Educar	Orientar	Entretener

Subcategoría 4: Fuentes de información

Directa	Indirecta	Externa

Interpretación: El apartado “datos curiosos” motiva a los lectores en saber más del drama, por consiguiente, se fomenta el Hallyu, bajo el componente K-dramas. El uso del lenguaje coloquial va de acorde al público dirigido que son jóvenes, haciendo más digerible el contenido.

FICHA DE OBSERVACIÓN ESTRUCTURA DE LAS SECCIONES

Edición 93 – Mayo del 2019

Sección
Doramas



Categoría 3: Estructura

Subcategoría 1: Titular de la página interior

Función comunicativa	Expresivo	Apelativo	Temático	Informativo
Núcleo	Welcome 2 life*			
Verbo	No contiene			
Tiempo verbal	Presente	Pasado		Futuro
Adyacente	No contiene			
Tipo de grado del adjetivo	No contiene			

Subcategoría 2: Lead

Quién	Que	Cómo	Cuándo	Dónde	Por qué

Subcategoría 3: Cuerpo de desarrollo

Idea central	Idea secundaria
Lee Jae Sang, y Ra Shi On se encuentran involucrados en la desaparición de una empleada	Ellos viven vidas totalmente distintas
Antecedentes de la idea central	

Interpretación: A través de las imágenes se puede promover el componente K-drama, ya que podría resultar interesante para algunos lectores.

*es el nombre del dorama, por ende no se puede analizar

REVISTA DIGITAL MENSUAL

 Revista Asian World
@revistaasianworld

 asian.world.pe





BLACKPINK

EL LANZAMIENTO DE SU ALBÚM COMPLETO

GRATIS
AHORA PUEDES
DESCARGAR EN
<https://asianworld.zonajoven.pe>
FOTOS EXCLUSIVAS
DE TU IDOLS
FONDOS DE PANTALLA
& WALLPAPER

ESPECIAL:
TAEYEON
regresa con "HAPPY"

LO ÚLTIMO EN:



JUNGHOOK UN ICONO DE LA MODA



SERIE: MYSTIC POP-UP



ESPECIAL TWICE



TEST: ¿ERES ALFA, BETA U OMEGA?

FICHA DE OBSERVACIÓN – PORTADA

Edición 105 – Mayo del 2020



Categoría 1: Portada

Subcategoría 1: Titular

Modo de titulación	Expresivo			Informativo		
Estructura vinculada	Antetítulo			Subtítulo		
	Si	No		Si	No	
Figura retórica	Metáfora	Sinédoque	Metonimia	Hipérbole	Prosopopeya	

Subcategoría 2: fotografía

Tipo	Simple			Compleja			
Criterios	Estática			Dinámica			
Descripción del motivo fotográfico/ de la ilustración	El grupo BlackPink en una sesión fotográfica probablemente de una compañía telefónica						
Protagonistas	G-FRIEND						
Plano	General	Americano	Medio	Medio-corto	Primer plano	Primerísimo primer plano	Detalle
Leyenda	Con leyenda				Sin leyenda		

Subcategoría 3: Logotipo

Variaciones	Color			Tamaño			
	Si	No		Si	No		

Interpretación: La portada de la edición 105 de la Revista Asian World prioriza el tema de la cultura popular surcoreana con personajes que resultan mediáticos para los jóvenes, como lo es BlackPink. Así mismo el titular destaca información relacionada al regreso del grupo femenino con un nuevo álbum.

Después del lanzamiento y romper récords con "Kill This Love" en el 2019, las 4 chicas del grupo BLACKPINK ya tienen su comeback confirmado según su agencia YG Entertainment, quienes dijeron: "BLACKPINK está programado para regresar en junio. Una vez que se haya finalizado la fecha exacta, primero compartiremos oficialmente las noticias con los fanáticos".

Por otro lado, el 17 de mayo se informó a los BLINK'S que las chicas de BLACKPINK terminaron de grabar la primera canción de 10 canciones que componen su próximo álbum completo. Además, su tan esperado regreso estará lleno de colaboraciones de artistas internacionales. La primera canción será lanzado en junio y el álbum será lanzado para septiembre. ¡Ya queremos escuchar las nuevas canciones!

¿POR QUÉ BLINK?
BLINK es la combinación de BLACKPINK, que a su vez en inglés significa "destello". Y es así como ellas ven a sus BLINK'S, como un destello que siempre verán en su camino.

CURIOSIDADES
▲ Al comienzo el nombre del grupo iba hacer "PINKPUNK" pero lo cambiaron a BLACKPINK.
▲ La agencia de YG ENTERTAINMENT llevaba anunciando el nuevo grupo de chicas desde el 2012.
▲ BLACKPINK es el único grupo que no tiene líder (por decisión de la misma banda)
▲ Son el primer grupo de chicas de kpop que lograron ser #1 en iTunes Worldwide Albums Charts.
▲ En el 2017 fueron elegidas embajadoras del aeropuerto de Incheon.
▲ Realizaron una colaboración con Dior Japan, donde cada integrante del grupo saca su propio labial.
▲ Seo Hyun Seung, el director del MV "BOOMBAYAH", quien también dirigió los videos de "I Am The Best" de 2NE1 y

"Fantastic Baby" de BIGBANG.
▲ En el 2019 fueron nominadas para los premios "Nickelodeon Kid's Choice Awards 2019" en la categoría "estrella de música mundial favorita".
▲ Son el primer grupo femenino de kpop en salir en la portada de la revista Billboard.
▲ La canción "DDU-DU DDU-DU" superó el billón de visualizaciones en youtube.
▲ Tienen su propio MONOPOLY edición especial.
▲ Han realizado colaboraciones con Dua Lipa, Lady Gaga, Ariana Grande y Dj Snake.

DATOS DE LA BANDA
Género: Kpop, Hip Hop y R&B
País de origen: Corea del Sur
Debut: 8 de agosto del 2016
Club de fans oficial: BLINK
Color oficial: Rosa
Agencia: YG Entertainment

El regreso de BLACKPINK

Revista Asan World <https://asanworld.zonajoven.pe> <https://asanworld.zonajoven.pe> Revista Asan World 17

FICHA DE OBSERVACIÓN DEL CONTENIDO DE LAS SECCIONES

Edición 105 – Mayo del 2020

Sección
Especial



Categoría 2: Contenido

Subcategoría 1: Criterio de noticiabilidad

Clasificación	Novedad	Continuidad	Gravedad		Proximidad		Magnitud
			Afectación directa	Afectación indirecta	Localidad	Extranjero	

Subcategoría 2: Tipo de lenguaje

Tipos	Culto	Coloquial	Vulgar
-------	-------	-----------	--------

Subcategoría 3: Cobertura

Ubicación de la información	Portada	Contraportada	Página par	Página impar	Página central
Extensión de la información	2 páginas	1 página	½ pág	¼ pág	1/8 pág.
Intencionalidad	Informar	Fiscalizar/denunciar	Educar	Orientar	Entretener

Subcategoría 4: Fuentes de información

Directa	Indirecta	Externa
---------	-----------	---------

Interpretación: El apartado “curiosidades” informa sobre los logros de las chicas, como llegar a ser portada de la revista estadounidense *Billboard*, y su nominación a los premios “Nickelodean Kid’s Choice Awards 2019” haciendo referencia a la internacionalización del K-pop.

FICHA DE OBSERVACIÓN ESTRUCTURA DE LAS SECCIONES

Edición 105 – Mayo del 2020

Sección
Especial



Categoría 3: Estructura

Subcategoría 1: Titular de la página interior

Función comunicativa	Expresivo	Apelativo	Temático	Informativo
Núcleo	BlackPink			
Verbo	regreso			
Tiempo verbal	Presente	Pasado	Futuro	
Adyacente	-			
Tipo de grado del adjetivo	-			

Subcategoría 2: Lead

Quién	Qué	Cómo	Cuándo	Dónde	Por qué
BlackPink	tiene comeback confirmado	según YG Entertainment	-	-	-

Subcategoría 3: Cuerpo de desarrollo

Idea central	Idea secundaria
El regreso de BlackPink con un álbum	El álbum contará con 10 canciones
Antecedentes de la idea central	Rompieron records con "Kill this Love" en 2019

Interpretación: El cuerpo de desarrollo, nos indica como BlackPink incluirá canciones con artistas internacionales, mostrando así el protagonismo del K-pop a nivel mundial.

DORAMA 드라마

Wind, Clouds and Rain

ARGUMENTO
La historia cuenta sobre Choi Chun-Jaong, un gran lector de rostros. Nació en una familia respetada y prestigiosa, lamentablemente toda su familia fue asesinada. Con el pasar de los tiempos se volvió la persona más poderosa de Joseon. Por otro lado, es consciente del destino de la nación de Joseon y trata de cambiarlo junto a su amada.

Lee Bong-Ryeon es una bella princesa e hija del rey Cheoljong. Ella nació con una habilidad especial que hace que mire el destino de las personas. Su habilidad es una bendición y al mismo tiempo una maldición, porque no siempre es bueno saber el destino de todas las personas que quieres o conoces. Sin embargo, Lee Bong-Ryeon conoce a Choi Chun-Jaong y trata de cambiar el destino de Joseon.

CURIOSIDADES:

- El drama está basada en la novela "Saramgwa Gooreungwa Bi" de Lee Byung Joo.
- La historia es una mezcla de personajes de ficción sobre la novela y personaje históricos reales.
- Al principio se le ofreció el papel principal al actor Song Seung Hun, pero nunca se concretó.
- La actriz Go Sung Hee, también participó en otras series como "My Heo Love", "Miss Ma, Goddess Of Revenge", "Suits" y entre otro más.
- El actor Park Shi Hoo, participó en otras series famosas como "Babel", "Lovely Horribly", "My Golden Life" y entre otro más.

El drama cuenta la historia de la era final de Joseon, la serie que sigue y da vida al mejor adivino y visionista Choi Cheon Jaong, quien trata de construir una nación ideal junto a Hwang Bong Ryeon, una princesa con un don especial. El drama está producido por la cadena TV Chosun, dirigido por el director Yoon Sangja Hoo y escrito por Bong Ji Young.

Go Sung Hee
como Hwang Bong Ryeon

Park Shi Hoo
como Choi Cheon Jaong

FICHA DE OBSERVACIÓN DEL CONTENIDO DE LAS SECCIONES

Edición 105 – Mayo del 2020

Sección
Doramas

DORAMA
드라마

Wind, Clouds and Rain

ARGUMENTO
La historia cuenta sobre Choi Chun-Jong, un gran lector de libros. Nació en una familia respetada y prestigiosa, lamentablemente todo se acaba por asesinato. Con pocas más poderosas de Joseon. Por otro lado, es conocido el destino de la nación de Joseon y todo de cambio junto a su amada.

Lee Bong-Ryeon es una bella princesa e hija del rey Cheoljong. Ella nació con una habilidad especial que hace que mira el destino de las personas. Su habilidad es una predicción, porque no siempre es bueno saber el destino de todas las personas que pasan o caen. Sin embargo, Lee Bong-Ryeon conoce a Choi Chun-Jong y trata de cambiar el destino de Joseon.

El drama cuenta la historia de la era final de Joseon, la serie que sigue y da vida al mejor, salvino y misterioso Choi Cheon Jong, quien trata de controlar una nación ideal junto a Hwang Bong Ryeon, una princesa con un don especial. El drama está producido por la cadena Y Channel, dirigido por el director Yoon Sang-ho y escrito por Bang Yoon-ho.

CURIOSIDADES:
El drama está basado en la novela "Saengmyeol" de Lee Ryung Joo. La historia es una mezcla de ficción y personajes históricos reales. El personaje de la princesa es interpretado por el actor Song Seung-hyun, pero nunca es coronado. Su actriz Go Song Hee, también participó en otras series como "My Love" y "My Golden Life". El actor Park Shi Hoo, participó en otras series como "Lovely Horribly", "My Golden Life" y "Love My Way".



Categoría 2: Contenido

Subcategoría 1: Criterio de noticiabilidad

Clasificación	Novedad	Continuidad	Gravedad		Proximidad		Magnitud
			Afectación directa	Afectación indirecta	Localidad	Extranjero	

Subcategoría 2: Tipo de lenguaje

Tipos	Culto	Coloquial	Vulgar

Subcategoría 3: Cobertura

Ubicación de la información	Portada	Contraportada	Página par	Página impar	Página central
Extensión de la información	2 páginas	1 página	½ pág	¼ pág	1/8 pág.
Intencionalidad	Informar	Fiscalizar/denunciar	Educar	Orientar	Entretener

Subcategoría 4: Fuentes de información

Directa	Indirecta	Externa

Interpretación: El apartado “datos curiosos” motiva a los lectores en saber más del drama, por consiguiente, se fomenta el Hallyu, bajo el componente K-dramas. El uso del lenguaje coloquial va de acorde al público dirigido que son jóvenes.

FICHA DE OBSERVACIÓN ESTRUCTURA DE LAS SECCIONES

Edición 105 – Mayo del 2020

Sección
Doramas



Categoría 3: Estructura

Subcategoría 1: Titular de la página interior

Función comunicativa	Expresivo	Apelativo	Temático	Informativo
Núcleo	Wind, Clouds and Rain*			
Verbo	No contiene			
Tiempo verbal	Presente		Pasado	Futuro
Adyacente	No contiene			
Tipo de grado del adjetivo	No contiene			

Subcategoría 2: Lead

Quién	Que	Cómo	Cuándo	Dónde	Por qué
El drama	cuenta la historia de la era final de Joseon	dando vida al adivino y fisionomista Choi Cheon Joong	-	producido por la cadena TV Chosun	-

Subcategoría 3: Cuerpo de desarrollo

Idea central	Idea secundaria
Chi Chun Joong quiere cambiar el destino de Joseon	Lee Boong Ryen tiene la habilidad de mirar el destino de las personas, por ello ayudará a Chun Joong
Antecedentes de la idea central	Con el paso del tiempo Chun Joong se volvió en la persona más poderosa de Joseon

Interpretación: La sección muestra fotografías de trajes tradicionales surcoreanos, que puede fomentar el tema de la cultura a través de la vestimenta.

*es el nombre del drama, por ende no se puede analizar

Edición 109 – Septiembre 2020

Portada

REVISTA DIGITAL MENSUAL

Revista Asian World @revistaasianworld asian.world.pe

Asian World

D&E
Maduros y solitarios

ESPECIAL: BTS
LA SUPERPOPULAR BANDA DE K-POP

LO ÚLTIMO EN:

BLACKPINK, EL FENÓMENO DEL K-POP

DRAMA: Do Do Sol Sol La La Sol

TEST: ¿LAS PERSONAS SE ALEJAN O SE ENAMORAN DE TI?

LOS ESCANDALOS DEL KPOP

The cover features a large background image of a young man in a dark turtleneck and purple overalls on the left, and another young man in a white t-shirt on the right. In the center, there is a collage of the seven members of the K-pop group BTS. At the bottom, there are four smaller preview images for other articles: Blackpink, a drama scene, a couple, and a close-up of a K-pop idol.

FICHA DE OBSERVACIÓN – PORTADA

Edición 109 – Septiembre del 2020



Categoría 1: Portada

Subcategoría 1: Titular

Modo de titulación	Expresivo			Informativo		
Estructura vinculada	Antetítulo			Subtítulo		
	Si	No		Si	No	
Figura retórica	Metáfora	Sinécdoque	Metonimia	Hipérbole	Prosopopeya	

Subcategoría 2: fotografía

Tipo	Simple			Compleja			
Criterios	Estática			Dinámica			
Descripción del motivo fotográfico/ de la ilustración	Los integrantes Donghae y Eunhyuk en una sesión fotográfica.						
Protagonistas	Donghae y Eunhyuk						
Plano	General	Americano	Medio	Medio-corto	Primer plano	Primerísimo primer plano	Detalle
Leyenda	Con leyenda			Sin leyenda			

Subcategoría 3: Logotipo

Variaciones	Color			Tamaño			
	Si	No		Si	No		

Interpretación: La portada de la edición 109 de la Revista Asian World prioriza el componente K-pop, a través de los idols de Super Junior (Eunhyuk y Donghae). Además el antetítulo hace referencia a la edad de los artistas y su situación sentimental.

D&E

Maduros y solitarios

Super Junior D&E está lanzando su cuarto mini álbum "BAD BLOOD" en una versión especial con nuevas pistas. Los cantantes Donghae y Eunhyuk regresaron con una imagen mucho más carismática y tentadora, esta vez volvieron su mini álbum "Bad Blood" que fue estrenado el 3 de septiembre y por ahora se encuentran promocionando la canción "B.A.D.". El 14 de septiembre publicaron una imagen teaser para el álbum especial que será liberado el 28 de septiembre a las 6 p.m, en la imagen podemos ver dos manos frente a un fondo oscuro con un remolino de humo entre ellas. Parece ser una continuación del concepto poderoso y audaz de "BAD BLOOD", donde incluirán dos pistas nuevas además de las cinco pistas del álbum original "BAD BLOOD".

En: so. Asin. World

https://www.instagram.com/superjunior_d&e

FICHA DE OBSERVACIÓN DEL CONTENIDO DE LAS SECCIONES

Edición 109 – Septiembre del 2020

Sección
Especial



Categoría 2: Contenido

Subcategoría 1: Criterio de noticiabilidad

Clasificación	Novedad	Continuidad	Gravedad		Proximidad		Magnitud
			Afectación directa	Afectación indirecta	Localidad	Extranjero	

Subcategoría 2: Tipo de lenguaje

Tipos	Culto	Coloquial	Vulgar
-------	-------	-----------	--------

Subcategoría 3: Cobertura

Ubicación de la información	Portada	Contraportada	Página par	Página impar	Página central
Extensión de la información	2 páginas	1 página	½ pág	¼ pág	1/8 pág.
Intencionalidad	Informar	Fiscalizar/denunciar	Educar	Orientar	Entretener

Subcategoría 4: Fuentes de información

Directa	Indirecta	Externa
---------	-----------	---------

Interpretación: La sección muestra fotografías de los idols, lo cual puede generar interés en lo jóvenes por conocer más del K-pop en general.

FICHA DE OBSERVACIÓN ESTRUCTURA DE LAS SECCIONES

Edición 109 – Septiembre del 2020

Sección Especial



Categoría 3: Estructura

Subcategoría 1: Titular de la página interior

Función comunicativa	Expresivo	Apelativo	Temático	Informativo
Núcleo	D&E			
Verbo	-			
Tiempo verbal	Presente	Pasado		Futuro
Adyacente	Maduros y Solitarios			
Tipo de grado del adjetivo	Calificativo			

Subcategoría 2: Lead

Quién	Qué	Cómo	Cuándo	Dónde	Por qué
Super Junio D&E	está lanzando su cuarto mini álbum "BAD BLOOD"	una versión especial con nuevas canciones	-	-	-

Subcategoría 3: Cuerpo de desarrollo

Idea central	Idea secundaria
D&E lanzarán su cuarto mini álbum	Incluirá dos canciones nuevas
Antecedentes de la idea central	El concepto guarda relación con el álbum "BAD LIAR"

Interpretación: A través del cuerpo de desarrollo se relaciona el mini álbum "BAD BLOOD" y el álbum "BAD LIAR" como conceptos similares que utilizan los idols.

D
O
R
A
M
A

D
O
D
O
S
O
L
S
O
L
L
A
L
A
S
O
L

Es un drama de romance, comedia y musical, tiene como protagonistas a los actores Go A Ra y Lee Jae Wook. El drama Do Do Sol Sol La La Sol anunció que para este 30 de septiembre será la primera fecha de emisión de su primer capítulo en Corea del Sur, los días que se va emitir los capítulos son miércoles y jueves. El drama está dirigido por el reconocido director Kim Min Kyung y escrito por la guionista Oh Ji Young, quien escribió «Shopping King Louie». Do Do Sol Sol La La Sol tiene 16 capítulos.



SIWON
como Byun Hyuk



KANG SO RA
como Baek Joon



GONG MYUNG
como Kwon Je Hoon

Sinopsis:

Goo Ra Ra es un pianista. Ella tiene una personalidad brillante. Algo sucedió que la llevó a la bancarrota. Ella no tiene nada ahora y está frustrada con su situación.

A Sun Woo Joon no le importa lo que otras personas piensen de él, pero tiene un corazón cálido. Es de espíritu libre y no tiene un sueño u objetivo específico para su vida. Se gana la vida trabajando a tiempo parcial.

Goo Ra Ra y Sun Woo Joon se encuentran en la pequeña academia privada de piano LaLa Land en un pueblo rural.

CURIOSIDADES

- Los actores tuvieron su primera lectura del guión en mayo del 2020.
- Debido a la pandemia por el Covid 19 se tuvo que posponer el inicio del rodaje del drama, que fue planeado para el 26 de agosto. Recientemente el 01 de septiembre se reanuda las grabaciones.
- Los actores secundarios que participan en el drama dieron positivo a la prueba del Coronavirus son: Seo Sun Jong, Heo Dong Wong y Kim Won. Además del personal técnico que trabaja en la filmación.

Do Do Sol Sol La La Sol



FICHA DE OBSERVACIÓN DEL CONTENIDO DE LAS SECCIONES

Edición 109 – Septiembre del 2020

Sección
Doramas



Categoría 2: Contenido

Subcategoría 1: Criterio de noticiabilidad

Clasificación	Novedad	Continuidad	Gravedad		Proximidad		Magnitud
			Afectación directa	Afectación indirecta	Localidad	Extranjero	

Subcategoría 2: Tipo de lenguaje

Tipos	Culto	Coloquial	Vulgar
-------	-------	-----------	--------

Subcategoría 3: Cobertura

Ubicación de la información	Portada	Contraportada	Página par	Página impar	Página central
Extensión de la información	2 páginas	1 página	½ pág	¼ pág	1/8 pág.
Intencionalidad	Informar	Fiscalizar/denunciar	Educar	Orientar	Entretener

Subcategoría 4: Fuentes de información

Directa	Indirecta	Externa
---------	-----------	---------

Interpretación: El apartado “datos curiosos” motiva a los lectores en saber más del dorama, por consiguiente, se fomenta el Hallyu, bajo el componente K-dramas.

FICHA DE OBSERVACIÓN ESTRUCTURA DE LAS SECCIONES

Edición 109 – Septiembre del 2020

Sección
Doramas



Categoría 3: Estructura

Subcategoría 1: Titular de la página interior

Función comunicativa	Expresivo	Apelativo	Temático	Informativo
Núcleo	Do Do Sol Sol La La Sol*			
Verbo	-			
Tiempo verbal	Presente		Pasado	Futuro
Adyacente	-			
Tipo de grado del adjetivo	-			

Subcategoría 2: Lead

Quién	Que	Cómo	Cuándo	Dónde	Por qué
Go A Ra y Lee Jae Wook	son protagonistas	-	-	en un drama de romance, comedia y musical	-

Subcategoría 3: Cuerpo de desarrollo

Idea central	Idea secundaria
Go Ra Ra es una pianista que se encuentra en la bancarrota.	
Antecedentes de la idea central	

Interpretación: El collage de imágenes sobre el drama puede motivar a los lectores en ver la serie completa. Llegando así a promover el Hallyu .

*es el nombre del dorama, por ende no se puede analizar

Edición 110 – Octubre 2020

Portada

REVISTA DIGITAL EDICIÓN ESPECIAL

f Revista Asian World @revistaasianworld
@asian.world.pe



501

**Cinco estrellas
brillando
para siempre**

**ESPECIAL:
TAEYONG & SEOLHYUN**

LO ÚLTIMO EN:

- BOYBANDS VS GIRLBANDS
- LOS MEJORES DORAMAS
- TEST: ¿CUÁNTO CONOCES DE BOYS OVER FLOWERS?
- LOS ESCANDALOS DEL KPOP (2 PARTE)

FICHA DE OBSERVACIÓN – PORTADA

Edición 110 – Octubre del 2020



Categoría 1: Portada

Subcategoría 1: Titular

Modo de titulación	Expresivo			Informativo		
Estructura vinculada	Antetítulo			Subtítulo		
	Si	No		Si	No	
Figura retórica	Metáfora	Sinécdoque	Metonimia	Hipérbole	Prosopopeya	

Subcategoría 2: fotografía

Tipo	Simple			Compleja			
Criterios	Estática			Dinámica			
Descripción del motivo fotográfico/ de la ilustración	El grupo SS501 en una sesión fotográfica.						
Protagonistas	SS501						
Plano	General	Americano	Medio	Medio-corto	Primer plano	Primerísimo primer plano	Detalle
Leyenda	Con leyenda			Sin leyenda			

Subcategoría 3: Logotipo

Variaciones	Color			Tamaño			
	Si	No		Si	No		

Interpretación: La portada de la edición 110 de la Revista Asian World prioriza el componente K-pop, a través del emblemático grupo SS501. Asimismo, el subtítulo hace uso de la metáfora relacionando a los idols como estrellas.




DEBUT E INICIOS

SS501 (Double S Five Oh One) es una de las bandas más icónicas del kpop, conformada por: Kim Hyun Joong, Heo Young Saeng, Kim Kyu Jong, Park Jung Min y Kim Hyung Jun, quienes realizaron su debut en Corea el 08 de junio del 2005 con el single "Warning", con el cual consiguieron mucha popularidad y logrando el No. 1 al poco tiempo de su debut con la canción "Never Again" en M! Countdown. Así, con tan solo 1 año desde su debut, realizaron su primer concierto en Japón "Step Up Concert" en Osaka. En el año 2007, SS501 realizara en Japón con el single Kokoro consiguiendo entrar a los primeros puestos en el ranking más importante. Demostrando que no solo estaban conquistando Corea sino también Japón.

ÚLTIMOS AÑOS DE ACTIVIDAD

Los años 2008 y 2009 estuvieron llenos de actividades y éxitos para SS501, tanto en Corea como en el extranjero, pues habían llevado a cabo su primera gira de conciertos en Asia llamada "SS501 Asia Tour Persona" con la cual visitaron Taiwán, HongKong, Tailandia, China, Malasia, Singapur y Japón.

Para el año 2010, prepararon su regreso con el álbum "Destiny", con el cual obtuvieron los primeros lugares en Japón y Corea con la canción "Love Ya". Sin embargo las promociones del álbum no pudieron terminarse debido a la culminación del contrato de SS501 con DSP Media. A pesar de esto, y sin promoción del álbum en Taiwán, lograron posicionarse en el 1er puesto de los rankings principales de dicho país. Tuvieron su último miniconcierto de despedida, con 501 fans. Aclarando que no se estaba despidiendo, sino que esto era temporal (hiatus) y que serían 5 como 1 para siempre.

ACTUALIDAD: ¿COMEBACK?

En el año 2016, la sub-unidad de SS501 realizó comeback, sin embargo, por motivos legales, tuvieron que realizarlo con el nombre Double S 301. La canción "Pain" logró posicionarse en el 1ro. en "The Show". Así mismo, se promocionaron en Japón, realizando un comeback. Para 2017, Kim Hyung Jun tuvo que ingresar al servicio militar, las actividades como grupo se detuvieron nuevamente.

Actualmente todas las miembros de SS501 ya han culminado su servicio militar y se encuentran promocionando en sus

distintas facetas como artistas en solitario. Respecto a un futuro comeback, los miembros siempre mencionan que mantienen comunicación constante, sin embargo actualmente sus agendas no coinciden.

Este año se celebró el 15avo aniversario de SS501, y los miembros agradecieron a través de sus redes sociales a Triple S por todo su apoyo a lo largo de todo este tiempo.

Recientemente (en Octubre de 2020) SS501 logró posicionarse en los primeros lugares en tendencias de Naver y en el número 1 en la plataforma coreana de streaming "MelOn". Esto debido a la aparición de 2 de sus miembros (Kim Kyu Jong y Heo Young Saeng) bajo el nombre de SS501 en un concierto transmitido por el canal coreano SBS.

CURIOSIDADES:

- ✗ El nombre de la banda tiene un significado especial: la primera "S" significa "Super", la segunda "Star" y los números 5 0 1 significan "5 miembros unidos como 1 para siempre".
- ✗ En la edición número 21 de los prestigiosos Golden Disk Awards (2006), ganaron en tres categorías: "Disk Bonsang", "Newcomer Award" y "Popularity Award".
- ✗ En 2008 recibieron el "Premio Revelación" en los "Japan Gold Disk Awards", siendo los primeros artistas coreanos en recibir este premio.
- ✗ La sub-unidad Double S 301 apareció en el episodio 4 del popular programa "Boys over Flowers" interpretando "UR Man".
- ✗ En 2009, lanzaron el álbum "SS501 Solo Collection" en donde cada uno de los miembros presentaba una canción como solista.
- ✗ La subunidad Double S301 (Heo Young Saeng, Kim Kyu Jong y Kim Hyung Jun) realizó comeback en 01/2016 con "Pain" obteniendo un premio en SBS MTV The Show.
- ✗ SS501 compuso y dedicó una canción para sus fans (Triple S), la canción se llama Green Peas (Alverjitas) y es considerada el himno del fandom.



rompiendo las barreras del tiempo

FICHA DE OBSERVACIÓN DEL CONTENIDO DE LAS SECCIONES

Edición 110 – Octubre del 2020

Sección
Especial



Categoría 2: Contenido

Subcategoría 1: Criterio de noticiabilidad

Clasificación	Novedad	Continuidad	Gravedad		Proximidad		Magnitud
			Afectación directa	Afectación indirecta	Localidad	Extranjero	

Subcategoría 2: Tipo de lenguaje

Tipos	Culto	Coloquial	Vulgar
-------	-------	-----------	--------

Subcategoría 3: Cobertura

Ubicación de la información	Portada	Contraportada	Página par	Página impar	Página central
Extensión de la información	2 páginas	1 página	½ pág	¼ pág	1/8 pág.
Intencionalidad	Informar	Fiscalizar/denunciar	Educar	Orientar	Entretener

Subcategoría 4: Fuentes de información

Directa	Indirecta	Externa
---------	-----------	---------

Interpretación: El collage de imágenes sobre el grupo puede motivar a los lectores en saber más de los idols. Llegando así a promover el Hallyu, bajo el componente K-pop.

FICHA DE OBSERVACIÓN ESTRUCTURA DE LAS SECCIONES

Edición 110 – Octubre del 2020

Sección Especial



Categoría 3: Estructura

Subcategoría 1: Titular de la página interior

Función comunicativa	Expresivo	Apelativo	Temático	Informativo
Núcleo	SS501			
Verbo	rompiendo			
Tiempo verbal	Presente	Pasado		Futuro
Adyacente	las barreras			
Tipo de grado del adjetivo	-			

Subcategoría 2: Lead

Quién	Qué	Cómo	Cuándo	Dónde	Por qué
SS501	es una de las bandas icónicas del K-pop	-	el 8 de junio del 2005	en Corea	debutaron

Subcategoría 3: Cuerpo de desarrollo

Idea central	Idea secundaria
SS501 tiene una trayectoria amplia en el K-pop	A pesar de encontrarse en hiatus, los fans están pendientes sobre cada miembro
Antecedentes de la idea central	Después de un año del debut realizaron su primer concierto en Japón.

Interpretación: En el apartado “Debut e Inicios” se menciona como el grupo llegó a realizar su primer concierto en Japón. Además de lograr los primeros puestos de los charts japoneses con la canción “Kokoro”. Esta información demuestra que el K-pop, como componente del Hallyu, vienen extendiéndose desde hace tiempo a nivel internacional.

DORAMA
도라마

DORAMA PARA QUEDARSE EN CASA



¿Te has preguntado cuál ha sido el mejor dorama que has visto este año?

To the beautiful you

Una chica de secundaria hará todo para conocer y acercarse a un chico que. Pronto descubre que asiste a la secundaria en un colegio de varones, por lo que se corta el pelo y se hace pasar por un niño para ser admitida y así estar cerca de él. ¡Drama seguro!



Boys before flowers

Uno de los mayores éxitos del drama coreano está basado en el popular manga japonés del mismo nombre. Nos muestra la complejidad de las diferencias económicas, la familia, el amor y la amistad. Prepárate para el drama adictivo, el romance y la comedia.



Skip beat!

Gong Xi sacrifica todo en su vida para mantener a su novio, Bu Puo Shang, quien quiere ser cantante. A pesar de todo él la abandona para continuar con su carrera. Decide convertirse en una estrella para de él vengarse, y Dun He Lian, un agente de la agencia, la ayudara a alcanzar el éxito.



Playful kiss

Kim Hyun Joong nos deleitar con una historia llena de risas, amor y amistad, en donde una chica llamada Ha Ni intentara captar la atención del chico más inteligente, algo que no será tan difícil ya que por azares del destino terminarán viviendo bajo el mismo techo.



Pinocchio

Un noticiero con un chica que sufre de una condición conocida como "síndrome de Pinocho", un chico de memoria aguda, un rico heredero y una fangirl serán encargados de la cobertura de las noticias y hacer algo diferente. ¿Podrán lograrlo?



Heirs

Los chicos de la super élite llevan el peso del éxito en sus hombros; están siendo preparados como herederos para sus imperios empresariales, pero el conflicto del amor entre la clase alta y la baja hará de las suyas. ¿Sobrevivirá un romance entre mundos tan diferentes?



You're beautiful

Tae Kyung y On Yu están buscando un nuevo miembro para su grupo musical A.N.JELL. Go Mi Nam es el elegido pero sufre un "accidente". Así que Mi Nyu, su hermana gemela, entra en escena para suplantar a su hermano llevando al grupo a otro nivel.



FICHA DE OBSERVACIÓN DEL CONTENIDO DE LAS SECCIONES

Edición 110 – Octubre del 2020

Sección
Doramas

DORAMA PARA QUEDARSE EN CASA

¿Te has preguntado cuál ha sido el mejor drama que has visto este año?

To the beautiful you
Una chica de secundaria se hace para conocer y acercarse a un chico que pronto descubrirá que solo se encuentra en un colegio de vacaciones, por lo que se queda en su casa para pasar por un año para ser admitida y así estar cerca de él. (Drama romántico)

Skip Beat!
Como lo muestra todo en su vida para mantenerse a su nivel, su Puro Shuang, quien quiere que continúe la línea de la posición para continuar con su camino. Después convertirse en una estrella para de la siguiente, y con ella una gran cantidad de la siguiente, la aventura a alcanzar el éxito.

Playful kiss
Kim Hyun Joong, así desafiador con una hermosa chica de línea, amor y amistad, en donde una chica hermosa, Ha Ni, muestra contra la decisión del protagonista inteligente, algo que no será tan difícil ya que por detrás de ella se encuentra viviendo bajo el mismo techo.

Heirs
Los chicos de la super élite llevan el peso del éxito en sus hombros, están siendo preparados como herederos para así mismo, pero a veces, para ser herederos de ellos, es el que está a la cabeza de las leyes. (Sobrevenir un romance entre miembros tan diferentes)

Boys before flowers
Uno de los mejores actores del drama coreano más famoso de su país, el actor más japonés del mismo nombre, nos muestra la importancia de las diferencias económicas, la familia, el amor y la amistad. Prepárate para el drama atractivo, el romance y la comedia.

Pinguichu
Un noticiero con un chico que sufre de una condición cerebral como "síndrome del Protonio" un chico de nombre Pinguichu, con una hermosa chica Pinguichu se encargados de la cobertura de las noticias. (Aprender algo diferente. ¡Pónganle log-AR!)

You're beautiful
The Kyojo y On Yu están buscando un nuevo miembro para su grupo musical A.R.S.L.L. Go Yu para ser el próximo para ser un cantante. Así que Yu Yu, su hermana gemela, está en el escenario para suplantar a su hermano llevando al grupo a otro nivel.

Categoría 2: Contenido

Subcategoría 1: Criterio de noticiabilidad

Clasificación	Novedad	Continuidad	Gravedad		Proximidad		Magnitud
			Afectación directa	Afectación indirecta	Localidad	Extranjero	

Subcategoría 2: Tipo de lenguaje

Tipos	Culto	Coloquial	Vulgar
-------	-------	-----------	--------

Subcategoría 3: Cobertura

Ubicación de la información	Portada	Contraportada	Página par	Página impar	Página central
Extensión de la información	2 páginas	1 página	½ pág	¼ pág	1/8 pág.
Intencionalidad	Informar	Fiscalizar/denunciar	Educar	Orientar	Entretener

Subcategoría 4: Fuentes de información

Directa	Indirecta	Externa
---------	-----------	---------

Interpretación: Los doramas sugeridos en la sección tienen como protagonistas, en su mayoría, actores conocidos (Park Shin Hye, Lee Jong Suk, Lee Min Ho) y cantantes (Kim Hyun Joong), por ende puede causar interés en los lectores que quizás no han visto los dramas mencionados.

FICHA DE OBSERVACIÓN ESTRUCTURA DE LAS SECCIONES

Edición 110 – Octubre del 2020

Sección
Doramas

Categoría 3: Estructura

Subcategoría 1: Titular de la página interior

Función comunicativa	Expresivo	Apelativo	Temático	Informativo
Núcleo	Dorama			
Verbo	quedarse			
Tiempo verbal	Presente	Pasado	Futuro	
Adyacente	en casa			
Tipo de grado del adjetivo	-			

Subcategoría 2: Lead

Quién	Que	Cómo	Cuándo	Dónde	Por qué

Subcategoría 3: Cuerpo de desarrollo

Idea central	Idea secundaria
Ofrecer a los lectores una serie de doramas ante el contexto de no poder salir en la pandemia	
Antecedentes de la idea central	

Interpretación: La sección comparte una serie de doramas, con sinopsis cortas que pueden fomentar el interés en los jóvenes por la serie.