



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**Tratamiento Periodístico del K-pop en el Diario Digital El
Comercio, Junio 2022**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

AUTORAS:

Lizarbe Castro, Jackelinne Stefanny (orcid.org/0000-0002-2635-0012)

Vega Sulca, Anali Marisela (orcid.org/0000-0002-9466-9762)

ASESORA:

Mg. Pariona Benavides, Mariela Teresa (orcid.org/0000-0003-4279-0154)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Fortalecimiento de la democracia, liderazgo y ciudadanía

LIMA - PERÚ

2022

Dedicatoria

A nuestros padres y familiares por brindarnos su apoyo en cada paso que damos, dado que sin el esfuerzo que realizan ellos día a día no podríamos seguir nosotras firmes y dispuestas a cumplir nuestras metas.

Agradecimiento

En primer lugar, a Dios por darnos salud y vida cada día, en segundo lugar, a nosotras mismas por nunca rendirnos y haber hecho todo lo posible para cumplir esta meta, asimismo a nuestros padres por brindarnos amor y comprensión a lo largo de este proceso, y finalmente a nuestros grupos favoritos de K-pop, BTS, INFINITE y GOLDEN CHILD por motivarnos a llevar a cabo esta investigación.

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de gráficos	vi
Resumen.....	viii
Abstract.....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	6
III. METODOLOGÍA.....	15
3.1 Enfoque, tipo y diseño de Investigación.....	15
3.2 Categorías, subcategorías y matriz de categorización.....	16
3.3 Escenario de estudio	17
3.4 Participantes	18
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	19
3.6 Procedimientos	20
3.7 Rigor científico	20
3.8 Método de análisis de la información	21
3.9 Aspectos éticos	22
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	23
V. CONCLUSIONES	32
VI. RECOMENDACIONES.....	33
REFERENCIAS	34
ANEXOS	39

Índice de tablas

Tabla 1	18
Tabla 2	19
Tabla 3	21

Índice de gráficos

Gráfico 1	66
Gráfico 2	67
Gráfico 3	68
Gráfico 4	69

Índice de abreviaturas

K-POP	Korean popular music
CONCYTEC	Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica
SEO	Search Engine Optimization
BTS	Bangtan Sonyeondan

Resumen

En la actualidad el tratamiento periodístico se ha visto irrumpido por el surgimiento de nuevas temáticas como el K-pop que vienen a ser demandadas por el lector, donde los periodistas se ven en la obligación de abordar este tipo de información que antes eran desconocidos para ellos, conllevando a que muchas veces esta no sea abordada de manera adecuada; sin embargo, se cae en un dilema si este se mantiene con el propósito de informar o si su verdadera finalidad es solo abordar temas que aumenten el tráfico de red de su página web. El estudio tiene como objetivo principal analizar el tratamiento periodístico del k-pop en el diario digital El Comercio, es de enfoque cualitativo del tipo aplicada, cuenta con dos diseños de investigación: estudio de caso y el fenomenológico. Por otro lado, se aplicó la técnica de la observación y la entrevista, empleando como instrumentos la guía de observación y el cuestionario respectivamente. Como resultado se pudo evidenciar que la sección de K-pop del diario digital El Comercio, no posee un buen tratamiento periodístico, debido a que tanto su contenido, estilo e hipertextualidad no son los adecuados para un espacio digital. Finalmente, se concluyó que el tratamiento periodístico no sigue las pautas determinadas de una redacción en un medio digital referente a esta temática, puesto que el tipo de contenido mostrado fueron solo noticias informativas y las herramientas digitales utilizadas no estuvieron acorde con la información que se mostraba.

Palabras clave: Tratamiento periodístico, K-pop, periodismo digital, diarios digitales

Abstract

At present, journalistic treatment has been disrupted by the emergence of new topics such as K-pop that are in demand by the reader, where journalists are forced to address this type of information that were previously unknown to them, leading to the fact that many times this is not addressed adequately; however, it falls into a dilemma if it is kept with the purpose of informing or if its real purpose is only to address issues that increase the web traffic of its website. The main objective of the study is to analyze the journalistic treatment of k-pop in the digital newspaper El Comercio, it has a qualitative approach of the applied type, with two research designs: case study and phenomenological. On the other hand, the technique of observation and interview was applied, using as instruments the observation guide and the questionnaire respectively. As a result, it became evident that the K-pop section of the digital newspaper El Comercio does not have a good journalistic treatment, because its content, style and hypertextuality are not adequate for a digital space. Finally, it was concluded that the journalistic treatment does not follow the guidelines determined for a digital media editorial staff regarding this topic, since the type of content shown was only informative news and the digital tools used were not in accordance with the information shown.

Keywords: Journalistic treatment, K-pop, digital journalism, digital newspapers.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad el tratamiento periodístico se ha visto irrumpido por el surgimiento de nuevas temáticas demandadas por el lector, donde los periodistas se ven en la obligación de abordar temas que antes eran desconocidos para ellos, conllevando a que muchas veces la información no sea abordada de manera adecuada debido a la carencia de conocimiento e información que se llega a tener sobre determinado tema; así mismo, los diarios digitales vienen tomando gran relevancia, dado que no solo ahora sirven como medio de entretenimiento, sino que también de información; tanto las empresas, negocios, etc. pasaron de un medio tradicional a lo digital, y los periódicos no fueron la excepción (Galletero y Saiz, 2018); sin embargo, la principal función del periodismo es mantener al día a la población sobre asuntos públicos de interés, pero ahora se ingresa en un gran debate, si este se mantiene como servicio público o como una organización con fines meramente comerciales.

Por otro lado, algo que tomó gran relevancia a escala mundial, es el género K-pop, que ha logrado llamar mucho la atención entre los jóvenes y adultos (Guerra y Sousa, 2021). Anteriormente, para lograr encontrar información sobre un hecho de este tipo, era necesario buscar en portales que estaban enfocados en este tema; cosa que ya no es necesario hoy en día, debido a que ahora son agregados a las secciones de los diarios digitales por la gran afluencia que lo amerita.

A nivel mundial, los usuarios no solo leen o buscan sobre hechos netamente informativos, sino que captan su interés en un diario que les proporcione contenido de variedad, esto debido a la presencia del internet que ha provocado cambios considerables en la manera de transmitir la información, así como también al informarse (Alvear y Mellado, 2018); es por ello que, con estas transformaciones, la audiencia es cada vez más cambiante, exigiendo más y pidiendo un tipo de contenido diferente y una nueva forma de conectar con la información brindada.

De igual manera, en estos tiempos, el tratamiento de los diarios digitales, no solo se enfocan en informar acerca de sucesos noticiosos, sino en lo que el

lector está interesado, por ello los diarios a fin de “competir” con otros, deben abrir formatos creativos e innovadores para involucrar a los lectores y captar su atención (Conceição y Vecchio-Lima, 2021).

Por otro lado, el K-pop es un género que gracias a las redes sociales se ha posicionado también en Latinoamérica, lo que conlleva a que muchos de los fanáticos hispanohablantes busquen fuentes digitales de información sobre esta temática en español (Min et al., 2018), estos nuevos retos contribuyeron a que el periodismo explorara campos que eran desconocidos (Pérez-Seijo et al., 2020); en este caso, ante esta necesidad y demanda sobre este género musical, muchos de los diarios digitales latinoamericanos no han sido ajenos, teniendo como resultado la implementación de secciones que abordan netamente sobre estos temas, puesto que el uso de la big data, donde las máquinas se desvelan como controladoras a través de los algoritmos; su poder se incrementa especialmente en las fases de recopilación y distribución de noticias, y, cada vez más, en la fase de redacción (García, 2021). De esta manera, los diarios digitales en base a los algoritmos se van adaptando a las nuevas tendencias y demandas de información que surgen, debido a que solo así podrán mantener la preferencia del lector.

Igualmente, en el Perú es posible observar una notable comunidad de fans del K-pop, especialmente en las redes sociales como Twitter, demostrando una constante presencia digital en el país, atrayendo de esta manera a que los diarios digitales peruanos aborden temas de su interés,, puesto que muchas salas de redacción ahora cuentan con un área de monitoreo a la información para ver qué temas generan un mayor tráfico de red (González y Rodríguez, 2021), siendo este motivo suficiente para que los diarios digitales construyan su contenido en base a este ruido informativo, para la inclusión y redacción de sus notas periodísticas, sin embargo, esto también conlleva a que los diarios no abarquen realmente todo lo que viene a ser esta industria musical, sino que solo se enfocan en aquello que generaría un mayor tráfico en su red, perdiendo así la esencia de la redacción periodística digital, en donde debería primar la investigación y variedad.

Por otra parte, la Embajada de Corea del Sur en el Perú realiza en el mes de junio el evento anual "K-pop Festival Perú" mediante el cual muestra presencia dentro del país y difunde parte de su música, se suma a ello que en este mes, en Corea del Sur, esta industria musical tiene mayor movimiento con el tema de los comebacks de los solistas y/o grupos coreanos, sucesos importantes que generan mayor interacción en los usuarios y temas de los que se demanda información, lo cual debería conllevar a una mayor redacción y variedad de notas periodísticas sobre este género musical.

Así mismo, a nivel local, el diario El Comercio en el 2022, según Similar web, empresa encargada del análisis web a partir del rendimiento y tráfico web, es uno de los diarios tradicionales que cuenta con una presencia notable entre los lectores limeños y el cual también posee su propia plataforma digital, donde enfoca sus contenidos en base a temáticas variadas e interesantes con los que buscan captar el lector (Marta-Lazo et al., 2020), es por ello que, con el fin de no perder, pero si aumentar el flujo de consumo de su portal web, el diario El Comercio implementó y decidió abordar una sección enfocada en el K-pop.

A raíz de ello, se propuso como problema general: ¿cómo se presenta el tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio? y, de la misma manera los siguientes problemas específicos: ¿cómo se presenta el contenido del tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio?, ¿cómo se presenta el estilo del tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio? y ¿cómo se presenta la hipertextualidad en el tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio?.

La presente investigación se justificó a nivel teórico, dado que amplía el conocimiento sobre el tratamiento periodístico en temáticas como el K-pop, que surgen con el constante avance tecnológico y de las actualizaciones de las redes sociales en el campo del periodismo.

Además, esta investigación se justificó a nivel metodológico, puesto que se elaboran guías de observación y un cuestionario que permiten una mayor facilidad al momento de realizar el análisis correspondiente en una

investigación cualitativa así mismo, los instrumentos que se utilizarán permitirán abrir un abanico de oportunidades para futuras investigaciones.

Asimismo, se justificó a nivel práctico, ya que tiene la función de aportar mayor información en base a un tema que no cuenta con muchas investigaciones, ayudando así a describir y comprender el tratamiento periodístico de un diario tradicional, como lo es El Comercio respecto a una temática como el K-pop.

Por último, el estudio se justificó a nivel social, dado que esto beneficia a otros estudiantes a comprender la manera en que las nuevas tendencias musicales, en este caso el K-pop, se vuelven parte de la agenda periodística de un diario tradicional, debido a su trascendencia y captación del público, lo cual también permite que los periodistas adquieran un poco más de conocimientos sobre estos temas y puedan adaptarse fácilmente a las demandas del lector.

Por este motivo, se propuso el siguiente objetivo general: analizar el tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio. Igualmente, se planteó los siguientes objetivos específicos: describir el contenido del tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio, identificar el estilo del tratamiento periodístico del K-pop en el diario y analizar la hipertextualidad en el tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio.

Finalmente, como supuesto general se propuso que: el tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio, cumple con los parámetros establecidos de una redacción noticiosa en un espacio digital. Mientras que los supuestos específicos es que el diario digital El Comercio presenta un adecuado contenido, puesto que el texto informativo posee gran variedad de temas y los recursos multimedia guardan relación con el tema y son de autoría propia, todo ello para que se dé un buen tratamiento periodístico del K-pop en diarios digitales, por otra parte, el diario digital El Comercio maneja un apropiado estilo, dado que la cantidad de párrafos es el adecuado y posee una buena organización; asimismo, los términos empleados llevan su

respectivo significado, generando que se dé un buen tratamiento periodístico del K-pop en diarios digitales; por último, el diario digital El Comercio presenta una buena hipertextualidad, ya que la cantidad de hipervínculos son los necesarios y guarda relación con la noticia, de igual manera los nodos suelen emplearse con cautela, siendo adecuados para un buen tratamiento periodístico del K-pop en diarios digitales.

II. MARCO TEÓRICO

El estudio cuenta con antecedentes nacionales e internacionales. De esta manera, entre los trabajos previos nacionales se tiene a Cruz (2021) que en una investigación tuvo como objetivo analizar las características del tratamiento periodístico de la revista Asian World como promotora del "Hallyu" en Perú, 2019-2020. Fue un estudio de enfoque cualitativo-aplicado de diseño fenomenológico, con una muestra conformada por dos periodistas especializados en Hallyu (K-pop) y 8 ediciones del 2019 y 2020 de la revista. El instrumento empleado fue la ficha de observación y el guión de entrevista. En cuanto a los resultados, señaló que las fotos se utilizan para promocionar el K-pop, ya que son grupos de relevancia internacional, el criterio utilizado es la cercanía con países extranjeros (noticias sucedidas en Corea) y novedades (comebacks) y enfatiza que el resumen colocado no promueve la lectura completa, mientras que la otra postura indica que el resumen es lo suficientemente interesante como para despertar el interés del lector. El estudio concluyó que las canciones y los títulos utilizados en los "especiales" y "doramas" brindan una comprensión del tema porque exponen información, sin embargo, el desarrollo de las noticias es indeterminado, profundizando los hechos, generando expectativas debido a una notable falta de información. El aporte para el estudio es que se debe establecer la estructura correcta para las redacciones del K-pop en los diarios digitales y, de igual forma los criterios para la elección de los temas a desarrollar.

Maraza (2020) en la investigación tuvo como objetivo describir las características del contenido periodístico musical actual en las plataformas digitales peruanas Tercer Parlante, Garaje del Rock y Conciertos en Perú. Fue un estudio de enfoque cualitativo, diseño estudio de caso, de nivel descriptivo e interpretativo, con una unidad de análisis conformada por tres plataformas digitales: Garaje del Rock, Conciertos Perú y Tercer Parlante, el instrumento empleado fue la ficha de investigación. En cuanto a los resultados obtenidos, dijo que, en comparación con la estructura de la página, resulta que Third Speaker tiene una estructura correcta y sencilla. No hay secciones designadas, lo que dificulta encontrar las historias que desea. En cuanto al Concierto Peruano, la página está bien organizada por secciones, ubicadas en la parte superior. Por último, Garaje del Rock también cuenta con tramos subdivididos

y situados arriba. Del mismo modo que, la primera noticia a tener en cuenta es la que se ha publicado recientemente. La investigación concluyó que las tres plataformas efectivamente producían, en el ámbito digital, material de prensa específico para la música, ya que en todo el producto descrito se demostró que utilizaban todas las subcategorías sugeridas. La contribución a la investigación es que se debe analizar la presentación del contenido informativo que se emplea para satisfacer las necesidades del lector.

Sánchez (2019) en un artículo tuvo como objetivo analizar el trabajo de producción de contenidos propios dentro de los sitios El Comercio, La República y Radio Programas del Perú (RPP) y, con ello, comprobar la variedad informativa que existe dentro del mercado del periodismo digital peruano. Fue un estudio de enfoque cualitativo de análisis de contenido, con una muestra conformada por 69247 noticias, el instrumento empleado fue una ficha de análisis. En cuanto a sus principales resultados, indica que existe una concentración de temáticas donde las agencias digitales de noticias compiten por obtener una mayor audiencia empleando las mismas estrategias y mostrando el mismo contenido. El estudio concluye que la mayor parte de la información recopilada de fuentes de terceros proviene de las redes sociales y otros sitios web, mientras que los canales tradicionales de recopilación de información, como las agencias de noticias y la televisión, se consideran solo como una fuente secundaria. El aporte para la investigación es que deben determinar los temas que son tomados en cuenta por los medios para construir su contenido periodístico e igualmente los que no, ello en base a las redes sociales.

Barrenechea (2021) en un estudio tuvo como objetivo describir el uso y la influencia de la analítica web en la producción noticiosa de editores y redactores de la web peruana de RPP Noticias. Fue un estudio de enfoque cualitativa, con una muestra conformada por 12 periodistas, el instrumento empleado fue la ficha de entrevista. Respecto a sus resultados, dice que el constante seguimiento de las analíticas desde sus ordenadores o pantallas de televisión instaladas en la redacción ha llevado a los editores web a tomar decisiones sobre sus criterios periodísticos teniendo en cuenta las preferencias del público. Esta identificación es progresiva: Si reconocen el impacto de la herramienta analítica, como una percepción directa sobre la audiencia y el

contenido a mostrar. La investigación concluyó que los redactores incorporan la analítica web en su rutina diaria para obtener más información sobre temas que interesan a su audiencia. La frase "calificaciones procesables" indica que ambos realizan el ejercicio de evaluar el contenido, en función de una función medible de la cantidad de clics que pueden generar. El aporte para el estudio es que debe determinar si los redactores del medio digital presentan la noticia con el objetivo de informar o simplemente alcanzar una mayor audiencia.

Martinez (2019) en una investigación planteó como objetivo conocer la manera en que la manipulación fotográfica se relaciona con la credibilidad del medio periodístico a través de la fotografía publicada en el diario Los Angeles Times referida a la Segunda Guerra del Golfo, 2003. Fue un estudio de enfoque cuantitativo, no experimental, con una muestra conformada por 25 estudiantes de Nueva York, Estados Unidos, de la carrera de Dirección de Arte de la Miami Ad School y 25 estudiantes de Lima, Perú de la carrera de fotografía del Instituto Centro de la Imagen, el instrumento empleado fue la técnica de la encuesta. En cuanto a su resultado el 84% de los alumnos del Perú manifiestan que están completamente de acuerdo y de acuerdo que se antepone la estética de otros elementos al momento de publicar la imagen, de igual manera el 56% de los alumnos de EEUU afirmaron lo mismo. El estudio concluyó que la fotografía en las noticias es una herramienta imprescindible, que conlleva una función dentro del cuerpo informativo. El aporte para la investigación es que debe determinar si la fotografía utilizada en el medio actual cumple con la función de transmitir credibilidad y aportar a la información.

Por otro lado, entre los trabajos previos internacionales se tiene a García-García, et al. (2019) que en un artículo científico plantearon como objetivo determinar las tendencias temáticas informativas vinculadas al empoderamiento y las TIC a lo largo del año 2017 en España. Fue un estudio de enfoque cualitativo, con un diseño exploratorio, mediante el análisis de contenido, asimismo la muestra fue conformada por 332 noticias, el instrumento empleado fue una ficha de análisis. En cuanto a su principal resultado manifiesta que se presencia enlaces en 155 noticias y en 177 no. Para ser considerado como "con enlaces", solo se tomó en consideración los fragmentos de la noticia que estuvieran enlazadas a otra información mediante hipervínculos, descartando tanto vídeos como imágenes. La investigación

concluyó que con el 31% (53) de noticias informativas que carecen de enlaces, superan al número de los que sí lo poseen, ello jugando en contra de la funcionalidad de la hipertextualidad, en donde los enlaces fomentan la ampliación de la información y, de igual manera, se considera la fuente original de la noticia. El aporte para el estudio es el conocer el papel importante que tienen los enlaces en la construcción periodística, puesto que el periodismo cada año va en constante actualización.

Cremayer (2021) en una investigación tuvo como objetivo explicar la construcción de una línea de investigación sobre el Hallyu (K-pop), desde la comunicación y el periodismo mexicano. Fue un estudio de enfoque cualitativo, de nivel hermenéutico. Donde se hizo una investigación documental sobre la inmersión del Hallyu, el cual viene a ser la denominación que se le da a la cultura coreana, entre ellos al K-pop. Su principal resultado es que el periodismo Hallyu brinda los elementos para calificarlo y conceptualizarlas como especializado, obligando a quienes lo implementan a respetar los siguientes factores: Dominio de la profesión, conocimiento de la temática, lenguaje del medio y del público, estructura del contenido para superar ciertas confusiones debido a la redundancia y desorganización de la información. De esta forma, el estudio concluyó que: Hallyu no es una sola disciplina, sino una línea de investigación vinculada a las múltiples áreas del conocimiento social desde las que se ha estudiado; los medios y el periodismo no pueden quedar excluidos de este objeto de estudio, pues sus orígenes se refieren a medios, contenidos, distribución, audiencia e impactos; k-media representa una visión de Hallyu de los medios y la prensa. La contribución a la encuesta es determinar si tenemos un área de nicho para el desarrollo del periodismo especializado en K-pop y los temas a cubrir.

Argiñano (2020) en un artículo planteó como objetivo examinar el impacto de las redes sociales en el contenido y en las fuentes de información de 20 Minutos, el primer diario en España que acometió la fusión de la redacción de papel y web. Fue un estudio de enfoque cualitativa, con muestras conformadas por 7 periodistas. En uno de sus resultados, reafirma que la interacción viene a ser un medio de recopilación de información. Si la web funciona en todo su potencial, las redes sociales aumentan el flujo de información. La investigación concluyó que los medios aún no han encontrado

un método para volver a las redes como fuentes confiables de información. Por otra parte, las organizaciones administran mejor las potencialidades de Twitter o Facebook que sirven como recepción de noticias, de modo que la Internet se vuelva en una forma homogeneizada para la inclusión de información. El aporte para el estudio es que se debe determinar los parámetros que toman los diarios digitales para discernir los temas, asimismo, en la manera en que los abordan para el contenido de las noticias, los cuales después son tomados en cuenta en la construcción de la agenda periodística.

Moreno (2017) en una respectiva investigación tuvo como objetivo analizar y comparar el estilo y los contenidos de las ediciones digitales de dos de los periódicos nacionales más importantes de España, El País y El Mundo. Fue un estudio de enfoque cualitativo de una revisión bibliográfica conceptual y un análisis de contenido, con una muestra conformada por 3584 textos, el instrumento empleado fue una ficha de análisis. Respecto a sus resultados, mostró que la estructura y los recursos de cada registro son bastante similares, aunque hay algunas diferencias. Por su lado, El País ofrece una organización informativa más mesurada y El Mundo agrupa las secciones en una pestaña con el mismo nombre y que muestra todos los temas disponibles en el medio, de igual manera afirma que los hipervínculos incluidos deben tener un sentido pues sirven como un mapa y aporta profundidad a la información. El estudio concluyó que, en el pasado, la reputación de un periodista dependía únicamente de lograr la independencia editorial; sin embargo, ahora tiene más valor identificarse con la empresa y contribuir a crear un producto fuerte, cohesionado y acorde con la imagen del lector. El aporte para este estudio es que se debe determinar la forma en la que está estructurado un diario, ya que esto le permite ser identificado fácilmente por los lectores.

Sima (2020) en un estudio tuvo como objetivo estudiar el impacto mediático del K-Pop en los medios de comunicación españoles enfocado en su papel informativo y de ofrecer contenido riguroso. El análisis se llevó a cabo por medio de 26 noticias del mes de marzo. Las técnicas de recolección que se emplearon fueron la entrevista y el análisis de contenido, sus instrumentos fueron las fichas de análisis y la guía de entrevista. Los resultados mostraron que los medios analizados, solo se enfocan en criticar el género musical y el sistema que lo maneja. De la misma manera, las peculiaridades disconformes

son básicamente dos: informativas y subjetivas. Principalmente, en las opiniones alegan que el K-Pop carece de calidad, se brinda muy poca información, es repetitivo, no se emplean fuentes, perdiendo así la credibilidad en términos del K-pop. Para los usuarios que no estén familiarizados con este fenómeno, esta información puede ser nueva y completa, pero no es del todo útil para un lector especializado, lo que se suma a que no hay información al respecto. La investigación concluyó que el género K-pop no forma parte de los medios españoles, ya que gran parte de la información analizada suele ser superficial, poco informativa o indican señales de racismo. El aporte para la investigación es que es necesario explicar el contenido y las terminologías utilizadas en el K-pop para cumplir con un papel informativo como medio de información respecto a este género musical.

Este estudio se centra en analizar el tratamiento periodístico del K-pop en los diarios digitales, debido a ello, se recurrió tanto a teorías y conceptos de distintos autores:

En primer lugar se abordan las teorías relacionadas al tratamiento periodístico digital, como la teoría de usos y gratificaciones propuesta por Elihu Katz, Jay G. Blumler y Michael Gurevitch en los años 60, los cuales señalan que no interesa el poder que tiene un medio de comunicación, pero si este no satisface las preferencias de las personas, no obtendrá algún impacto (García et al., 2018), por lo cual son las personas quienes eligen activamente los medios en función de sus intereses y necesidades para satisfacer deseos y recibir recompensas y que, a partir de ello son los medios son los que compiten para lograr captar la atención del público.

Asimismo, la teoría de la Agenda Building, propuesta por Kurt Lang y Gladys Lang a principios de la década de 1980, ubicada en la cuarta fase de la teoría de la Agenda Setting, se enfoca en que actualmente son las mismas personas quienes condicionan la construcción de la agenda periodística, pudiendo incidir en las noticias que se nos brinda, lo cual el medio se ajusta a ello, con la finalidad de ganar y no perder la preferencia del público (Aruguete, 2017). Es así que no solo se otorga el poder a los medios de escoger solo lo que quieren mostrar, sino que el público se convierte en actor activo para demandar la información que sea de su interés.

Los enfoques conceptuales aplicados en la investigación fueron las siguientes:

En el caso de la unidad temática, el tratamiento periodístico, es el abordaje exhaustivo de un tema, acción o problema que se viene presentando en el momento, donde se puede apreciar la intervención de expertos, testimonios, opiniones, versiones de los involucrados y otros tantos productos que pueden acoplarse a la noticia, asimismo, se hace hincapié al uso de formatos y recursos al momento de dar a conocer una noticia, ello contribuye a la construcción de la reputación, la credibilidad y la calidad periodística. (Barbeito-Veloso et al., 2020). Siendo esta la razón por la que los diarios cada día tienen una amplia información periodística, dando así, una mayor atribución al momento de redactar la noticia.

La primera categoría, el contenido periodístico, es el cuerpo de la noticia, en el cual se expone lo que el periodista quiere transmitir al lector, este se genera a partir del material de la web y del personal, al menos como información alternativa o complementaria, que se utiliza luego como información periodística (Arguiñano, 2020). De acuerdo a ello, el contenido presentado en las noticias suelen ser la recopilación de datos que se exponen en el medio digital, la cual tiene como función informar al lector sobre un tema en particular y de interés público.

La primera subcategoría del contenido periodístico, la multimedialidad, es la utilización de diferentes medios y lenguajes: hipertexto, imágenes, audio, todos ellos intrínsecamente vinculados. En la actualidad se emitió como multimedia el llamado periodismo 2.0; noticias antiguas en pirámide invertida cuentan con otros recursos como video, audio e hipervínculos que ayudan al lector a comprender más profundamente lo escrito y lo invitan a sumarse con su opinión en la misma página (Ávila, 2020). Por tanto, a las personas nos gusta más escuchar, ver o vivir buenos relatos que un simple texto escrito.

La segunda subcategoría del contenido periodístico, el texto periodístico, es la noticia presentada ante el lector y en donde se aborda de manera detallada o resumida toda la información necesaria sobre ella; antes de que estas se adapten a un formato audiovisual, mantuvieron una cierta distancia con los informativos. Y, por otro lado, se planteó una propuesta más creativa y

menos convencional, basada en la estética, la gráfica y la brevedad del mensaje como premisa para llegar a un público más amplio, familiarizado con ver vídeos solo para leer (Jódar, 2019). Por lo cual, ahora los diarios digitales utilizan este tipo de texto no solo para contenido de entretenimiento, sino que también para lo informativo.

Igualmente, la segunda categoría, el estilo, se define como la manera en la que se presenta una noticia, asimismo, viene pasando por una reestructuración, ya que antes la organización de la noticia se daba a través de la famosa pirámide invertida; sin embargo, ahora este ha sido cambiado por el nuevo periodismo hipertextual (Moreno, 2017). Por esta razón, muchos diarios ya no solo se basan en presentar la información, sino que también le toman importancia al diseño y construcción en general de la noticia.

La primera subcategoría del estilo, los párrafos, son un conjunto de oraciones unidos en un mismo espacio y abordando sobre el mismo tema; en las noticias digitales cada vez se observan en menor cantidad y, de igual forma, son complementados por enlaces u otro recurso digital que apoye a la información, debido a que cada vez más el lector prefiere mantenerse informado, pero de manera rápida (Canavilhas y Empinotti, 2018). De manera que, el periodista ha de utilizar la estrategia del “snackable”, es decir una noticia fácil de consumir.

La segunda subcategoría del estilo, los términos, son la utilización de palabras o fragmentos de un mensaje que se relacionan con temas en específico, permitiendo que el lector pueda captarlas con mayor facilidad, por otro lado, es una destreza lingüística, que a raíz de los rápidos cambios en las comunicaciones se ha vuelto en una de las peculiaridades con mayor presencia. La creación de definiciones y palabras al momento de informar, se ha convertido en parte de la redacción periodística digital (Moreno, 2017). Por este motivo, los términos utilizados son más enfocados a la audiencia, es decir lo que ellos fácilmente pueden entender, pero sin perder el sentido a la noticia y la calidad de esta.

La tercera categoría, la hipertextualidad, es una estructuración que posibilita agregar, establecer, compartir y vincular todo tipo de informaciones de distintas fuentes a través de enlaces y redes sociales en el interior de una

redacción, viniendo a ser la pieza fundamental al momento de tratar una noticia en el espacio digital y su uso está enfocado en aumentar el tráfico en la web al igual que su posicionamiento (Cebrián y Paz, 2022). En este sentido, al emplear esta característica en particular atrayendo más la atención del público, lo cual contribuye a que las personas pasen más tiempo en el medio.

La primera subcategoría de la hipertextualidad, los hipervínculos, se define como una referencia unidireccional que entrelaza diferentes noticias, documentos o secciones entre sí, creando un significado a través de conceptos relacionados con fines informativos, ilustrativos, entre otros. Aparecen en el contenido o el relato de prensa y permiten enriquecer el material de la lectura; asimismo estos enlaces te remiten a noticias u otros contenidos que estén muy relacionados con el tema de la información principal (Cebrián y Paz, 2022). De tal forma, este recurso es característico en un espacio digital, debido a que así se genera el aumento del tráfico en la red.

Finalmente, la segunda subcategoría de la hipertextualidad, los nodos, son puntos de unión o intersección de una cantidad de elementos que se encuentran en el mismo lugar, logrando que los lectores pasen la mayor cantidad de minutos en el diario digital. Sin embargo, el modo de conversión es diferente entre los diferentes medios, no eligen los mismos parámetros, mientras que la razón es la misma: mantener al lector interesado (Cebrián y Paz, 2022). Por esa razón, la estrategia de alternar entre los nodos de inicio y destino de los enlaces en el cuerpo de información está planificada en cada medio de manera diferente.

III. METODOLOGÍA

3.1 Enfoque, tipo y diseño de Investigación

El presente estudio está orientado hacia un enfoque cualitativo, el cual se distingue por la flexibilidad en el proceso de investigación, devolviendo al investigador al campo, a la escritura, más a la profundidad que a la generalización, más a lo diferente que a lo perjudicial para la comparación, la observación de situaciones reales y espontáneas (Schenkel y Pérez, 2019). Es así que el conocimiento se fue construyendo paulatinamente con la recopilación de información.

Asimismo, el tipo de investigación fue la básica que tiene como finalidad obtener un conocimiento más completo mediante la comprensión de los aspectos fundamentales de los fenómenos o hechos que pueden ser observables (CONCYTEC, 2020). Asimismo, se les llama estudios básicos, dado que la motivación de estos se fundamenta en la curiosidad para descubrir nuevos conocimientos (Esteban, 2018). Por lo tanto, el estudio se basó en la recolección de información sobre el tratamiento periodístico de un diario digital con el propósito de responder a los supuestos planteados inicialmente.

Por otra parte, el estudio contó con dos diseños de investigación, las cuales fueron: El estudio de caso, que se aplica con el objetivo de estudiar y evaluar un caso particular para explicar objetivamente su evolución, sus peculiaridades y las causas que crean la situación para llevar a cabo un proceso investigativo de esta naturaleza (Ramírez y Hervis, 2019). Es así que, lo primordial de este diseño es recoger información de manera descriptiva a partir de la utilización de entrevistas, documentos, observaciones, etc.

Y, en segundo lugar, el estudio fenomenológico que aparece como un análisis de los fenómenos de modo significativo que esclarece la conciencia, es así que se separa del conocimiento del propio objeto desenlazado de una experiencia (Fuster y Doris, 2019). Es necesario entender que los fenómenos pertenecen a un todo significativo y no existe una probabilidad de analizarlos sin un enfoque general en vinculación con la experiencia de la que se comienza.

Ante lo expuesto, los diseños como tal permitieron analizar al diario digital El Comercio y su construcción como una realidad social al tocar el tema del K-pop, debido a que de esta manera genera más interés en su audiencia y maximiza el tráfico de red en su página web.

3.2 Categorías, subcategorías y matriz de categorización

Unidad temática

El tratamiento periodístico, el cual muestra el modo en como el medio de comunicación presenta un hecho noticioso, contribuyendo tanto a su credibilidad, reputación y calidad periodística (Barbeito-Veloso et al., 2020).

Categorías

El contenido es el cuerpo de la noticia donde se expone la noticia, este se genera a partir del material de la web y del personal, al menos como información alternativa o complementaria, que se utiliza luego como información periodística (Arguiñano, 2020).

Asimismo, el estilo es un conjunto de características particulares en la redacción periodística, debido a que cada medio digital maneja un modo diferente de escribir la información, generando así una diferenciación entre ellos (Moreno, 2017).

De igual forma, la hipertextualidad es una estructura en la red que permite enlazar información con otra, logrando que la noticia sea complementada con otra, pero que guarde una relación (Cebrián y Paz, 2022).

Subcategorías

La multimedialidad es un conjunto de recursos digitales usados para acompañar la información periodística, estas pueden ser imágenes, videos, audios, etc. (Ávila, 2020).

Mientras que el texto informativo es una secuencia de palabras que en su conjunto buscan transmitir un mensaje o en este caso una información, la cual puede lograr captar el interés del lector (Jódar, 2019).

Igualmente, los párrafos son fragmentos en la redacción separados cada uno por un punto aparte, los cuales en el periodismo generan una mejor distribución de la noticia para que esta sea contextualizada (Canavilhas y Empinotti, 2018).

Por otra parte, los términos son palabras que expresan un determinado concepto, buscan la significación que parte de dar sentido a una frase en la redacción (Moreno, 2017).

Además, los hipervínculos son enlaces o conexiones que existen en los medios digitales y que son muy frecuentemente vistos en las redacciones digitales, dado que generan que el lector vaya de una noticia a otra (Cebrián y Paz, 2022).

Por último, los nodos son puntos de conexión que genera un tráfico de red, permitiendo enviar y recibir información, logrando que de esta manera se pueda medir la analítica que genera la página web (Cebrián y Paz, 2022).

Lo mencionado, se puede apreciar en la matriz de categorización junto a los autores que lo avalan (ver anexo 1).

3.3 Escenario de estudio

El escenario está representado por 10 noticias de la página web de El Comercio sobre el tema del K-pop, en lo que comprende desde el día 01 hasta el 19 del mes de junio del 2022, siendo este mes en el que la Embajada de Corea del Sur en el país realiza anualmente el evento "K-pop Festival Perú" el cual se lleva a cabo como parte de su participación activa sumado a ello que en Corea del Sur, durante este mes, la industria musical del K-pop tiene mayor movimiento con el tema de los Comebacks de los solistas y/o grupos coreanos y, por ende se desprende una mayor actividad en redes sociales, lo cual conlleva a una gran cantidad de noticias y, sobre todo, variedad de información. En otro aspecto, es preciso destacar que el diario se fundó el 4 de mayo de 1839, a cargo de la dirección de Manuel Amunátegui y Alejandro Villota (El Comercio entre los diarios más antiguos aún en circulación, 2019). Es considerado uno de los periódicos con mayor antigüedad del Perú, por ende, su línea informativa es

considerada como tradicional, sin embargo, a partir del 2019 que migraron a lo digital, trataron temas como el K-pop que resultó algo completamente nuevo.

De este modo, se analizó la cantidad de noticias digitales mencionadas, a partir de nuestros objetivos previamente planteados.

3.4 Participantes

El estudio tuvo como participante al diario digital El Comercio, en el cual aborda la temática del K-pop solo en su versión web mas no en su medio impreso. La versión digital del reconocido diario salió en vigencia a partir de abril del 2019, es así que hoy en día esta plataforma actualiza su contenido con diversos elementos multimedia: imágenes, audios, videos, infografías e incluso seguimientos en vivo, esto debido a toda la transformación digital que se viene viviendo, reafirmando siempre la vigencia de su calidad periodística.

De igual forma, las participantes para las entrevistas fueron dos periodistas españolas, es así que se tuvo a Susana Matondo Muñoz, quien redacta sobre el K-pop desde el 2017 en la revista Norae Magazine, un medio enfocado en temas de este género musical. Asimismo, se encuentra Laura Coca Hernández, quien posee un máster en industria musical y estudios sonoros y que actualmente es especialista de K-pop en el diario digital “Los 40”. Es así que las entrevistadas permitieron ampliar la información en base a sus amplios conocimientos académicos, profesionales y laborales, respecto al periodismo sobre el K-pop, logrando así contrastarlo con el tratamiento periodístico que se da actualmente en el diario digital El Comercio.

Es preciso destacar que, el K-pop o pop coreano, es un género musical caracterizado principalmente por mostrar a diversos grupos masculinos y femeninos los cuales no solo cantan, sino que también bailan y actúan; ello complementando que los videoclips que presentan son llamativos y buscan contar una historia; de igual manera, el género comprende fans de todas las edades, logrando posicionarse a nivel global gracias al boom de la tecnología y que ahora es tendencia en todas las plataformas digitales.

Tabla 1

Cuadro de caracterización de sujetos

CUADRO DE CARACTERIZACIÓN DE SUJETOS					
Nº	País	Nivel educativo	Profesión	Años de experiencia en K-pop	Trabajo actual
Entrevistada 1	España	Maestría	Periodista y Máster de Industria Musical y Estudios Sonoros	5 años	Periodista en Los 40, especializada en K-pop y ritmos urbanos
Entrevistada 2	España	Maestría	Periodista	6 años	Community manager, Youtuber y redactora de K-pop en Norae Magazine

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La investigación empleó la observación como técnica de investigación, puesto que involucra a todos nuestros sentidos, carece de un formato propio y, solamente incluye las reflexiones y el juicio del investigador (Piza et al., 2019). Para esta técnica se usó el instrumento de la guía de observación, que da la facilidad de poder tomar notas de los datos con un orden lógico, práctico y concreto para luego ser derivado al análisis (Cortez, 2020). Por el cual, ello permitió ejecutar el estudio de una manera más ordenada y precisa.

Asimismo, se optó por la técnica de la entrevista semiestructurada, en el cual aquí el investigador o en este caso el entrevistador, se desempeña a base de preguntas específicas contenidas en una guía elaborada con anticipación (Piza et al., 2019; Cortez, 2020). Para esta técnica se empleó como instrumento la guía de entrevista, conformada por 12 preguntas abiertas, que se desprende de cada una de las subcategorías. Es así que la guía sirvió como un plan de acción al momento de recolectar la información para la amplitud del estudio.

Tabla 2

Preguntas orientadoras al objeto de estudio

SUBCATEGORÍAS	PREGUNTAS
Multimedialidad	¿Cuáles son las fuentes de recolección de imágenes y videos que empleas para acompañar las noticias de K-pop?

Texto informativo	¿Qué géneros y subgéneros periodísticos emplea usted en sus redacciones de K-pop y de qué manera escoge usted la información?
Párrafos	¿De qué manera estructura usted la información en sus redacciones de K-pop?
Términos	¿Explica en sus redacciones el significado de algunos términos propios del K-pop para que las personas que no están familiarizados con ellos lo entiendan?
Hipervínculos	¿Cuál es el propósito para usted de usar hipervínculos en tus redacciones de K-pop?
Nodos	¿En qué tipo de casos emplea los nodos en sus redacciones de K-pop?

3.6 Procedimientos

En primer lugar, se realizó la recopilación de las unidades de análisis, por lo cual, se seleccionaron diez notas publicadas en el diario digital de El Comercio que abordaron sobre el K-pop. Asimismo, se realizó una guía de observación del diario, para conocer la estructura de sus publicaciones de acuerdo a nuestras subcategorías planteadas, de igual manera, se utilizó la metodología adecuada para el objetivo de información, es así que se optó por Bernard Berelson quien plantea un método de análisis interpretativo.

Por último, se efectuó el análisis de los contenidos para llegar a las conclusiones de los objetivos correspondientes.

3.7 Rigor científico

El rigor científico se entiende como un estudio sin "fallas" y sujeto a un control de calidad que verifique la información que se presenta en el contenido (López et al., 2019). Es así que el estudio se basó en recolectar información de manera objetiva a través de fuentes primarias tales como tesis, libros y artículos científicos que se encontraban en bases de datos tales como Ebsco, Scopus, SciElo, Dialnet, entre otros, que cumplieran con los criterios de búsqueda establecidos en primer lugar y siendo algunos descartados por no cumplir con el propósito de investigación; de igual forma, se emplearon dos técnicas de investigación: observación y la entrevista, lo cual darán una mayor profundidad al estudio. Finalmente, los instrumentos empleados fueron validados por personas especializadas en el área, para asegurar la correcta aplicación.

Tabla 3*Tabla de rigor científico*

Experto	Tratamiento periodístico			Condición final
	Contenido	Estructura	Hipertextualidad	
Mg. Eliana Novoa Ramírez	SÍ	SÍ	SÍ	Aplicable
Mg. Luis Alberto Chávez Ramos	SÍ	SÍ	SÍ	Aplicable
Mg. Juan Carlos Antón Llanos	SÍ	SÍ	SÍ	Aplicable
Mg. Carlos Alfredo Terrones Lizana	SÍ	SÍ	SÍ	Aplicable

3.8 Método de análisis de la información

Con la finalidad de investigar la unidad temática, tratamiento periodístico, fue necesario emplear el análisis inductivo-hermenéutico, en primera instancia el inductivo hace énfasis en la observación que parte de lo específico hacia lo general (Palmero, 2021). Asimismo, el hermenéutico se basa en la interpretación de textos, lo cual cuenta con dos dimensiones: la lectura y la explicación, a partir de ello el investigador es capaz de comprender el tema a fin de interpretar el significado de este (Quintana y Hermida, 2019). Por lo tanto, la unión de los métodos mencionados aseguró el correcto análisis de información, debido a que la observación inductiva, llevó a una acertada interpretación de las noticias presentadas en el diario digital El Comercio sobre el K-pop.

Por otro parte, el intramétodo utilizado fue la triangulación que viene a ser la combinación de variadas fuentes de investigadores, datos, teorías o métodos en el estudio de un fenómeno (Forni y Grande, 2020). Es así que la investigación al tener distintas categorías y subcategorías, generó que la combinación de ellas amerite un análisis desde diversos puntos.

De igual manera, se empleó el análisis de contenido, el cual no solo tiene como fin la búsqueda de ciertos contenidos dentro de una base de datos, sino de encontrar el sentido que estos poseen dentro de un determinado contexto

(Díaz, 2018). Permitiendo de esta manera la fácil adaptación de la información recopilada para luego ser analizada.

Por último, se usó el software ATLAS.ti, el cual ayuda al análisis de contenido, puesto que almacena toda la información relevante en un solo lugar mediante códigos interpretables (Soratto et al., 2020). Por ende, ello permitió resumir las entrevistas realizadas, debido a que destacó los puntos más importantes de estas.

3.9 Aspectos éticos

El estudio se rige a lo dispuesto en el artículo 48° de la Ley Universitaria N° 30220, manteniendo así la honestidad y responsabilidad en la recopilación, procesamiento, construcción, interpretación y manejo de la información. Igualmente, se cuenta con el consentimiento de las personas entrevistadas para incluir sus aportes sin transgredir a su integridad. Por otro lado, se hizo hincapié en la propiedad intelectual de los autores a utilizar, asegurando de esta manera la transparencia del estudio.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados son presentados de acuerdo a los objetivos que se plantearon al inicio de la investigación. Se analizaron un total de 10 noticias del diario digital El Comercio sobre el tema del K-pop, desde el día 01 hasta el 19 de junio del 2022, fechas en las que la Embajada de Corea del Sur en el Perú realiza anualmente el evento "K-pop Festival Perú" y siendo el mes en donde la industria musical de este género tiene mayor movimiento con el tema de los comebacks de los solistas y/o grupos coreanos, de igual manera, se realizaron algunas entrevistas a periodistas especializadas en K-pop.

A continuación, se presentan los resultados del objetivo general: analizar el tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio. En base al gráfico 1 (ver anexo 4) se observa que el estilo forma parte del contenido, como la hipertextualidad interviene en el estilo y también es parte del contenido del tratamiento periodístico del Kpop en el diario digital El comercio. Es decir que las Entrevistadas 1 y 2 coincidieron que tanto el estilo y la hipertextualidad forman parte del contenido que debe mostrarse en una redacción de K-pop y que el encargado de redactar estas notas debe ser un periodista de profesión que aborde una variedad de temas, lo cual en base a las guías de observación, no se pudo observar, ya que el tipo de contenido que más se abordaron fueron solo noticias, por otro lado, a lo que respecta el mes de junio, la creación de contenido para esta sección no se dio en mayor cantidad, siendo los días 07 y 14 los únicos en donde se hicieron más redacciones.

Es por ello que la teoría de usos y gratificaciones propuesta por Elihu Katz, Jay G. Blumler y Michael Gurevitch señala que no interesa el poder que tiene un medio de comunicación, pero si este no satisface las preferencias de las personas, no obtendrá algún impacto, lo cual coincide con el diario digital El comercio, ya que en busca de satisfacer las preferencias de las personas, decide abordar entre una de sus tantas temáticas, el tratamiento periodístico del K-pop, por otra parte, Barrenechea (2021) sostuvo que los redactores incorporan la analítica web en su rutina diaria para obtener más información sobre temas que interesan a su audiencia, lo cual tiene relación a la manera en que el diario digital mencionado selecciona la información que utilizará en sus redacciones, según a lo observado, puesto que la mayoría de sus fuentes provienen de internet y las redes sociales; si bien hoy en día gracias a internet podemos acceder a un

montón de información, no es viable utilizar esta fuente sin antes haberla contrastado con otras, razón por la que se pide que sea abordada por un especialista en el tema.

Seguido a ello, se tiene el primer objetivo específico: describir el contenido del tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio. Siendo la multimedia, la primera subcategoría del contenido; por lo cual, en las notas analizadas a través de la guía de observación, se pudo encontrar el uso de fotografías grupales, sacadas de internet y de las redes sociales, algunas con baja calidad y en ocasiones no guardan relación con la noticia, asimismo, en algunas fotografías no se incluyen los créditos correspondientes sino solo leyendas cortas relacionadas a la nota, a partir de ello se deduce que el diario no cuenta con imágenes propias de esta temática; a diferencia de lo que mencionó la Entrevistada 1, lo cual se puede observar en el Gráfico 1 (ver anexo 4), que obtiene imágenes referentes al Kpop y a Corea para sus redacciones, de la plataforma de pago "Getty images", por otra parte la Entrevistada 2 alega al uso de capturas de pantalla de los videos musicales, collages de varias fotos, ediciones de algunas imágenes con letras encima, fotos teaser y en algunos casos el uso de fotos propias; coincidiendo ambas entrevistadas en el uso de fotografías obtenidas de fuentes oficiales como las redes sociales del artista y que estén relacionados con la noticia.

Es por ello que, Martinez (2019) en su investigación sostuvo que la estética se antepone a otros elementos al momento de publicar la imagen, lo cual no coincide con lo observado en la sección de K-pop del diario digital El comercio, ya que no se tiene tanto en cuenta la estética para acompañar las notas, solo el mostrar a la persona de la que se habla, por otra parte, Cruz (2021) señaló que las fotos se utilizan para promocionar el K-pop, ya que son grupos de relevancia internacional, coincidiendo así con el diario digital El comercio, que hace uso de fotografías grupales de BTS, lo cual hace que al contar ellos con cierta fama, captan la atención y ubican al lector, es por ello que las imágenes a utilizar deben ser de alta calidad, relacionarse con la noticia y se deben dar los respectivos créditos de las imágenes que no son propias.

Siendo el texto informativo la segunda subcategoría del contenido; en base a las notas analizadas, se tiene que los temas más abordados fueron noticias sobre el grupo de K-pop BTS, con fuentes de información provenientes

de internet y redes sociales; el único contenido propio que se tiene son algunas entrevistas a fans; siendo así la noticia, reseña y los reportajes, los géneros periodísticos empleados, demostrando que no se cuenta con una variedad de temas y con poco contenido de información propia, por lo cual no se puede apreciar mayor variedad de contenidos pese a que el K-pop aborda varias temáticas, más grupos y artistas; es entonces que según el Gráfico 2 (ver anexo 4) coincide con lo que mencionó la Entrevistada 2 que en la actualidad existe mucho contenido de BTS, por ende hay mucha competencia y se corre el riesgo de que el tuyo pase desapercibido, ante ello, las Entrevistadas 1 y 2, coincidieron que en sus textos informativos se abordan temas de actualidad como, noticias, moda, belleza, eventos de K-pop, comebacks, lista de 10 canciones, K-dramas y todo ello en base a grupos muy conocidos, así como también en base a las redes sociales, las tendencias, rumores surgidos en internet y convenios con la embajada de Corea del Sur; asimismo mencionaron que se deben emplear, la noticia, crónica, reseña, reportaje, entrevista y más para el abordaje de esta temática ya que existe un amplio escenario informativo y demanda de este género musical.

En base a ello, Sánchez (2019) manifestó que existe una concentración de temáticas donde las agencias digitales de noticias compiten por obtener una mayor audiencia empleando las mismas estrategias y mostrando el mismo contenido, lo cual afirma la razón de la sección de K-pop del diario digital El comercio, ya que su concentración de temas y estrategia de audiencia es el abordar solo noticias del grupo de K-pop BTS, y no se tiene mayor variedad, ignorando el hecho de que este género musical surcoreano abarca más grupos como, Blackpink, Infinite, Super Junior, TXT, Golden Child, etc.; y existen más temas que pueden ser abordados; lo mismo sucede con la poca variedad de géneros periodísticos que se observan en sus notas, en cambio, la teoría de la Agenda Building señala que, actualmente son las mismas personas quienes condicionan la construcción de la agenda periodística, pudiendo incidir en las noticias que se nos brinda, lo cual el medio se ajusta a ello, con la finalidad de ganar y no perder la preferencia del público, algo que no se observa en la sección de K-pop del diario digital El comercio, puesto que son ellos mismos quienes escogen los temas que abordan, incidiendo así en solo hablar del grupo de K-pop en BTS habiendo en Perú una gran variedad de fans de

distintos grupos de K-pop que también demandan y buscan informarse en base a los grupos que son de su agrado.

Asimismo, se tiene el segundo objetivo específico: identificar el estilo del tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio. Siendo los párrafos la primera subcategoría del estilo; en las notas recopiladas se pudo identificar que la cantidad de párrafos vienen a ser como mínimo 5 y como máximo 20 y de igual manera, el número de líneas por cada uno de ellos va entre 3 y 17, demostrando que no existe en términos de cantidad un equilibrio entre las notas informativas que redactan, si bien es cierto hay informaciones que merecen mayor cantidad de párrafos por la importancia de esta, ello no justifica la desorganización al momento de exponer la noticia en un medio digital y, sobre todo, en un portal que se caracteriza por su “calidad periodística”; asimismo, el gráfico 3 (ver anexo 4) respalda ello, puesto que según las entrevistadas 1 y 2 coinciden que la máxima cantidad de párrafos a utilizar en una noticia netamente informativa ha de ser 5 párrafos, de igual forma mencionan que debe existir un inicio, en donde se ponga en contexto a la persona pero sin contarle toda la información y, que para generar ello muchas veces solo utilizan las preguntas periodísticas “qué, quién, cuándo y el cómo depende” dejando el “por qué” para el desarrollo en el cual consideran que es más libre, pues aquí cuentas la razón de la noticia y terminan con un cierre, ya sea un comentario o una invitación para generar interacción.

Partiendo de ello, el estudio de Cremayer (2021) mencionó que el periodismo Hallyu (K-pop) tiene los elementos necesarios para calificarlo y conceptualizarlas como especializado y que quienes lo implementan deben respetar los siguientes factores: dominio de la profesión, conocimiento de la temática, lenguaje del medio y del público, estructura del contenido para superar ciertas confusiones debido a la redundancia y desorganización de la información, no coincidiendo con lo que presenta la sección de K-pop en el diario digital El Comercio, pues este no respeta los factores mencionados y mucho menos el de la estructura del contenido, debido a que en las notas se identificó que no solo la cantidad de párrafos y líneas no son las correctas, sino que también producto de ello en ocasiones la información no es completa y en otros se redundaba mucho la idea o se agregaba información pasada.

Siendo los términos la segunda subcategoría del estilo; en las notas analizadas se pudo identificar que sí hacen uso de los términos propios del K-pop como ARMY, comeback, Taekook, etc.; sin embargo, solo una vez colocaron el significado de una de ellas, dando por sentado que los lectores de esa sección son fans del K-pop o siendo más exactos con la información que brindan, de BTS o Bangtan Sonyeondan; ello se asemeja a lo mencionado por las entrevistadas (ver gráfico 3 de anexo 4) pues sostienen que en un principio no era necesario colocar el significado de los términos, debido a que su público objetivo solo eran las fans del K-pop; sin embargo, esto las limitaba, por ende, la Entrevistada 1 sugiere que en las redacciones se debe de poner en contexto al lector (si en caso no se desea colocar directamente el significado del término), mientras que la Entrevistada 2 manifestó que en su caso tienen una *K-pop pedia* en su mismo diario para que de esa manera los lectores no salgan de la página; aunque ambas coinciden que mientras que la noticia hable sobre grupos muy conocidos, siempre es necesario colocar el significado, ya que personas que no son fans del K-pop tienden a buscar información para adentrarse un poco más en el género, no coincidiendo con lo observado en el diario digital El Comercio que para ellos colocar el significado de los términos del K-pop no es una prioridad que se debe tomar en cuenta.

En función de lo expuesto, el estudio de Sima (2020) sostuvo que los medios españoles, en cuanto a las noticias sobre el K-Pop carecen de calidad, se brinda muy poca información, es repetitivo, no se emplean fuentes y no se coloca el significado de los términos que para los usuarios que no estén familiarizados con el fenómeno del K-pop, esta información puede ser nueva y completa, aunque incomprensible, llegando incluso a perder las ganas de seguir leyendo; esto coincide con las notas de la sección de K-pop del diario digital El Comercio, dado que posee el mismo error que las notas españolas al no colocar el significado de ellas dentro de la redacción, generando que la información solo sea entendible para los lectores enfocados en este tema, pero para cualquier persona que quiera ingresar a este “mundo” e informarse, no será posible, dado que a medida que van leyendo encontrarán trabas que harán que pierdan rápidamente el interés.

Por otra parte, se tiene el tercer objetivo específico: analizar la hipertextualidad en el tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El

Comercio. Siendo los hipervínculos la primera subcategoría de la hipertextualidad; de las notas analizadas se pudo observar que hacen uso a menudo de ellas, siendo la cantidad mínima 4 y máximo 6, distribuidas tanto al inicio, desarrollo y cierre, lo cual un dato importante es que todos los hipervínculos que aparecen en las notas informativas están asociadas al grupo BTS, que si bien en algunas noticias están relacionadas con el grupo en otras no. Aunque, ello difiere con las entrevistadas (ver gráfico 4 en anexo 4), puesto que la entrevistada 1 alega que hay que usar tantos hipervínculos como se pueda pero tantos como sean necesarios y de una redacción de 6 párrafos solo se deben agregar entre 3 a 4 hipervínculos, por lo que coincide con la entrevistada 2 que como mucho se deben de emplear 1 hipervínculo cada 2 párrafos, del mismo modo ambas indican que el propósito radica en que los lectores permanezcan el mayor tiempo en su página web, favoreciendo así al SEO (Search Engine Optimization), además que al realizar más contenido propio se logra una retroalimentación propia al insertar los hipervínculos.

Ante lo expuesto, Moreno (2017) mencionó que los hipervínculos incluidos deben tener un sentido y una razón del por qué se colocan, pues sirven como un mapa para articular la información, aportando así profundidad a la noticia y que gracias al empleo de este recurso los periodistas tienen la posibilidad de proponer a sus lectores nuevos itinerarios de lectura, pero sin perder la visita a su página. Por tanto, ello coincide con las respuestas de las entrevistadas en cuanto al propósito de los hipervínculos, mientras que se contradice con lo realizado por el diario digital El Comercio, dado que hacen uso de este recurso muchas veces en una sola redacción e incluso en ocasiones se ha podido observar que no guarda relación con la noticia presentada.

Siendo los nodos la segunda subcategoría de la hipertextualidad; en las notas analizadas se pudo observar que los nodos empleados vienen a ser de fuentes tales como Twitter, Youtube, Instagram y solo una vez Spotify, asimismo, hay ocasiones en que estas no son empleadas; de igual manera, los nodos muchas veces les sirve para contextualizar la noticia y ver el hilo de donde salió (hecho que mencionan en sus redacciones); sin embargo, se suele abusar de los nodos y, resulta contraproducente, dado que corren el riesgo que los lectores salgan de la web; es así que con respecto al gráfico 4 (ver anexo 4), las entrevistadas, coinciden que las fuentes más empleadas son de redes sociales

(Twitter, Instagram y Youtube) y que son solo incluidas en caso la noticia sea solo texto, ello para generar que sea más visual y dinámico para los lectores, igualmente, su empleo es a menudo para insertar algún video de K-pop, eso sí que sea referente al tema, y para mostrar la fuente de la noticia en caso sea necesario; sin embargo, recalcan que no los usan con frecuencia, puesto que lo que menos quieren es que el lector salga de la página web.

En vista de ello, Argiñano (2020) infirió que los diarios digitales administran mejor las potencialidades de Twitter que sirven como recepción de noticias, de modo que esta red social se vuelve como fuente de información para las redacciones, por lo que concuerda con las entrevistadas (ver gráfico 4 en anexo 4) y con García-García, et al. (2019) quienes sostienen que para ser considerado como nodos, solo se toma en consideración los fragmentos de la noticia que estuvieran enlazadas a otra información y que al menos en las notas de los diarios digitales de España, estos no son frecuentemente empleados; ello jugando en contra de su funcionalidad, en donde los nodos fomentan la ampliación de la información y, de igual manera, muestra la fuente original de la noticia, coincidiendo con Maraza (2020) quien menciona que los nodos en las secciones musicales de los diarios digitales, solo se emplean para colocar videos de fuentes externas o algún complemento referente a la red social de algún artista, mas no para toda la redacción. De esta manera, los autores no coinciden con lo analizado en el diario digital El Comercio, puesto que el empleo de los nodos en las redacciones, si bien sirven para agregar información a la noticia y ver la fuente de origen, en determinadas ocasiones se abusa de ello.

Por otro lado, en base a las guías de observación y las entrevistas, se pudo realizar la contrastación de los supuestos generales y específicos en base a los resultados obtenidos. En contrastación con el supuesto general planteado al inicio donde se propuso que: el tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio, cumple con los parámetros establecidos de una redacción noticiosa en un espacio digital.

El análisis realizado permitió refutarlo, dado que el tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio, solo se basa en abordar noticias de un solo grupo de K-pop y la cantidad de noticias realizadas son muy

pocas para un mes en donde se tiene gran movida dentro de este género musical, sumado a ello el poco abordaje que se le da a los temas.

Asimismo, en contraste con el primer supuesto específicos donde se propuso que: el diario digital El Comercio presenta un adecuado contenido, puesto que el texto informativo posee gran variedad de temas y los recursos multimedia guardan relación con el tema y son de autoría propia, todo ello para que se dé un buen tratamiento periodístico del K-pop en diarios digitales.

La descripción realizada permitió refutarlo, ya que se muestra que el diario digital El Comercio no presenta un adecuado contenido, puesto que el texto informativo carece de variedad de temas y los recursos multimedia no se relacionan muchas veces con el tema y no son de autoría propia para un buen tratamiento periodístico del K-pop en diarios digitales.

De igual manera, en contraste con el segundo supuesto específico donde se propuso que: el diario digital El Comercio maneja un apropiado estilo, dado que la cantidad de párrafos es el adecuado y posee una buena organización; asimismo, los términos empleados llevan su respectivo significado y de fácil comprensión, generando que se dé un buen tratamiento periodístico del K-pop en diarios digitales.

La identificación realizada permitió refutarlo, debido a que se muestra que el diario digital El Comercio no maneja un apropiado estilo, dado que no posee una buena organización; asimismo, los términos empleados no facilitan la lectura ni la comprensión, generando que no se dé un buen tratamiento periodístico del K-pop en diarios digitales

Por último, en contraste con el tercer supuesto específicos donde se propuso que: el diario digital El Comercio presenta una buena hipertextualidad, ya que la cantidad de hipervínculos son los necesarios y guarda relación con la noticia, de igual manera los nodos suelen emplearse con cautela, siendo adecuados para un buen tratamiento periodístico del K-pop en diarios digitales.

El análisis realizado permitió refutarlo, puesto que se muestra que el diario digital El Comercio no presenta una buena hipertextualidad, ya que los hipervínculos son empleados con mucha frecuencia y en ocasiones no guarda relación con la noticia; de igual manera, los nodos suelen emplearse en gran

medida, no siendo adecuados para un buen tratamiento periodístico del K-pop en diarios digitales.

V. CONCLUSIONES

1. En relación al objetivo general: analizar el tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio. Se concluye que el tratamiento periodístico no sigue las pautas determinadas de una redacción en un medio digital referente a esta temática, puesto que el tipo de contenido mostrado fueron solo noticias informativas y las herramientas digitales utilizadas no estuvieron acorde con la información que se mostraba (imágenes, uso de nodos, etc.).
2. Con respecto al primer objetivo específico: describir el contenido del tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio. Se concluye que las notas no poseen imágenes propias, ya que la mayoría de ellas son provenientes de internet, al igual que la información; asimismo, en varias ocasiones, se omite la fuente de origen, de igual manera, carece de temas a abordar, centrándose únicamente en el grupo BTS, lo mismo sucede con el uso de subgéneros periodísticos, existe muy poca variedad, siendo la mayoría solo noticias, lo cual muchas veces se hace poco atractivo para el lector.
3. De acuerdo al segundo objetivo específico: identificar el estilo del tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio. Se concluye que el estilo de las notas no presenta un orden, debido a que se hace uso de muchos párrafos, incidiendo en la redundancia y el cansancio visual, de igual forma, el lenguaje utilizado de los términos propios del género musical en mención, no se presenta de manera sencilla, lo que se convierte en un obstáculo de comprensión para las personas que recién están iniciando a leer este tipo de contenido informativo o que desconocen algunos de estos términos.
4. En cuanto al tercer objetivo específico: analizar la hipertextualidad en el tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio. Se concluye que la hipertextualidad empleada, tanto los hipervínculos como nodos, eran utilizados de manera frecuente, con respecto al primero, en algunas notas no tenían relación con la noticia, ya que todo se relacionaba al grupo BTS y no conectaba con la nota, en cuanto al segundo, su uso resultaba contraproducente para el diario, ya que en su mayoría eran redes sociales, por lo que el lector se dirigía a la fuente de origen y a otra plataforma.

VI. RECOMENDACIONES

1. La investigación dada será de utilidad para futuras investigaciones que se relacionen con el género musical del K-pop, debido a que no hay muchos trabajos que abarquen sobre ello y, mucho menos en un diario digital tan conocido como es El Comercio. Asimismo, este ayudará a que se pueda realizar una comparación con otros diarios digitales que también lleven a cabo esta temática, logrando ampliar así un bagaje informativo.
2. Por otra parte, se recomienda que los diarios digitales peruanos empleen más subgéneros periodísticos y que no solo se centren en tratar sobre un tema en concreto de K-pop por la fama que este mismo tiene, sino que incurran a investigar más, ya que de eso se trata el periodismo, de buscar mayor información para mostrárselo al lector y, asimismo que la persona encargada de abordar este tipo de información, debe ser un especialista en el género musical, dado que esto permitirá que la información se presente de manera completa, con todos los pormenores que debe abarcar esta temática.
3. Se recomienda a los editores de los medios digitales emplear un estilo en la presentación de sus notas de K-pop, en donde se mantenga un orden según los subgéneros periodísticos que se vaya a utilizar al mostrar la noticia, asimismo, es necesario hacer uso de términos conocidos y de fácil comprensión para todos los lectores, puesto que esto permitirá mejorar la agilidad al momento de leer la noticia.
4. Se recomienda a la persona encargada de subir la noticia a la página web el hacer uso moderado y necesario de hipervínculos y nodos, en el caso del primero, debe estar relacionado con la noticia presentada y en el caso del segundo, de preferencia deben ser solo videos musicales de YouTube o alguna publicación oficial del artista, para que el lector pueda verlo en la misma página web sin tener la necesidad de salir de esta.

REFERENCIAS

- Alvear, L. y Mellado, C. (2018). La presencia de rol cívico, de servicio y de infoentretenimiento en las noticias de cultura y espectáculos del periodismo chileno. *Palabra Clave*, 21(2), 338-363. <https://doi.org/10.5294/pacla.2018.21.2.4>
- Argiñano, J. (2020). Las redes sociales como fuentes de información para ampliar la agenda temática de los cibermedios. *Miguel Hernández Communication Journal*, 11, 297-314. <https://goo.su/uh0o>
- Arroyas, E., Pérez, P., y Zamora, R. (2020). La construcción de la agenda de los cibermedios. Estudio comparativo con las preferencias temáticas de lectores y usuarios de Twitter. *Revista Latina De Comunicación Social*, (75), 225-244. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1424>
- Aruguete, N. (2017). Agenda building. Revisión de la literatura sobre el proceso de construcción de la agenda mediática. *Signo y Pensamiento*. 36. 38-54. <https://goo.su/gyD0w>
- Barbeito-Veloso, M., Perona-Páez, J., Rodríguez-Prieto, V. y Hernández-Ruiz A. (2020). El tratamiento de los contenidos periodísticos y su influencia en la reputación de la prensa española: la campaña electoral de noviembre de 2019 como estudio de caso. *Estud. mensaje period*, 26(4), 1305-1324. <https://goo.su/oKFk7>
- Barrenechea, M. (2021). Uso e influencia de la analítica web en la producción de noticias: estudio de caso de un medio digital peruano. *Contratexto*, (35), 71-90. <https://dx.doi.org/10.26439/contratexto2021.n035.4958>
- Cebrián-Enrique, B y Orero, P. (2022). La hipertextualidad periodística en observación. Estudio de las rutinas periodísticas-documentales en las redacciones de los diarios valencianos. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 45(1), 61-69. <https://doi.org/10.5209/dcin.77885>

- Chaves, V. y Comet, C. (2016). Los estudios de casos como enfoque metodológico. *ACADEMO Revista de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades*, 3(2). <https://goo.su/X2n1O>
- CONCYTEC (2020). *Investigación básica*. <https://goo.su/xPShD>
- Cortez, J. (2020). El webinar como instrumento de investigación no experimental. *Apthapi*, 6(2), 1988-2000. <https://goo.su/mdUL5v4>
- Cremayer, L. (2021). De los mass media a los kmedia. Propuesta de una categoría de análisis para los estudios del Hallyu. *Anuario de Investigación CONEICC*, 1(XXVIII), 85-95. <https://doi.org/10.38056/2021aiccXVIII472>
- Cruz, J. (2021). *Tratamiento periodístico de la revista especializada Asian World como promotora del "Hallyu" en Perú, 2019-2020*. Universidad de San Martín de Porres (Tesis para optar el título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación). Recuperado de <https://goo.su/cQEI>
- Díaz, C. (2018). Investigación cualitativa y análisis de contenido temático. Orientación intelectual de la revista Universum. *Revista General de Información y Documentación*. 28(1), 119-142. <https://goo.su/QS5SsR>
- El Comercio entre los diarios más antiguos aún en circulación. (2019, abril 22). <https://goo.su/pZvOAcD>
- Esteban, N. (2018). Tipos de investigación. *Core*. <https://goo.su/CLb5ZbZ>
- Forni, P. y Grande, P. (2020). Triangulación y métodos mixtos en las ciencias sociales contemporáneas. *Revista mexicana de sociología*, 82(1), 159-189. <https://doi.org/10.22201/iis.01882503p.2020.1.58064>
- Fuster, G. y Doris, E. (2019). Investigación cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico. *Propósitos y Representaciones*, 7(1), 201-229. <https://dx.doi.org/10.20511/pyr2019.v7n1.267>

- Galletero, B. y Saiz, V. (2018). Estudio exploratorio de la calidad en el periodismo digital en Castilla-La Mancha. *Barataria: Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, 24(1), 173-189. <https://revistabarataria.es/web/index.php/rb/article/view/403/681>
- García, B. (2021). Periodismo en los medios digitales. Estrategias emergentes en la Lusofonía en la era del periodismo híbrido y automatizado. *Observatorio (OBS*)*, 15(4). <https://goo.su/zh1MuQ>
- García-García, F., y Gil-Ruiz, F. (2019). Periodismo digital y empoderamiento. Tendencias informativas en noticias de Google a lo largo de 2017. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 10(2), 193-211. doi:<https://doi.org/10.14198/MEDCOM2019.10.2.10>
- García, R., Hernando, R. y Tirado, A. (2018). Redes sociales y estudiantes: motivos de uso y gratificaciones. Evidencias para el aprendizaje. *Aula Abierta*, 47(3), 291-298. <https://goo.su/LPNPr>
- González, M. y Rodríguez, G. (2021). Gestión informativa de la infodemia en medios digitales: experiencia de las agencias de noticias. *Revista Panamericana de Salud Pública*. 45. <https://goo.su/SkvN>
- Guerra, P. y Sousa, S. (2021). Ultimate bias. Memorabilia, K-pop and fandom identities. *Ciudades, Comunidades e Territórios*, 1-25. <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/136988/2/508600.pdf>
- Lekant, M. (2021). Periodismo de viajes en la era digital: cómo buscan la información las audiencias en España y en Rusia. Fonseca. *Journal of Communication*, 22, 135-151. <https://goo.su/pzmJql>
- López, R., Avello, R., Palmero, D., Sánchez, S., y Quintana, M. (2019). Validación de instrumentos como garantía de la credibilidad en las investigaciones científicas. *Revista Cubana de Medicina Militar*, 48 (2). <https://goo.su/vSvFOJ>

- Maraza, M. (2020). *El Periodismo musical en los medios digitales peruanos: análisis descriptivo de las plataformas Garaje del Rock, Tercer Parlante y Conciertos Perú*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (Tesis para optar el grado de bachiller en Comunicación y Periodismo). Recuperado de <https://goo.su/3UcGg3>
- Marta-Lazo, C., Rodríguez, J. y Peñalva, S. (2020). Competencias digitales en periodismo. Revisión sistemática de la literatura científica sobre nuevos perfiles profesionales del periodista. *Revista Latina de Comunicación Social*, 75, 53-68. <https://goo.su/UljKgXH>
- Martínez, G. (2019). Manipulación fotográfica y credibilidad del medio periodístico a través de la fotografía. *Correspondencias & Analisis*, 9, 1–21. <https://doi.org/10.24265/cian.2019.n9.06>
- Moreno, P. (2017). Periodismo digital, paradigma del nuevo panorama interactivo. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 23(2), 1299-131. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/58046/52231>
- Palmero, S. (2021). *La enseñanza del componente gramatical: El método deductivo e inductivo*. Universidad de La Laguna (Tesis para optar el grado de Máster). Recuperado de <https://goo.su/dqUI>
- Peña, M. (2019). El análisis crítico de discurso en textos de políticas públicas: lineamientos para una praxis investigativa. *La trama de la comunicación*, 23(1), 31-46. <https://goo.su/STTI>
- Pérez-Díaz, P., Arroyas, E., y Zamora, R. (2020). La construcción de la agenda de los cybermedios. Estudio comparativo con las preferencias temáticas de lectores y usuarios de Twitter. *Revista Latina De Comunicación Social*, (75), 225-244. <https://goo.su/Vz8YT>
- Piza, N., Amaiquema, F. y Beltrán, G. (2019). Métodos y técnicas en la investigación cualitativa. Algunas precisiones necesarias. *Revista Conrado*, 15(70), 455-459. <http://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado>

- Quintana, L., y Hermida, J. (2019). La hermenéutica como método de interpretación de textos en la investigación psicoanalítica. *Perspectivas en Psicología: Revista de Psicología y Ciencias Afines*, 16(2), 73-80. <https://goo.su/2RzzZ>
- Ramírez, E. y Hervis, E. (2019). El método estudio de caso y su significado en la investigación educativa. In *Procesos formativos en la investigación educativa: diálogos, reflexiones, convergencias y divergencias*. Red de Investigadores Educativos Chihuahua AC. 203-222. <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/7042305.pdf>
- Sánchez, M. (2019). Concentración de medios o concentración de temas en el periodismo digital peruano. Un acercamiento cuantitativo al problema. *Conexión*, 11. 39-58. <https://goo.su/YOmod>
- Schenkel, E., y Pérez, M. (2019). Un abordaje teórico de la investigación cualitativa como enfoque metodológico. *Acta Geográfica*, 12(30), 227-233. <http://revista.ufr.br/actageo/article/view/5201>
- Sima, C. (2020). *El K-pop visto por los medios de comunicación españoles*. Universidad Complutense de Madrid (Tesis para optar el Grado en Periodismo). Recuperado de [TFG KPOP Y MEDIOS \(ucm.es\)](https://www.ucm.es/TFG/KPOP_Y_MEDIOS)
- Similar web. (septiembre de 2022). *Peru Most Visited News and Media Websites Ranking Analysis for April 2022*. <https://goo.su/2FzFko>
- Soratto, J., Pires, D., y Friese, S. (2020). Thematic content analysis using ATLAS.ti software: Potentialities for researchs in health. *Revista brasileira de enfermagem*, 73(3). <https://goo.su/E2T8p>

ANEXOS

Anexo 1

MATRIZ DE CATEGORIZACIÓN

TÍTULO: Tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El comercio, junio 2022

OBJETIVO GENERAL	Analizar el tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio.			
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍAS	SUB CATEGORÍAS	BASE TEÓRICA
<p>Describir el contenido del tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio</p> <p>Identificar la estructura del tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio</p> <p>Analizar la hipertextualidad en el tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio.</p>	<p>Tratamiento periodístico digital</p> <p>Barbeito-Veloso et al. (2020)</p>	<p>Contenido</p> <p>Arigaño, J. (2020).</p> <p>Estilo</p> <p>Moreno, P. (2017).</p> <p>Hipertextualidad</p> <p>Cebrián, E. y Paz, B. y (2022).</p>	<p>Multimedialidad</p> <p>Ávila, E. (2020).</p> <p>Texto informativo</p> <p>Jódar, J.(2019).</p> <p>Párrafos</p> <p>Canavilhas, J. y Empinotti, M. (2018).</p> <p>Términos</p> <p>Canavilhas, J. y Empinotti, M. (2018).</p> <p>Hipervínculos</p> <p>Cebrián, E. y Paz, B. y (2022).</p> <p>Nodos</p> <p>Cebrián, E. y Paz, B. y (2022).</p>	<p>Fuentes Bibliográficas</p> <p>Arigaño, J. (2020). Ávila, E. (2020). Canavilhas, J. y Empinotti, M. (2018) Cebrián, E. y Paz, B. y (2022). Jódar, J.(2019). Moreno, P. (2017).</p> <p>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS</p> <p>Observación, a partir de una ficha de observación para el cual se analizarán 10 notas de K-pop que serán la base para el estudio sobre el tratamiento periodístico del K-pop.</p> <p>Entrevista, a partir de una guía de entrevistas a expertos con un cuestionario de preguntas abiertas para profundizar sobre el tratamiento periodístico que se da sobre el K-pop en los diarios digitales mencionados.</p>

Anexo 2

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: Tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio, junio 2022.

PROBLEMA GENERAL QUE ATENDERÁ LA INVESTIGACIÓN	OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN	SUPUESTO GENERAL	CATEGORÍAS DE INVESTIGACIÓN	METODOLOGÍA
¿Cómo se presenta el tratamiento periodístico del kpop en el diario digital El Comercio?	Analizar el tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio.	El tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio, cumple con los parámetros establecidos de una redacción noticiosa en un espacio digital.	<p>Unidad temática:</p> <p>-Tratamiento periodístico. Barbeito-Veloso et al. (2020)</p> <p>Categorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> • CONTENIDO Arigaño, J. (2020). <p>Multimedialidad Ávila, E. (2020).</p> <p>Texto informativo Jódar, J. (2019).</p> <ul style="list-style-type: none"> • ESTILO Moreno, P. (2017). <p>Párrafos</p>	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN:</p> <p>Cualitativa</p> <p>Básica (x) Aplicada ()</p> <p>MÉTODOS Y TÉCNICAS: Inductivo - hermenéutico, análisis de contenido, ATLAS.ti, observación y entrevista.</p> <p>INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN: Ficha de observación y cuestionario de entrevista.</p>
PROBLEMAS ESPECÍFICOS QUE ATENDERÁ LA INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA INVESTIGACIÓN	SUPUESTOS ESPECÍFICOS		
¿Cómo se presenta el contenido del tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio?	Describir el contenido del tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio	El diario digital El Comercio presenta un adecuado contenido, puesto que el texto informativo posee gran variedad de temas y los recursos multimedia guardan relación con el tema y son de autoría propia, todo ello para que se dé un buen tratamiento periodístico del K-pop en diarios digitales.		

<p>¿Cómo se presenta el estilo del tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio?</p>	<p>Identificar el estilo del tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio</p>	<p>El diario digital El Comercio maneja un apropiado estilo, dado que la cantidad de párrafos es el adecuado y posee una buena organización; asimismo, los términos empleados llevan su respectivo significado, generando que se dé un buen tratamiento periodístico del K-pop en diarios digitales.</p>	<p>Canavilhas, J. y Empinotti, M. (2018).</p> <p>Términos Canavilhas, J. y Empinotti, M. (2018).</p> <ul style="list-style-type: none"> ● HIPERTEXTUALIDAD 	
<p>¿Cómo se presenta la hipertextualidad en el tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio?</p>	<p>Analizar la hipertextualidad en el tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio.</p>	<p>El diario digital El Comercio presenta una buena hipertextualidad, ya que la cantidad de hipervínculos son los necesarios y guarda relación con la noticia, de igual manera los nodos suelen emplearse con cautela, siendo adecuados para un buen tratamiento periodístico del K-pop en diarios digitales.</p>	<p>Cebrián, E. y Paz, B. (2022).</p> <p>Hipervínculos Cebrián, E. y Paz, B. (2022).</p> <p>Nodos Cebrián, E. y Paz, B. (2022).</p>	

Anexo 3

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Mg. / Dr.

Presente.-

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros cordiales saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, en la sede de Ate, promoción 2022, requerimos validar los instrumentos con los cuales recogeremos la información necesaria para poder desarrollar la investigación.

El título de la investigación es: **“Tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio, junio 2022”**. Y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de periodismo e investigación.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración, nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente



Lizarbe Castro, Jackelinne Stefanny
DNI: 72126740



Vega Sulca, Anali Marisela
DNI: 73958793

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LA UNIDAD TEMÁTICA Y LAS CATEGORÍAS

I. Unidad temática: Tratamiento periodístico

El tratamiento periodístico hace hincapié al uso de formatos y recursos al momento de dar a conocer una noticia, que ello viene a ser la manera en como el medio expone una noticia, ello contribuye a la construcción de la reputación, la credibilidad y la calidad periodística. (Barbeito-Veloso et al., 2020). Por ende, a raíz de lo expuesto el periodista toma más relevancia a los temas que considera oportuno en su agenda, dándole una mayor atribución al momento de redactar la noticia.

Categorías:

1. Contenido:

Es el cuerpo de la noticia, en donde se expone lo que el periodista quiere transmitir al lector, este se genera a partir del material de la web y del personal, al menos como información alternativa o complementaria, que se utiliza luego como información periodística (Arguiñano, 2020). De acuerdo a ello, el contenido presentado en las noticias suelen ser la recopilación de datos que se exponen en el medio digital, la cual tiene como función informar al lector sobre un tema en particular y de interés público.

2. Estilo:

Se define como la manera en la que se presenta una noticia, asimismo, viene pasando por una reestructuración, ya que antes la organización de la noticia se daba a través de la famosa pirámide invertida; sin embargo, ahora este ha sido cambiado por el nuevo periodismo hipertextual (Moreno, 2017). Por esta razón, muchos diarios ya no solo se basan en presentar la información, sino que también le toman importancia al diseño y construcción en general de la noticia.

3. Hipertextualidad:

Es una estructura que permite crear, agregar, enlazar y compartir información de diversas fuentes por medio de enlaces asociativos y de redes sociales dentro de una redacción, viniendo a ser la pieza fundamental al momento de tratar una noticia en el espacio digital y su uso está enfocado en aumentar el tráfico en la web al igual que su posicionamiento (Cebrián y Paz, 2022). En este sentido, al emplear esta característica en particular atrayendo más la atención del público, lo cual contribuye a que las personas pasen más tiempo en el medio.

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA
UNIDAD TEMÁTICA TRATAMIENTO PERIODÍSTICO**

I. FICHA DE OBSERVACIÓN

Guía de observación N°			
Diario			
Link de la edición			
Fecha de edición			
Titular			
Unidad temática	Categoría	Sub categoría	Descripción
Tratamiento periodístico	Contenido	Multimedia	
		Texto informativo	
	Estructura	Párrafos	
		Términos	
	Hipertextualidad	Hipervínculos	
		Nodos	

N°	CATEGORÍAS	Pertinencia ¹			Relevancia ²				Claridad ³					Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
CATEGORÍA: CONTENIDO														
1	Describir los recursos multimedia ubicados en las notas.			X				X					X	
2	Identificar la procedencia de los recursos multimedia que se presentan en las notas.			X				X					X	
3	Describir la manera en que se aborda el texto informativo redactado en las noticias.			X				X					X	
4	Analizar el tipo de información presentada en la noticia.			X				X					X	
CATEGORÍA: ESTILO														
5	Describir la estructura que mantienen los párrafos en la redacción de la noticia.			X				X					X	
6	Identificar el orden en que se presentan los párrafos de información en la noticia.			X				X					X	
7	Describir los términos propios del K-pop que se hacen uso en las redacciones.			X				X					X	

8	Identificar si los términos de K-pop están escritos o empleados de manera correcta en las redacciones.			x				x				x		
CATEGORÍA: HIPERTEXTUALIDAD														
9	Analizar el uso de hipervínculos en las redacciones.			x				x				x		
10	Identificar la relación de los hipervínculos hallados en las redacciones con la noticia abordada.			x				x				x		
11	Analizar el uso de nodos en las redacciones.			x				x				x		
12	Identificar la relación de los nodos hallados en las redacciones con la noticia abordada.			x				x				x		

MD: Muy Deficiente

D: Deficiente

A: Aplicable

MA: Muy Aplicable

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Novoa Ramírez, Eliana

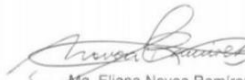
Especialidad del validador: Periodista

Investigación en comunicación

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



Mg. Eliana Novoa Ramirez
DNI N° 09762428

Firma del Experto Informante.

Especialidad

II. CUESTIONARIO

Entrevistada	
Cargo	
Medio donde se desempeña	
SUBCATEGORÍAS	PREGUNTAS A ESPECIALISTAS
Multimedia	1. ¿Qué tipos de imágenes y videos utilizas en tus redacciones de K-pop?
	2. ¿Cuáles son las fuentes de recolección de imágenes y videos que empleas para acompañar las noticias de K-pop?
Texto informativo	3. ¿Qué temas aboradas con frecuencia en tus redacciones?
	4. ¿Qué géneros y subgéneros periodísticos emplea usted en sus redacciones y de qué manera escoge usted la información?
Párrafos	5. ¿Cómo estructura usted la información en sus redacciones de K-pop?
	6. ¿Qué orden de redacción sigue usted en las redacciones de K-pop?
Términos	7. ¿Haces uso a menudo de términos propios del K-pop y cuáles son éstas?
	8. ¿Explicas en tus redacciones el significado de algunos términos propios del K-pop para que las personas que no están familiarizados con ellos lo entiendan?
Hipervínculos	9. ¿Cuál es el propósito para usted de usar hipervínculos en tus redacciones?
	10. ¿Cuál es la cantidad de hipervínculos que debe tener como máximo una redacción de K-pop y por qué?
Nodos	11. ¿En qué tipo de casos empleas los nodos en sus redacciones de K-pop?
	12. ¿Cuál es el propósito para usted de usar nodos en tus redacciones y qué fuentes a menudo utilizas para ello?

II. FICHA DE PREGUNTAS ESPECIALISTA DE K-POP

N°	CATEGORÍAS	Pertinencia ¹			Relevancia ²				Claridad ³					Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
CATEGORÍA: CONTENIDO														
1	¿Qué tipo de imágenes y/o videos utilizan en la producción de notas en el diario digital El Comercio?			X				X				X		
2	¿Cuáles son las fuentes de recolección de imágenes y videos que se utilizan para acompañar las noticias de K-pop?			X				X				X		
3	¿Qué tipo de imágenes y/o videos utilizan en la producción de notas en el diario digital El Comercio?			X				X				X		
4	¿Cuáles son las fuentes de recolección de imágenes y videos que se utilizan para acompañar las noticias de K-pop?			X				X				X		
CATEGORÍA: ESTILO														
5	¿Cómo está estructurada la información en las redacciones de K-pop en el diario digital El Comercio?			X				X				X		
6	¿Qué orden de redacción predomina en las notas de K-pop?			X				X				X		

7	¿Qué términos propios del K-pop se hace uso en las redacciones del diario digital El Comercio?			x				x				X	
8	¿Están escritos o empleados de manera correcta los términos de K-pop en las redacciones del medio web?			x				x				X	
CATEGORÍA: HIPERTEXTUALIDAD													
9	¿Cuál es el propósito para el uso de hipervínculos en las redacciones de K-pop en el diario digital El Comercio?			x				x				X	
10	¿Qué relación tienen los hipervínculos hallados en las redacciones con la noticia abordada?			x				x				X	
11	¿Por qué se da el uso de nodos en las redacciones de K-pop en el diario digital El Comercio?			x				x				X	
12	¿Cuál es la relación de los nodos hallados en las redacciones con la noticia abordada?			x				x				X	

MD: Muy Deficiente

D: Deficiente

A: Aplicable

MA: Muy Aplicable

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x]

Aplicable después de corregir []

No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Novoa Ramírez, Eliana

Fecha: 16 / 06 /2022

**Especialidad del validador: Periodista
Investigación en comunicación**

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



Mg. Eliana Novoa Ramírez
DNI N° 09762428

Firma del Experto Informante.

Especialidad

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA UNIDAD TEMÁTICA TRATAMIENTO PERIODÍSTICO

I. FICHA DE OBSERVACIÓN

N°	CATEGORÍAS	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³					Sugerencias	
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A		MA
CATEGORÍA: CONTENIDO														
1	Describir los recursos multimedia ubicados en las notas.			X				X					X	
2	Identificar la procedencia de los recursos multimedia que se presentan en las notas.			X				X					X	
3	Describir la manera en que se aborda el texto informativo redactado en las noticias.			X				X					X	
4	Analizar el tipo de información presentada en la noticia.			X				X					X	
CATEGORÍA: ESTILO														
5	Describir la estructura que mantienen los párrafos en la redacción de la noticia.			X				X					X	
6	Identificar el orden en que se presentan los párrafos de información en la noticia.			X				X					X	

7	Describir los términos propios del K-pop que se hacen uso en las redacciones.			x				x				x		
8	Identificar si los términos de K-pop están escritos o empleados de manera correcta en las redacciones.			x				x				x		
CATEGORÍA: HIPERTEXTUALIDAD														
9	Analizar el uso de hipervínculos en las redacciones.			x				x				x		
10	Identificar la relación de los hipervínculos hallados en las redacciones con la noticia abordada.			x				x				x		
11	Analizar el uso de nodos en las redacciones.			x				x				x		
12	Identificar la relación de los nodos hallados en las redacciones con la noticia abordada.			x				x				x		

MD: Muy Deficiente

D: Deficiente

A: Aplicable

MA: Muy Aplicable

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Chávez Ramos, Luis Alberto

Especialidad del validador: Periodista

Fecha: 13/08/2022

Investigación en comunicación

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



Firma del Experto Informante.

Especialidad

II. FICHA DE PREGUNTAS ESPECIALISTA DE K-POP

N°	CATEGORÍAS	Pertinencia ¹			Relevancia ²				Claridad ³					Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
1	¿Qué tipos de imágenes y videos utilizas en tus redacciones de K-pop?			x				x				x		
2	¿Cuáles son las fuentes de recolección de imágenes y videos que empleas para acompañar las noticias de K-pop?			x				x				x		
3	¿Qué temas aboradas con frecuencia en tus redacciones?			x				x				x		
4	¿Qué géneros y subgéneros periodísticos emplea usted en sus redacciones y de qué manera escoge usted la información?			x				x				x		
CATEGORÍA: ESTILO														
5	¿Cómo estructura usted la información en sus redacciones de K-pop?			x				x				x		

6	¿Qué orden de redacción sigue usted en las redacciones de K-pop?			x				x				x		
7	¿Haces uso a menudo de términos propios del K-pop y cuáles son éstas?			x				x				x		
8	¿Explicas en tus redacciones el significado de algunos términos propios del K-pop para que las personas que no están familiarizados con ellos lo entiendan?			x				x				x		
CATEGORÍA: HIPERTEXTUALIDAD														
9	¿Cuál es el propósito para usted de usar hipervínculos en tus redacciones?			x				x				x		
10	¿Cuál es la cantidad de hipervínculos que debe tener como máximo una redacción de K-pop y por qué?			x				x				x		
11	¿En qué tipo de casos empleas los nodos en sus redacciones de K-pop?			x				x				x		

12	¿Cuál es el propósito para usted de usar nodos en tus redacciones y qué fuentes a menudo utilizas para ello?			x				x				x		
----	--	--	--	---	--	--	--	---	--	--	--	---	--	--

MD: Muy Deficiente

D: Deficiente

A: Aplicable

MA: Muy Aplicable

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Chávez Ramos, Luis Alberto

Especialidad del validador:

Fecha: 13 / 08 /2022

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 Experto Informante.
Especialidad

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA UNIDAD TEMÁTICA TRATAMIENTO PERIODÍSTICO

I. FICHA DE OBSERVACIÓN

N°	CATEGORÍAS	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³					Sugerencias	
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A		MA
1	Describir los recursos multimedia ubicados en las notas.			x				x				x		
2	Identificar la procedencia de los recursos multimedia que se presentan en las notas.			x				x				x		
3	Describir la manera en que se aborda el texto informativo redactado en las noticias.			x				x				x		
4	Analizar el tipo de información presentada en la noticia.			x				x				x		
CATEGORÍA: ESTILO														
5	Describir la estructura que mantienen los párrafos en la redacción de la noticia.			x				x				x		
6	Identificar el orden en que se presentan los párrafos de información en la noticia.			x				x				x		
7	Describir los términos propios del K-pop que se hacen uso en las redacciones.			x				x				x		

8	Identificar si los términos de K-pop están escritos o empleados de manera correcta en las redacciones.			x				x				x		
CATEGORÍA: HIPERTEXTUALIDAD														
9	Analizar el uso de hipervínculos en las redacciones.			x				x				x		
10	Identificar la relación de los hipervínculos hallados en las redacciones con la noticia abordada.			x				x				x		
11	Analizar el uso de nodos en las redacciones.			x				x				x		
12	Identificar la relación de los nodos hallados en las redacciones con la noticia abordada.			x				x				x		

MD: Muy Deficiente

D: Deficiente

A: Aplicable

MA: Muy Aplicable

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir []

No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Terrones Lizana, Carlos Alfredo

Especialidad del validador: Magíster en Periodismo y Comunicación Multimedia

Investigación en comunicación

Fecha: 04/10/2022

Firma del Experto Informante.

Especialidad

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

II. FICHA DE PREGUNTAS ESPECIALISTA DE K-POP

N°	CATEGORÍAS	Pertinencia ¹			Relevancia ²				Claridad ³					Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
1	¿Qué tipos de imágenes y videos utilizas en tus redacciones de K-pop?			x				x				x		
2	¿Cuáles son las fuentes de recolección de imágenes y videos que empleas para acompañar las noticias de K-pop?			x				x				x		
3	¿Qué temas aboradas con frecuencia en tus redacciones?			x				x				x		
4	¿Qué géneros y subgéneros periodísticos emplea usted en sus redacciones y de qué manera escoge usted la información?			x				x				x		
CATEGORÍA: ESTILO														
5	¿Cómo estructura usted la información en sus redacciones de K-pop?			x				x				x		

6	¿Qué orden de redacción sigue usted en las redacciones de K-pop?			x				x				x		
7	¿Haces uso a menudo de términos propios del K-pop y cuáles son éstas?			x				x				x		
8	¿Explicas en tus redacciones el significado de algunos términos propios del K-pop para que las personas que no están familiarizados con ellos lo entiendan?			x				x				x		
CATEGORÍA: HIPERTEXTUALIDAD														
9	¿Cuál es el propósito para usted de usar hipervínculos en tus redacciones?			x				x				x		
10	¿Cuál es la cantidad de hipervínculos que debe tener como máximo una redacción de K-pop y por qué?			x				x				x		
11	¿En qué tipo de casos empleas los nodos en sus redacciones de K-pop?			x				x				x		

12	¿Cuál es el propósito para usted de usar nodos en tus redacciones y qué fuentes a menudo utilizas para ello?			x				x				x		
----	--	--	--	---	--	--	--	---	--	--	--	---	--	--

MD: Muy Deficiente

D: Deficiente

A: Aplicable

MA: Muy Aplicable

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir []

No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Terrones Lizana, Carlos Alfredo

Especialidad del validador: Magíster en Periodismo y Comunicación Multimedia

Fecha: 04/10/202

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 Experto Informante.

Especialidad

II. FICHA DE OBSERVACIÓN

N°	CATEGORÍAS	Pertinencia ¹			Relevancia ²				Claridad ³					Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
1	Describir los recursos multimedia ubicados en las notas.			x				x				x		
2	Identificar la procedencia de los recursos multimedia que se presentan en las notas.			x				x				x		
3	Describir la manera en que se aborda el texto informativo redactado en las noticias.			x				x				x		
4	Analizar el tipo de información presentada en la noticia.			x				x				x		
CATEGORÍA: ESTILO														
5	Describir la estructura que mantienen los párrafos en la redacción de la noticia.			x				x				x		
6	Identificar el orden en que se presentan los párrafos de información en la noticia.			x				x				x		
7	Describir los términos propios del K-pop que se hacen uso en las redacciones.			x				x				x		

8	Identificar si los términos de K-pop están escritos o empleados de manera correcta en las redacciones.			x				x				x		
CATEGORÍA: HIPERTEXTUALIDAD														
9	Analizar el uso de hipervínculos en las redacciones.			x				x				x		
10	Identificar la relación de los hipervínculos hallados en las redacciones con la noticia abordada.			x				x				x		
11	Analizar el uso de nodos en las redacciones.			x				x				x		
12	Identificar la relación de los nodos hallados en las redacciones con la noticia abordada.			x				x				x		

MD: Muy Deficiente

D: Deficiente

A: Aplicable

MA: Muy Aplicable

Observaciones:

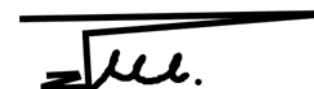
Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Antón Llanos, Juan Carlos

Especialidad del validador: Comunicador

Fecha: 30/09/2022

Investigación en comunicación



Firma del Experto Informante.

Especialidad

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

II. FICHA DE PREGUNTAS ESPECIALISTA DE K-POP

N°	CATEGORÍAS	Pertinencia ¹			Relevancia ²				Claridad ³					Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
1	¿Qué tipos de imágenes y videos utilizas en tus redacciones de K-pop?			X				X				X		
2	¿Cuáles son las fuentes de recolección de imágenes y videos que empleas para acompañar las noticias de K-pop?			X				X				X		
3	¿Qué temas aboradas con frecuencia en tus redacciones?			X				X				X		
4	¿Qué géneros y subgéneros periodísticos emplea usted en sus redacciones y de qué manera escoge usted la información?			X				X				X		
CATEGORÍA: ESTILO														
5	¿Cómo estructura usted la información en sus redacciones de K-pop?			X				X				X		

6	¿Qué orden de redacción sigue usted en las redacciones de K-pop?			x				x				x		
7	¿Haces uso a menudo de términos propios del K-pop y cuáles son éstas?			x				x				x		
8	¿Explicas en tus redacciones el significado de algunos términos propios del K-pop para que las personas que no están familiarizados con ellos lo entiendan?			x				x				x		
CATEGORÍA: HIPERTEXTUALIDAD														
9	¿Cuál es el propósito para usted de usar hipervínculos en tus redacciones?			x				x				x		
10	¿Cuál es la cantidad de hipervínculos que debe tener como máximo una redacción de K-pop y por qué?			x				x				x		
11	¿En qué tipo de casos empleas los nodos en sus redacciones de K-pop?			x				x				x		

12	¿Cuál es el propósito para usted de usar nodos en tus redacciones y qué fuentes a menudo utilizas para ello?			x				x				x		
----	--	--	--	---	--	--	--	---	--	--	--	---	--	--

MD: Muy Deficiente

D: Deficiente

A: Aplicable

MA: Muy Aplicable

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Antón Llanos, Juan Carlos

Especialidad del validador:

Fecha: 30/09/2022

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



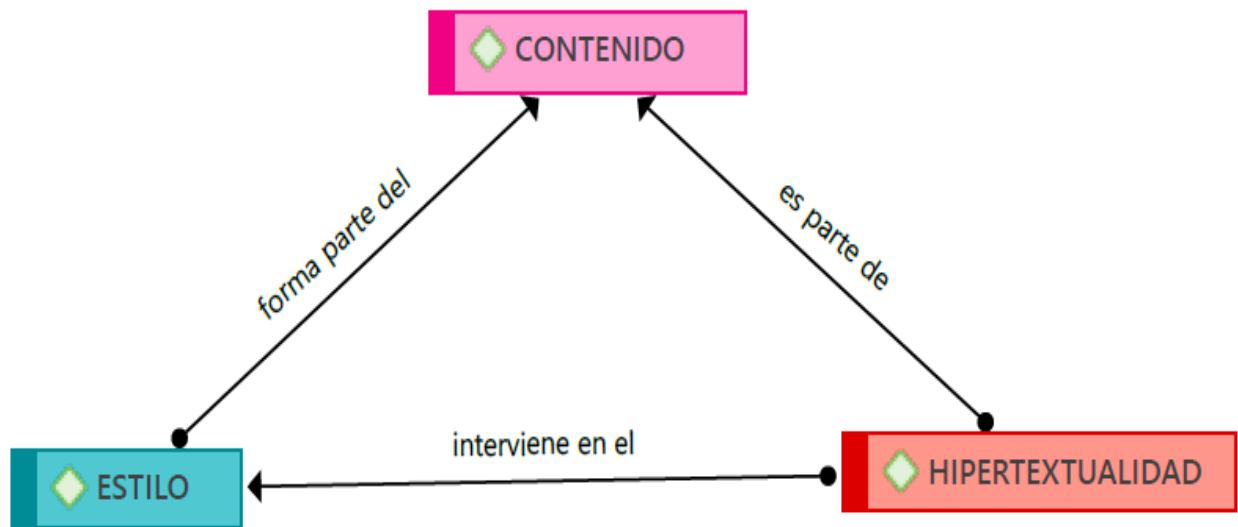
Firma del Experto Informante.

Especialidad

Anexo 4

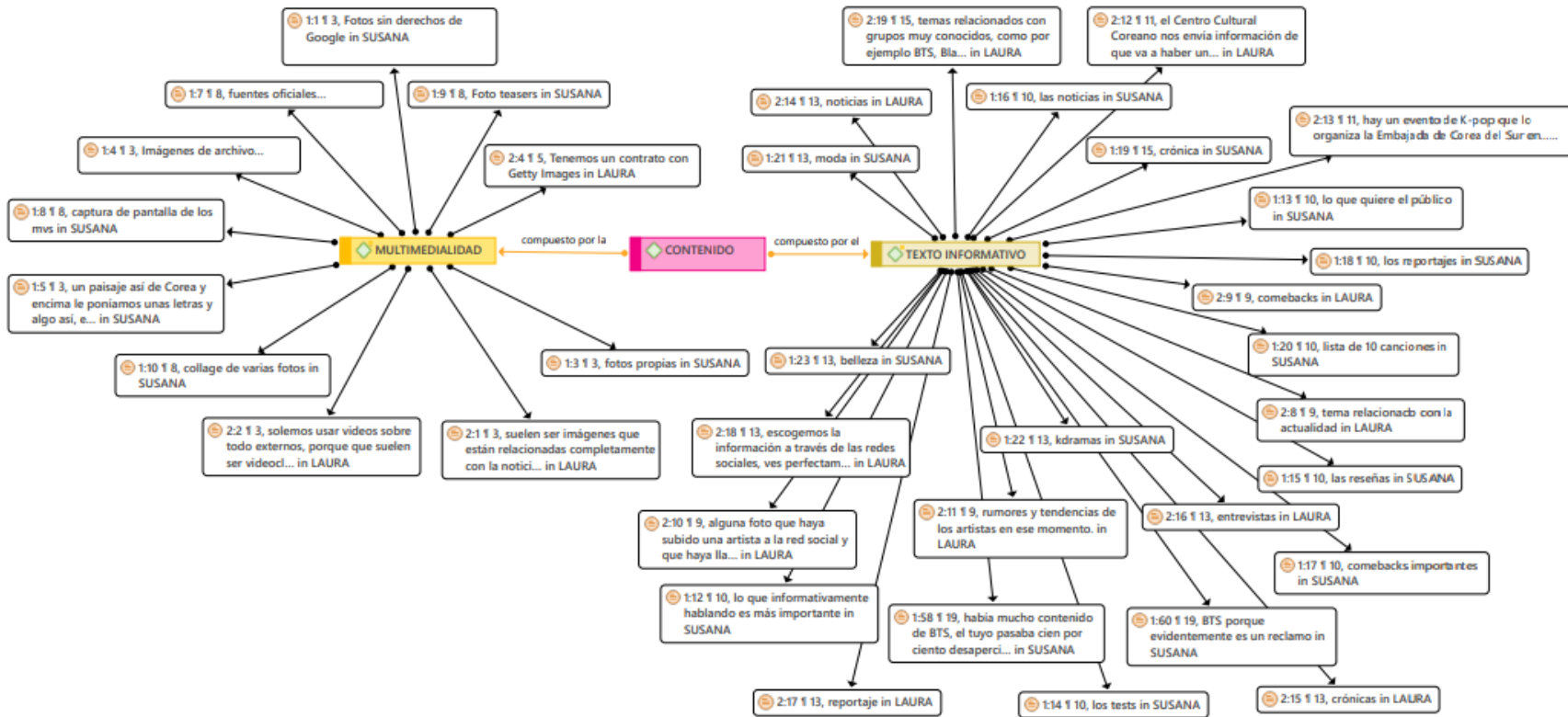
Gráfico 1

Categorías



Elaboración propia mediante el programa Atlas.ti

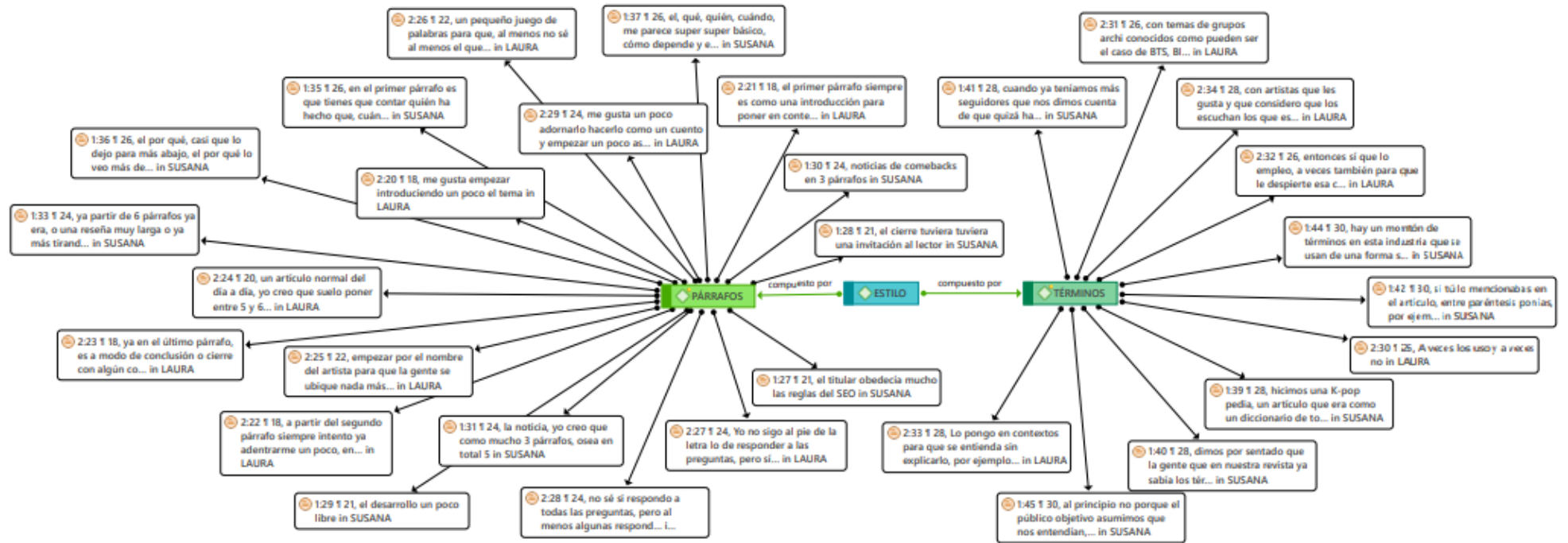
Gráfico 2
Contenido



Elaboración propia mediante el programa Atlas.ti

Gráfico 3

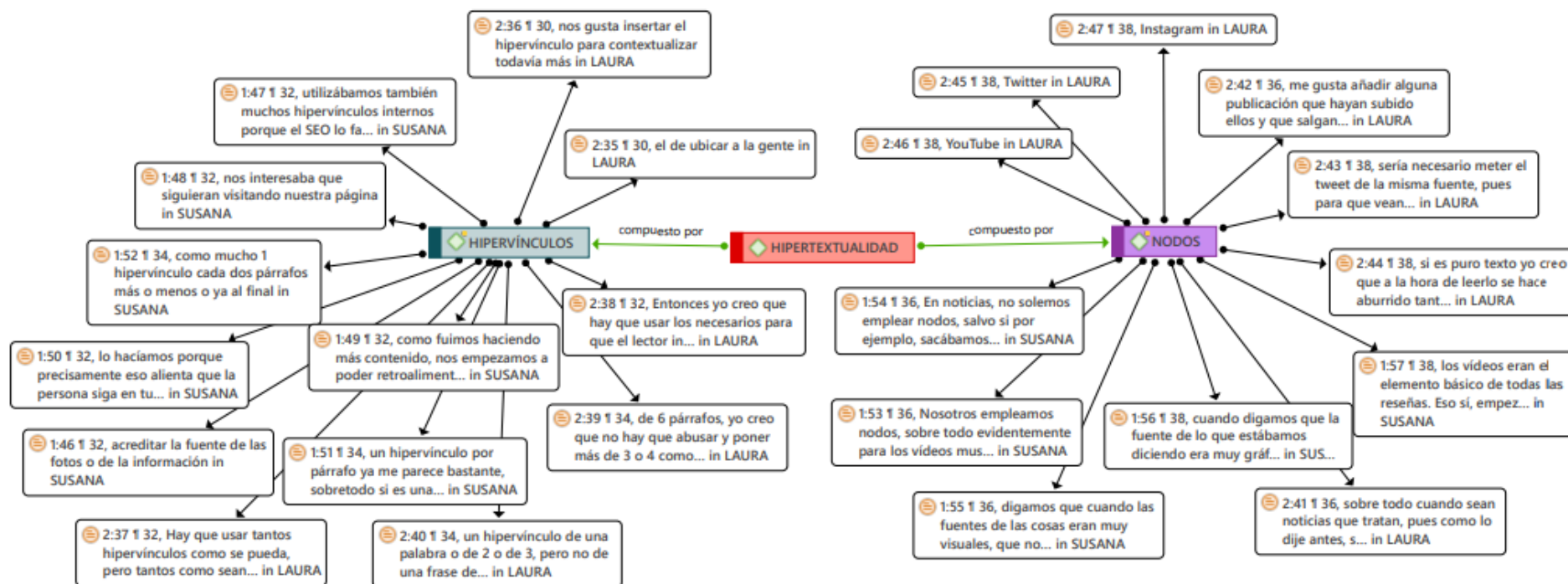
Estilo



Elaboración propia mediante el programa Atlas.ti

Gráfico 4

Hipertextualidad



Elaboración propia mediante el programa Atlas.ti

Anexo 5

CONSENTIMIENTO INFORMADO DE LAS ENTREVISTADAS

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Título de la investigación: Tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio, junio 2022

Investigadoras: LIZARBE CASTRO, Jackeline Stefanny y VEGA SULCA, Anali Marisela.

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en una investigación titulada "Tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio, junio 2022", cuyo objetivo de la investigación es describir el tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado, de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad César Vallejo del campus Ate, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución.

Asimismo, el impacto de la investigación trasciende a que en la actualidad el tratamiento periodístico se ha visto irrumpido por el surgimiento de nuevas temáticas como el K-pop que vienen a ser demandadas por el lector, donde los periodistas se ven en la obligación de abordar este tipo de contenido que antes eran desconocidos para ellos, conllevando a que muchas veces la información no sea abordada de manera adecuada debido a la carencia de conocimiento e información que se llega a tener sobre determinado tema; sin embargo, la principal función del periodismo es mantener al día a la población sobre asuntos públicos de interés, pero ahora se ingresa en un gran debate, si este se mantiene como servicio público con el fin de informar o si su verdadera finalidad es solo abordar temas que aumenten el tráfico de red de su página web.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se realizará una entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: " Tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio, junio 2022".
2. Esta entrevista tendrá un tiempo aproximado de 1 hora y se realizará virtualmente por la plataforma de Zoom, las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

En el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Los resultados de la investigación se le alcanzará al término de la investigación. No recibirá algún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia de las investigadoras y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

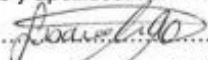
Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con las Investigadoras LIZARBE CASTRO, Jackeline Stefanny y VEGA SULCA, Anali Marisela, email: ilizarbe@ucvvirtual.edu.pe y amvegav@ucvvirtual.edu.pe y Docente Asesor PARIONA BENAVIDES, Mariela Teresa email: mparionab@ucvvirtual.edu.pe

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: Susana Matonda Muñoz

Firma: 

Fecha y hora: 05.10.2022

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Título de la investigación: Tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio, junio 2022

Investigadoras: LIZARBE CASTRO, Jackelinne Stefanny y VEGA SULCA, Anali Marisela.

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en una investigación titulada "Tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio, junio 2022", cuyo objetivo de la investigación es describir el tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado, de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad César Vallejo del campus Ate, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución.

Asimismo, el impacto de la investigación trasciende a que en la actualidad el tratamiento periodístico se ha visto irrumpido por el surgimiento de nuevas temáticas como el K-pop que vienen a ser demandadas por el lector, donde los periodistas se ven en la obligación de abordar este tipo de contenido que antes eran desconocidos para ellos, conllevando a que muchas veces la información no sea abordada de manera adecuada debido a la carencia de conocimiento e información que se llega a tener sobre determinado tema; sin embargo, la principal función del periodismo es mantener al día a la población sobre asuntos públicos de interés, pero ahora se ingresa en un gran debate, si este se mantiene como servicio público con el fin de informar o si su verdadera finalidad es solo abordar temas que aumenten el tráfico de red de su página web.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se realizará una entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: " Tratamiento periodístico del K-pop en el diario digital El Comercio, junio 2022".
2. Esta entrevista tendrá un tiempo aproximado de 1 hora y se realizará virtualmente por la plataforma de Zoom, las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

En el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Los resultados de la investigación se le alcanzará al término de la investigación. No recibirá algún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia de las investigadoras y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con las Investigadoras LIZARBE CASTRO, Jackelinne Stefanny y VEGA SULCA, Anali Marisela, email: lizarbe@ucvvirtual.edu.pe y amvegav@ucvvirtual.edu.pe y Docente Asesor PARIONA BENAVIDES, Mariela Teresa email: mparionab@ucvvirtual.edu.pe

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: ... Laura Coca García

Firma: 

Fecha y hora: ..7/10/2022 - 18:00 horas (España)

Anexo 6

GUÍAS DE OBSERVACIÓN

Guía de observación N°1				
Diario	El Comercio			
Link de la edición	https://elcomercio.pe/luces/musica/bts-en-estados-unidos-cuando-y-donde-ver-a-bangtan-en-la-casa-blanca-en-vivo-joe-biden-jungkook-rm-jimin-y-jin-i-hope-suga-t-dex-noticia/			
Fecha de edición	01/06/2022			
Titular	BTS: Este fue el discurso de Bangtan en la Casa Blanca VIDEO			
Unidad temática	Categoría	Sub categoría	Descripción	Interpretación
Tratamiento periodístico	Contenido	Multimedia	La fotografía principal muestra a Jimin dando el discurso en la Casa Blanca, mientras que los otros integrantes lo escuchan atentamente, todos ellos vestidos de manera formal; por otro parte, en el screenshot tomado de una historia subida por Taehyung de BTS, solo se ven nubes. Cabe resaltar que la primera fotografía se nota borrosa y sin calidad.	La fotografía utilizada muestra relación con el tema a tratar; sin embargo, omiten la fuente oficial y solo colocan un pie en la imagen en referencia al titular.
		Texto informativo	El tema que se abordó fue sobre el discurso que dio BTS en la Casa Blanca y, asimismo, el género periodístico que se mantuvo fue el informativo.	El texto manifiesta varios datos que ahondan más la información, pero que a su vez denota un desorden en la redacción.
	Estructura	Párrafos	Se emplearon 11 párrafos en todas la información de la nota, uno con 5 líneas, dos con 6 líneas, uno con 7 líneas y un diálogo citado, en el cual fueron 17 líneas.	Los párrafos generan que la información se entienda mejor, debido a que en cada una de ellas se va cambiando de tema, pero todo en alusión a un hecho central.
		Términos	Los términos que se utilizaron fueron ARMY (Adorable Representative M.C. for Youth), que hace referencia al club de fans de BTS.	Los términos muestran que la información está enfocada para las personas que conocen sobre el tema, debido a que no colocan el significado del término que se utilizó en la redacción.
	Hipertextualidad	Hipervínculos	Se presentan hipervínculos que profundizan la información, tales como: BTS BTS en la Casa Blanca: ¿por qué se reunirá la boyband con el presidente de Estados Unidos , BTS: Radio Past & Present: hora y dónde ver el show de radio de Bangtan , BTS: Series de Netflix que Bangtan recomienda , BTS K-pop , BTS: ¿Qué miembro de Bangtan es compatible con tu signo zodiacal?	Los hipervínculos empleados que te trasladan a otra noticia en su mismo portal, ayuda a que las personas fanáticas de este grupo de K-pop pasen más tiempo en su portal web, leyendo otras noticias pero de la misma agrupación.
		Nodos	En la nota se muestra una previsualización de cada uno de los nodos empleados: Se inserta un nodo de Youtube, que corresponde a la conferencia completa de BTS en la Casa Blanca: https://youtu.be/KEFMNXap8hk Y otros que corresponden a Twitter: Este es un tweet de la usuaria @BANGT4NBEST en donde se puede visualizar los horarios para ver la conferencia de prensa de BTS en La Casa Blanca en los distintos países de Latinoamérica: Estefany SEXTY NUKIM/MAPLER en Twitter: "Horarios para ver la conferencia de prensa de BTS en La Casa Blanca el día de hoy no olviden activar su recordatorio @BTS_tweet ✓Martes 31 de mayo 12:30 PM 01:30 PM 02:30 PM 08:30 PM 03:30 PM Link:https://t.co/TNbDa7OHjd" / Twitter. Por otro lado, también se adjunta un tweet del ABC News Live, en donde se muestra una cita textual de la presentación del grupo BTS en la Casa Blanca y se adjunta el video de ello. https://twitter.com/ABCNewsLive/status/1531713629690773504?s=20&t=3nBbvM5L9AXvHFEZdbuUQ	El nodo de YT utilizado va más orientado a las personas que saben inglés, para que en lugar de leer la nota completa, sepan a mayor profundidad sobre el acontecimiento; de igual manera, con respecto a los nodos de Twitter ayudan a que el tema de BTS en la Casa Blanca se entienda más, ello brindando más información (horarios, diálogo, etc.).

Guía de observación N°2				
Diario	El Comercio			
Link de la edición	• https://elcomercio.pe/luces/musica/bts-en-la-casa-blanca-y-jungkook-se-vuelven-virales-debido-a-peculiar-foto-taekook-k-pop-idol-tdex-noticia/			
Fecha de edición	02/06/2022			
Titular	BTS: V y Jungkook se vuelven virales debido a peculiar foto en la Casa Blanca			
Unidad temática	Categoría	Sub categoría	Descripción	Interpretación
Tratamiento periodístico	Contenido	Multimedia	La fotografía principal muestra a Taehyung (V) y a Jungkook (JK) juntos en un primerísimo primer plano, ambos sonriendo y, como se logra ver una parte del brazo de Taehyung por la parte de atrás del cuello de Jungkook, es notorio que lo está abrazando. Fuente de la imagen:	La foto principal si bien es de los miembros de BTS nombrados en la noticia, no forma parte de lo sucedido en la Casa Blanca. La fotografía posee pie de foto y la fuente.
		Texto informativo	El tema tratado es que V y Jungkook se vuelven virales debido a una foto en la Casa Blanca; el género utilizado es el informativo.	La información es amplia, puesto que se narraron hechos pasados (el discurso dado por BTS en la Casa Blanca).
	Estructura	Párrafos	Se presentan 5 párrafos en total, uno con 3 líneas, uno con 7 líneas, dos con 8 líneas y una con 9 líneas.	Los párrafos son amplios y no están yendo al punto exacto de la fotografía que se menciona en el titular, según Marcos-García et al. (2021) nos dicen que la brevedad "es un factor que resulta especialmente significativo para los lectores que disponen de poco tiempo y solo pueden consultar la información en momentos puntuales" (p.558).
		Términos	El término que se utilizó en una parte de la redacción fue el de "Taekook" que hace referencia a la shipp entre los dos miembros de BTS (Taehyung y Jungkook).	El término empleado y la aclaración sobre el significado de este, ayuda a mejorar la comprensión de los lectores que no están familiarizados con el grupo en cuestión.
	Hipertextualidad	Hipervínculos	Los hipervínculos que se utilizaron fueron: BTS: Este fue el discurso de Bangtan en la Casa Blanca VIDEO , BTS, Radio Past & Present - Horarios y dónde ver el show de radio de Bangtan , BTS K-pop , BTS: ¿Qué miembro de Bangtan es compatible con tu signo zodiacal?	Los hipervínculos que se usaron, generan que los lectores interesados en el grupo BTS, se dirijan a otras noticias de la misma agrupación para que así aumente el tráfico en su red.
		Nodos	En la nota se muestra una previsualización de cada uno de los nodos empleados: El nodo de Twitter empleado es de la usuaria @alba_s18, en donde se puede apreciar en la descripción lo siguiente "Mi nueva foto favorita, estoy llorando 🥺🥺🥺 #Taekook" acompañado de una foto de los 2 miembros (Taehyung y Jungkook) vestidos de manera formal y sonriendo en la conferencia de la Casa Blanca: https://twitter.com/alba_s18/status/1531712073054310400?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etwaeemembed%7Cwterm%5E1531712073054310400%7Cwgr%5E832e05989ad7893874183164a9fbd77e9a5c7d8%7Cwcon%5E1_s18&ref_url=https%3A%2F%2Felcomercio.pe%2Fluces%2Fmusica%2Fbts-en-la-casa-blanca-y-jungkook-se-vuelven-virales-debido-a-peculiar-foto-taekook-k-pop-idol-tdex-noticia%2F Asimismo, se presencia el tweet de la usuaria @taekook2601x, con la descripción "I'm here" 📍 que va acompañado de un video de 13 segundos, en el cual se ve a Taehyung y Jungkook juntos (miembros del grupo BTS) vestidos de manera formal en la Conferencia dada en la Casa Blanca. https://twitter.com/taekook2601x/status/1531715394720907264?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etwaeemembed%7Cwterm%5E1531715394720907264%7Cwgr%5E832e05989ad7893874183164a9fbd77e9a5c7d8%7Cwcon%5E1_s18&ref_url=https%3A%2F%2Felcomercio.pe%2Fluces%2Fmusica%2Fbts-en-la-casa-blanca-y-jungkook-se-vuelven-virales-debido-a-peculiar-foto-taekook-k-pop-idol-tdex-noticia%2F	Los nodos empleados conducen a abrir hilos de la fotografía que se viralizó, para así ver tanto los comentarios, retuits y reacciones de las fanáticas del grupo BTS y del shipp (Taekook), generando con ello mayor ampliación en la información.

			<p>7264?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etwaeemembed%7Cwterm%5E1531715394720907264%7Cwgr%5E832e05989ad7893874183164a9fbd77e9a5c7d8%7Cwcon%5E1_s18&ref_url=https%3A%2F%2Felcomercio.pe%2Fluces%2Fmusica%2Fbts-en-la-casa-blanca-y-jungkook-se-vuelven-virales-debido-a-peculiar-foto-taekook-k-pop-idol-tdex-noticia%2F.</p> <p>Por último, se adjunta el tweet de la usuaria @TH_YUNNI1199 , en donde coloca como descripción "no diré nada porque perfectamente podría ser yooco 🥺🥺 #taekook" acompañado de dos fotos en la cual se aprecia las manos de una persona con su celular, tomando una fotografía de los miembros Taehyung y Jungkook, quienes se encontraban uno al lado del otro, al momento de realizar la Conferencia en la Casa Blanca. https://twitter.com/TH_YUNNI1199/status/1531725524309102595?s=20&tr=DRpkdITjrv4dRzI43rxZw</p>	
--	--	--	--	--

Guía de observación N°3				
Diario	El Comercio			
Link de la edición	https://elcomercio.pe/luces/musica/bts-hora-y-donde-ver-el-show-de-radio-de-bangtan-apple-music-proof-radio-past-present-radio-past-and-present-k-pop-idol-tdex-noticia/			
Fecha de edición	04/06/2022			
Titular	BTS, Radio Past & Present : Horarios y dónde ver el show de radio de Bangtan			
Unidad temática	Categoría	Sub categoría	Descripción	Interpretación
Tratamiento periodístico	Contenido	Multimedia	La fotografía muestra a los 7 miembros del grupo BTS, vestidos de traje amarillo, con 3 premios en las manos de Jungkook, Jimin y J-hope, todos están felices.	La fotografía guarda relación, puesto que se muestra al grupo BTS; sin embargo esta solo posee pie de foto mas no su fuente de origen.
		Texto informativo	El tema tratado es sobre los horarios y la plataforma en donde se transmitirá la presentación de BTS, Radio Past & Present. El género empleado es el informativo.	La información está presentada de manera extensa; sin embargo, los subtítulos subrayados generan que se vea de manera concisa la noticia presentada.
	Estructura	Párrafos	Se presentan 6 párrafos en total, uno con 5 líneas, uno con 6 líneas, uno con 7 líneas, uno con 8 líneas y dos con 9 líneas.	Los párrafos de 9 líneas, generan un cansancio al leer, ello según la página web Pyme World, quienes mencionan que "los usuarios digitales son pésimos lectores: la mayoría escanean los textos más que leerlos completos".
		Términos	Emplean términos como "comeback", "Bangtan", "Idols" y "boyband".	Los términos empleados le dan un mayor estilo de K-pop a la redacción.
	Hipertextualidad	Hipervínculos	BTS: Revive el discurso de Bangtan en la Casa Blanca BTS: Series de Netflix que Bangtan recomienda BTS K-pop BTS "Proof": ¿Qué canciones fueron escogidas por los miembros para el nuevo álbum?	Utilizan los hipervínculos para garantizar que la fanática del grupo BTS permanezca más tiempo en el sitio web, leyendo sobre su grupo favorito, ello puede generar que en otras oportunidades elijan su diario como mejor opción para informarse.
		Nodos	En la nota se muestra una previsualización de cada uno de los nodos empleados: En primera instancia, se coloca el link de spotify que te dirige a una compilación de 42 canciones de BTS, que lleva por título "BTS RADIO, PAST AND PRESENT": https://open.spotify.com/playlist/4sAIQG5zqj10kPXF8pjsM?si=Cg_hblf3TDSzj9xEP3ObHQ&utm_source=copy-link&nd=1/ De igual manera, se adjunta el tweet de la página oficial de BTS @bts_bighit en donde se anuncia en la descripción "Excited to announce our first episode of #BTSRadio goes live at 6am (PT), 10pm (KST) on 5/28 only on @applemusic. Stay tuned! 🎧 https://t.co/EjWZXIU7Ehttps://t.co/g5Qjrt2dgd " / Twitter	El uso de los nodos, logra que la noticia se pueda entender mejor, debido a que se ven datos extras de la información (horarios, link de spotify con las canciones, etc.).

			<p>http://apple.co/BTSRadio" acompañado de una fotografía oficial de los miembros de BTS, todos vestidos con ropa azul marino y complementado con el título en la imagen "BTS RADIO: PAST AND PRESENT" BTS oficial en Twitter: "Excited to announce our first episode of #BTSRadio goes live at 6am (PT), 10pm (KST) on 5/28 only on @applemusic. Stay tuned! 🎧 https://t.co/EjWZXIU7Ehttps://t.co/g5Qjrt2dgd" / Twitter</p> <p>Por último se adjunta el tweet de @ValuJim433, quien anuncia que el nuevo show de BTS se lanzará a través de Apple Music llamado "BTS radio: past and present", asimismo la imagen que acompaña la descripción es una en donde están los miembros de BTS en una presentación vestidos todos con ropa formal negra. Valu 🎧 en Twitter: "🎧 @BTS_twt lanzará un nuevo show a través de Apple Music llamado "BTS radio: past and present", el show contará con tres episodios que serán emitidos semanalmente a partir del 28 de Mayo. Mediante este show, se espera que los chicos cuenten a sus oyentes sus grandes + https://t.co/d6HmkyDgB" / Twitter</p>	
--	--	--	---	--

Guía de observación N°4				
Diario	El Comercio			
Link de la edición	https://elcomercio.pe/luces/musica/bts-prepara-para-army-my-bts-story-un-nuevo-proyecto-junto-a-youtube-festa-2022-proof-bangtan-k-pop-idoi-tdex-noticia/			
Fecha de edición	07/06/2022			
Titular	BTS: Conoce la sorpresa que prepara Bangtan para ARMY junto a Youtube			
Unidad temática	Categoría	Sub categoría	Descripción	Interpretación
Tratamiento periodístico	Contenido	Multimedia	En la fotografía se muestra a los 7 miembros del grupo BTS, 4 de ellos están sonriendo (J-hope, Jimin, Suga y Jin) mientras que los restantes mantienen una expresión seria (Taehyung, Jungkook y Namjoon); asimismo, están vestidos con ropas casuales pero que se asemejan a algunos de vaqueros, de igual forma hacen distintos símbolos con sus manos (Jimin, Taehyung y Jin). Fuente de la imagen: @bts_bighit	La fotografía guarda relación con la nota, pues se muestra al grupo BTS; asimismo, posee pie de foto y la fuente respectiva.
		Texto informativo	El tema desarrollado es sobre la sorpresa que prepara BTS para ARMY junto a Youtube, siendo parte del género informativo.	Toda la información presentada hace referencia al titular; sin embargo, un párrafo hace mención al FESTA, lo cual vendría siendo un tema aparte por todo lo que compete.
	Estructura	Párrafos	Se muestran 5 párrafos en total, uno con 5 líneas, dos con 6 líneas, dos con 8 líneas y una con 11 líneas.	La cantidad de párrafos es correcta para la redacción; pero el de 11 líneas genera una desorganización en la estructura que está presentando, es por ello que García (2020) sostiene que "debe tomarse en consideración ciertos elementos como un estilo de redacción sintético; además las cláusulas de redacción deben ser breves y los párrafos cortos para lograr una mayor concisión" (p.27).
		Términos	Se emplean términos como ARMY, Bangtan boys y Bangtan Sonyeondan en la redacción.	Los términos empleados no se muestran con sus significados, que a pesar de ser conocidos para todo fan del grupo es fácil de discernir a qué se refiere, pero resultará difícil para una persona que no es conocedor de la agrupación.
	Hipertextualidad	Hipervínculos	Se encuentran los siguientes hipervínculos: BTS: Qué dijo Liam Payne de One Direction sobre Bangtan que enojó a ARMY BTS, FESTA 2022: Conoce lo que prepara Bangtan para su noveno aniversario BTS K-pop BTS en MTV Miaw 2022: Link y cómo votar por Bangtan	En una parte de la redacción se hace mención que junio es un mes importante para BTS y ARMY, los hipervínculos utilizados ayudan a manifestar ello, menos el primero que es una información indirectamente sobre el grupo.
		Nodos	En la nota se muestra una previsualización del nodo empleado: Se adjunta una publicación del Twitter oficial de BTS @bts_bighit, en donde la descripción "Make Your BTS Story History https://youtube.com/shorts/fuCHzEepJ9I " #MyBTStory #BTS #방탄소년단, viene acompañado de una previsualización del video de Youtube llamado "#MyBTStory Make Your BTS Story History". https://twitter.com/bts_bighit/status/153320709994350592?s=20&t=BPEsQWlTHNAKs9S8p4I96g https://twitter.com/BTSquadInfo/status/1533137039075557377?s=20&t=yFRpT0ISBX8KK1BN5hMPg https://twitter.com/namjoonspebble/status/1533192690086645761?s=20&t=cOfDbKsUwH6i8dLmu6aqYA https://twitter.com/BTS_2015_ARMY/status/1533551386566303746?s=20&t=wD-Aq3c2JszZq-vaS8eS9Q	Los nodos ayudaron a que la noticia se entendiera mejor y, es que en lugar de solo usar imágenes, es mejor colocar la fuente directa para ampliar la información.

Guía de observación N°5				
Diario	El Comercio			
Link de la edición	https://elcomercio.pe/luces/musica/bts-y-liam-payne-que-dijo-el-ex-one-direction-de-bangtan-que-enojo-a-army-1d-k-pop-idoj-tdex-noticia/			
Fecha de edición	07/06/2022			
Titular	BTS: Qué dijo Liam Payne de One Direction sobre Bangtan que enojó a ARMY			
Unidad temática	Categoría	Sub categoría	Descripción	Interpretación
Tratamiento periodístico	Contenido	Multimedia	La imagen utilizada muestra por el lado izquierdo a Liam Payne con una media sonrisa, vestido con un polo y pantalón negro (plano medio), y por el lado derecho se encuentra el grupo BTS, 4 con ropa negra (Taehyung, Namjoon, Jimin y Jhope), mientras que Suga, Jungkook y Jin van de blanco, todos ellos tienen una expresión seria.	La imagen si tiene relación con la nota, puesto que se coloca a ambos separados (Liam Payne y BTS) denotando rivalidad. Posee pie de imagen mas no las fuentes de ambas.
		Texto informativo	El tema tratado es en base a lo que dijo Liam Payne de One Direction sobre BTS y que causó la molestia del club de fans; el género utilizado fue el informativo.	La información a pesar de ser enriquecedora, es muy amplia y, a menudo vuelve a decir lo mismo que en párrafos anteriores, de igual manera, los errores ortográficos y gramaticales hacen perder la calidad informativa, a ello Romero (2018) señala que "las noticias cumplen con la obligación de evitar los circunloquios, redundancia o repetición de ideas".
	Estructura	Párrafos	Se utilizaron 10 párrafos en total, dos de 4 líneas, tres de 5 líneas, uno de 6 líneas, uno de 7 líneas y tres de 10 líneas.	La cantidad de párrafos es mucho para la redacción en la web; si bien se juega con la cantidad de líneas, los de 10 generan un cansancio al momento de leer, según Rodríguez (2020) si es un tema muy importante, la noticia será un poco más grande, pero si el tema es menor la noticia debe ser de menor tamaño, con menor detalle".
		Términos	Se emplearon términos como: ARMY, Bangtan Sonyeondan, 1D, stream y 5SOS Family.	Los términos que se usan al no llevar el significado a un lado, puede ocasionar que los lectores que no se encuentran familiarizados con ellos no puedan leer y entender la información correctamente.
	Hipertextualidad	Hipervínculos	Los hipervínculos que se muestran en la redacción son: BTS en MTV Miaw 2022: Link y cómo votar por Bangtan BTS, Proof: Censuran canciones del nuevo álbum de Bangtan ¿cuáles y por qué? BTS K-pop Conoce la sorpresa que BTS prepara para ARMY junto a Youtube	Los hipervínculos empleados, hacen referencia a BTS entre buenas y malas noticias, generando curiosidad.
		Nodos	En la nota se muestra una previsualización de cada uno de los nodos empleados: En primer lugar, se adjunta el link de Twitter de la usuaria @lukestan101 en donde coloca como descripción "What im most upset about this liam shit" acompañado de un video de 15 segundos en donde la usuario graba el momento en donde Liam Payne se expresa mal de BTS a lo cual la ella reacciona haciendo un gesto obscuro con su mano. https://twitter.com/lukestan101/status/1531885853546520578?s=20&t=Pl_vWdm8lSylBdHO7UZGg https://twitter.com/marducco/status/1375990769337655296?s=20&t=D_oaaz7UPb4YrM8scrEMOw Por otro lado, se adjunta el tweet de la usuaria @majorrodriguezH en donde manifiesta lo siguiente: "Chale sigo sacada de pedo pensando en Liam diciendo que el kpop y 5sos "have kind of reignited the thing" ??? As in 1D	Los nodos usados ayudan a que la información se amplie, puesto que te lleva a las fuentes de origen en donde se ve el descontento de las fans con respecto al ex artista de la banda One Direction.

			siendo la mejor boyband 🥰 also... 5sos "DID" pretty well? Que alguien le explique al man jajajajaja Q feo caso de veras". https://twitter.com/majorrodriguezH/status/1532202616326967298?s=20&t=cjZ3auikD05vEPjU6_Hn1Q https://twitter.com/Peracla/status/1532062644345024515?s=20&t=4MM5kIB9zntczeCGeHi_g https://twitter.com/leechaiyamybae/status/1532601751626362881?s=20&t=fPjilQPvkbH1aA iTKpf_Q	
--	--	--	---	--

Guía de observación N° 6				
Diario	El Comercio			
Link de la edición	https://elcomercio.pe/luces/musica/k-pop-world-festival-peru-2022-embajada-de-corea-destacara-el-talento-para-el-canto-y-baile-noticia/			
Fecha de edición	11/06/2022			
Titular	"K-pop World Festival Perú 2022": Embajada de Corea destacará el talento para el canto y baile			
Unidad temática	Categoría	Sub categoría	Descripción	Interpretación
Tratamiento periodístico	Contenido	Multimedia	La imagen principal está compuesta por la pieza promocional del evento, la imagen se ve en baja calidad y se da los créditos a otra página.	La imagen es informativa y a la vez publicitaria ya que se da a conocer sobre el nombre del evento y los organizadores.
		Texto informativo	El tema abordado es el festival a realizarse y el género periodístico utilizado es la noticia.	Se entiende bien el tema abordado pero no se llega a dar detalles del evento y te deja con las ganas de querer más información.
	Estructura	Párrafos	Se emplearon 4 párrafos con toda la información, dos con 6 líneas, uno con 3 líneas y otro con 4 líneas.	Los párrafos son muy cortos, si bien facilita la fácil lectura genera cierto vacío de información.
		Términos	El único término que se menciona en la redacción es "K-pop", que hace referencia a Korean Popular Music.	En este caso al emplearse un término que ya está familiarizado con el lector, no necesita de una especificación para que se entienda.
	Hipertextualidad	Hipervínculos	Se pueden observar los siguientes hipervínculos: Mariah Angeliq en Lima: llevamos a probar comida marina peruana a la intérprete de "El makinon" BTS estrenó "Proof": estas son las sorpresas que trae el nuevo álbum MIRA: BTS estrenó el MV de su nuevo single "Yet To Come": Mira aquí el videoclip BTS K-pop	Los hipervínculos no tienen relación con la nota redactada lo cual hace que se pierda el sentido.
		Nodos	No se presenta ningún nodo en toda la nota.	

Guía de observación N° 7				
Diario	El Comercio			
Link de la edición	https://elcomercio.pe/luces/musica/bts-proof-live-mcountdown-fotos-para-festa-2022-y-mas-de-las-presentaciones-de-bangtan-para-su-mes-de-aniversario-mnet-festa-army-k-pop-idol-1dex-noticia/			
Fecha de edición	13/06/2022			
Titular	BTS: Proof LIVE, MCountdown, fotos para FESTA 2022 y más de las presentaciones de Bangtan en su mes de aniversario			
Unidad temática	Categoría	Sub categoría	Descripción	Interpretación
Tratamiento periodístico	Contenido	Multimedia	La fotografía principal está compuesta por una foto promocional de la participación del grupo en un evento, ha sido extraída de la cuenta oficial de Twitter del grupo y al ser descargada, la calidad de la foto es muy baja. Asimismo, se hace uso de un collage de fotos en el contenido de la nota, una foto es del grupo y las otras 3 de la locación donde serán uno de los eventos, todas sacadas de internet y en baja calidad.	Se da a entender la participación del grupo en un evento, pero solo en uno de los tantos eventos que se menciona en el titular, por otra parte, la fotografía del local en 3 distintas posiciones hace que el lector tenga una idea de cómo será el evento y la cantidad de asistentes.
		Texto informativo	El tema que se aborda en la noticia es sobre las presentaciones del grupo BTS por su mes de aniversario y el género periodístico abordado es la noticia.	Si bien el texto separa por subtítulos cada presentación que hará el grupo por su aniversario, al inicio se habla con muchos detalles referente a uno de los primeros eventos y de ahí se puede ver un descenso de información cuando se habla de los siguientes eventos, lo cual hace que el lector termine bien informado sobre un tema, pero con ciertas dudas sobre los otros.
	Estructura	Párrafos	Se emplearon 9 párrafos con toda la información, dos con 6 líneas y 4 líneas, uno con 8, 9, 3, 14 y 7 líneas.	Algunos párrafos son muy largos, lo cual genera cierto cansancio visual.
		Términos	Los términos que se mencionan en la redacción son: "BTS, K-pop, debut, Army, Bangtan, Mnet, K-media, MV, SBS, FESTA, Proof", entre otros.	La mayoría de los términos utilizados son solo conocidos por fans del género o del grupo y al no contar con una explicación de su significado hace que no todos puedan entenderlo.
	Hipertextualidad	Hipervínculos	Se pueden observar los siguientes hipervínculos: BTS, Proof LIVE: Dónde ver y a qué hora inicia la transmisión, EN DIRECTO BTS estrenó "Proof": estas son las sorpresas que trae el nuevo álbum BTS, Radio Past & Present : Horarios y dónde ver el show de radio de Bangtan BTS K-pop	Los hipervínculos si tienen relación con la información que se brinda en la nota, en este caso con el grupo.
		Nodos	Se pueden observar los 8 nodos adjuntados: El primer nodo es un tweet de una usuaria con el siguiente texto: Anuncio de M Countdown sobre BTS para su presentación la próxima semana. https://twitter.com/Megbtschiptote/status/1534858817632186370?s=20&t=51ps7sQP96mag8ZbFheBhg El segundo nodo es sobre un tweet de una cuenta de fans con el siguiente texto: [INFO] K-Media informa que BTS no realizará una conferencia de prensa para "Proof". https://twitter.com/BTSquadInfo/status/15339984859592826917s=20&t=bqDDqL_jP3AlcyqNyoweEQ El tercer nodo es un tweet de la cuenta oficial de BTS. https://twitter.com/bts_bighit/status/1533826043915735040?s=20&t=spIT_uEKmPF-aeexwEP8oA El cuarto nodo es el video musical de BTS en Youtube. https://youtu.be/9sJ_11IHpps El quinto nodo es un tweet de la cuenta de Apple music referente a BTS. https://twitter.com/AppleMusic/status/1535246494844047360?s=20&t=xfbo05AOZ750ECOlxcs2Q El sexto nodo es un tweet de Youtube igualmente	Los nodos si bien tienen relación al texto, son demasiados, lo cual es molesto muchas veces y se mezclan entre nodos de cuentas oficiales y de cuentas de fans.

			referente a BTS. https://twitter.com/YouTube/status/1535396400317575168?s=20&t=hVatixrEbQMh6RBbgVzonw El séptimo nodo es un tweet de la cuenta oficial de BTS. https://twitter.com/bts_bighit/status/1534837797395533824?s=20&t=Zk7N82GUqIF5-rRUcycw8oQ El octavo nodo es un tweet de la cuenta oficial de BTS en FESTA. https://twitter.com/bts_bighit/status/1534852872017702912?s=20&t=eCFx7Wm1r-hFbh1mS1qP2g	
--	--	--	---	--

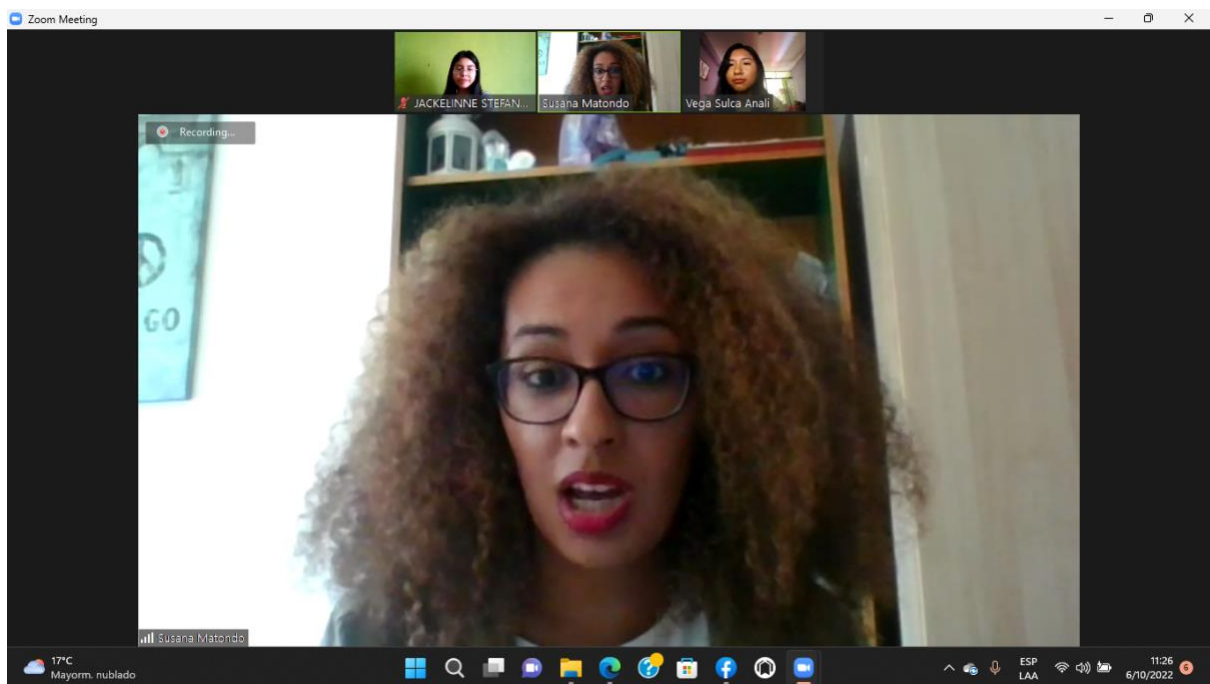
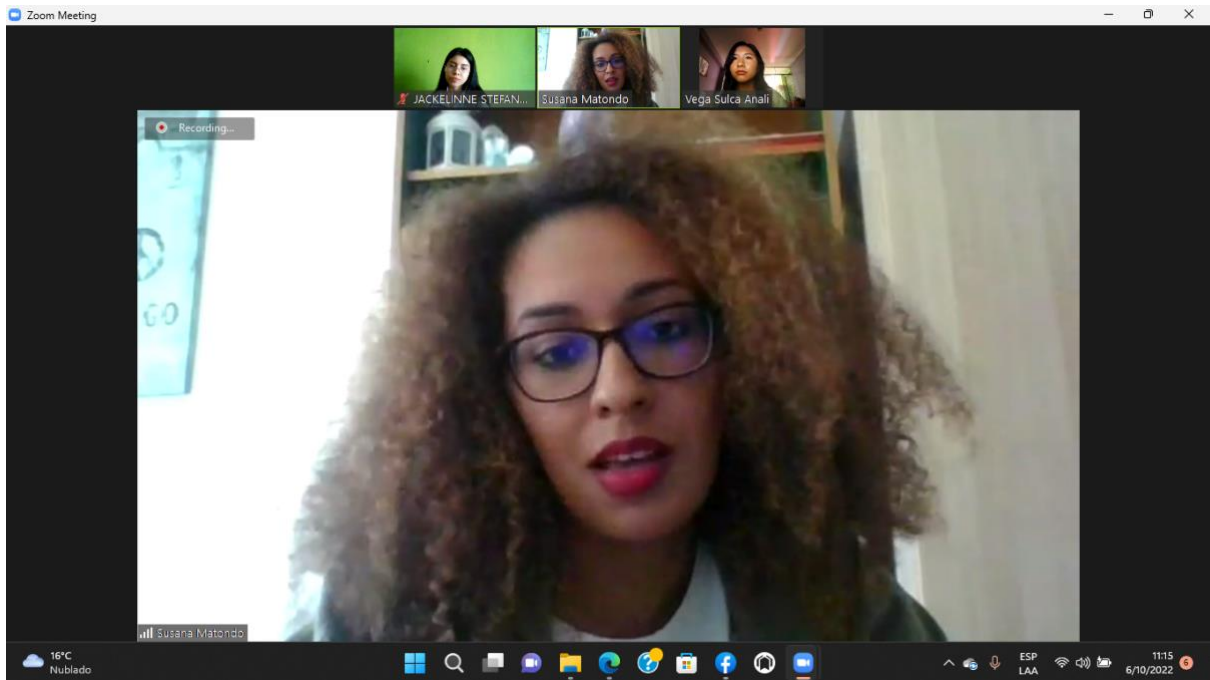
Guía de observación N° 8				
Diario	El Comercio			
Link de la edición	https://elcomercio.pe/luces/musica/bts-proof-2022-censuran-canciones-de-bangtan-cuales-y-por-que-proof-yet-to-come-the-most-beautiful-moment-que-canciones-censuraron-por-que-censuraron-a-bts-k-pop-idol-tdex-noticia/			
Fecha de edición	14/06/2022			
Titular	BTS: Canciones de Proof fueron censuradas, ¿cuáles y por qué?			
Unidad temática	Categoría	Sub categoría	Descripción	Interpretación
Tratamiento periodístico	Contenido	Multimedia	La fotografía principal está compuesta por una grupal y se le da los créditos a la cuenta oficial del grupo.	La fotografía del grupo expresa felicidad por lo cual no tiene relación con el titular que habla sobre una censura de sus canciones.
		Texto informativo	El tema abordado en la nota es sobre las canciones censuradas del álbum del grupo BTS y el género periodístico utilizado es la noticia.	El texto da a conocer de manera breve y con datos sobre la noticia, sin embargo a la vez te invita a reproducir el reciente álbum del grupo, por lo cual incluye un llamado de acción ante un suceso.
	Estructura	Párrafos	Se emplearon 6 párrafos con toda la información, tres con 8 líneas, uno con 9, 3 y 7 líneas.	Los párrafos son adecuados y contienen información necesaria.
		Términos	Los términos que se mencionan en la redacción son: "BTS, K-pop, debut, Army, Bangtan, Mnet, stream, KBS, fandom, Proof", entre otros.	La mayoría de los términos utilizados son solo conocidos por fans del género o del grupo y al no contar con una explicación de su significado hace que no todos puedan entenderlo.
	Hipertextualidad	Hipervínculos	Se pueden observar los siguientes hipervínculos: BTS: Link y cómo votar por Bangtan en los MTV Miaw 2022 BTS: ¿Qué día debutó Bangtan y cuándo celebra su aniversario? MIRA BTS: Conoce la sorpresa que prepara Bangtan para ARMY junto a Youtube MIRA BTS estrenó el MV de su nuevo single "Yet To Come": Mira aquí el videoclip BTS K-pop	Los hipervínculos si tienen relación con la información que se brinda en la nota, en este caso con el grupo.
		Nodos	Se puede observar 1 solo nodo de Youtube que es el video musical de BTS: https://youtu.be/kXpOEzNZ8hQ	En este caso no se usa mucho los nodos, solo para mostrar el reciente video musical del grupo.

Guía de observación N° 9				
Diario	El Comercio			
Link de la edición	https://elcomercio.pe/luces/musica/bts-se-separa-temporalmente-como-esta-boyband-coreana-conqui-sto-al-mundo-con-su-mensaje-de-autoestima-army-estados-unidos-usa-k-pop-noticia/			
Fecha de edición	14/06/2022			
Titular	BTS se separa temporalmente: ¿Cómo la boyband conquistó al mundo con su mensaje de autoestima?			
Unidad temática	Categoría	Sub categoría	Descripción	Interpretación
Tratamiento periodístico	Contenido	Multimedia	La fotografía principal está compuesta por una grupal, del día en que el grupo brindó un mensaje en la casa blanca en EEUU, en el contenido del texto se hace el uso de otras fotografías grupales y no se dan los créditos.	La fotografía muestra uno de los momentos más importantes del grupo en toda su carrera musical en conexión con el titular, por otro lado, las demás imágenes conectan con el texto y el tema.
		Texto informativo	El tema abordado en la redacción es sobre la separación temporal del grupo BTS y se hace uso de la reseña y la entrevista para plasmar la información	El texto es largo pero necesario, ya que se mencionan puntos importantes en relación con el titular y al incluir las entrevistas hace que sea más entretenido y emotivo.
	Estructura	Párrafos	Se emplearon 20 párrafos con toda la información, cinco con 7 líneas, 4 con 9 líneas, tres con 10 líneas, dos con 4 y 11 líneas, uno con 5, 6, 12 y 14 líneas.	Los párrafos son largos, cuentan con mucha información y las entrevistas resaltan fácilmente.
		Términos	Los términos que se mencionan en la redacción son: "BTS, K-pop, debut, Army, Bangtan, stream, KBS, fandom, boyband", entre otros.	La mayoría de los términos utilizados son solo conocidos por fans del género o del grupo y al no contar con una explicación de su significado hace que no todos puedan entenderlo.
	Hipertextualidad	Hipervínculos	Se pueden observar los siguientes hipervínculos: ¿A qué miembro de BTS te pareces más? Responde nuestra trivía MCountdown: Cómo votar, horarios y dónde ver la presentación del noveno aniversario de BTS MIRA: K-pop, la pasión coreana que miles de jóvenes peruanas llevan dentro de sí FOTOS música BTS BTS Perú Bangtan Army Argentina BTS Ecuador	Los hipervínculos si tienen relación con la información que se brinda en la nota, en este caso con el grupo.
		Nodos	Se puede observar 1 solo nodo de Youtube que es un video musical de BTS: https://youtu.be/gdZLi9oWNZg	En este caso no se usa mucho los nodos, solo para mostrar el reciente video musical del grupo.

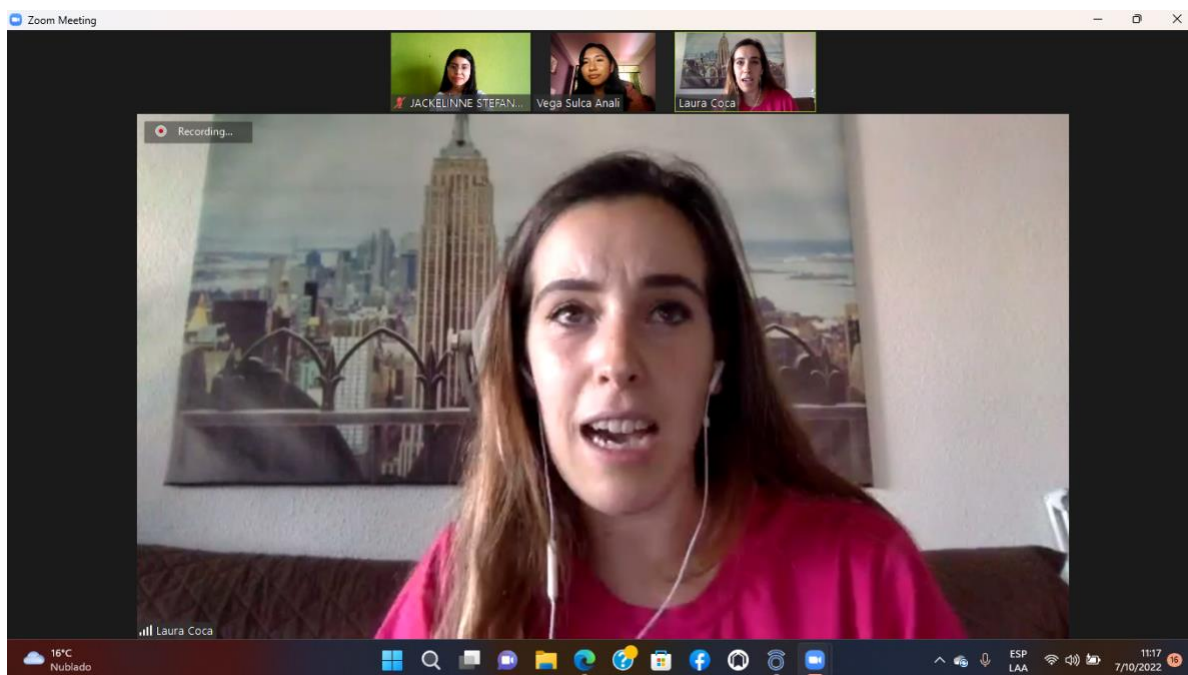
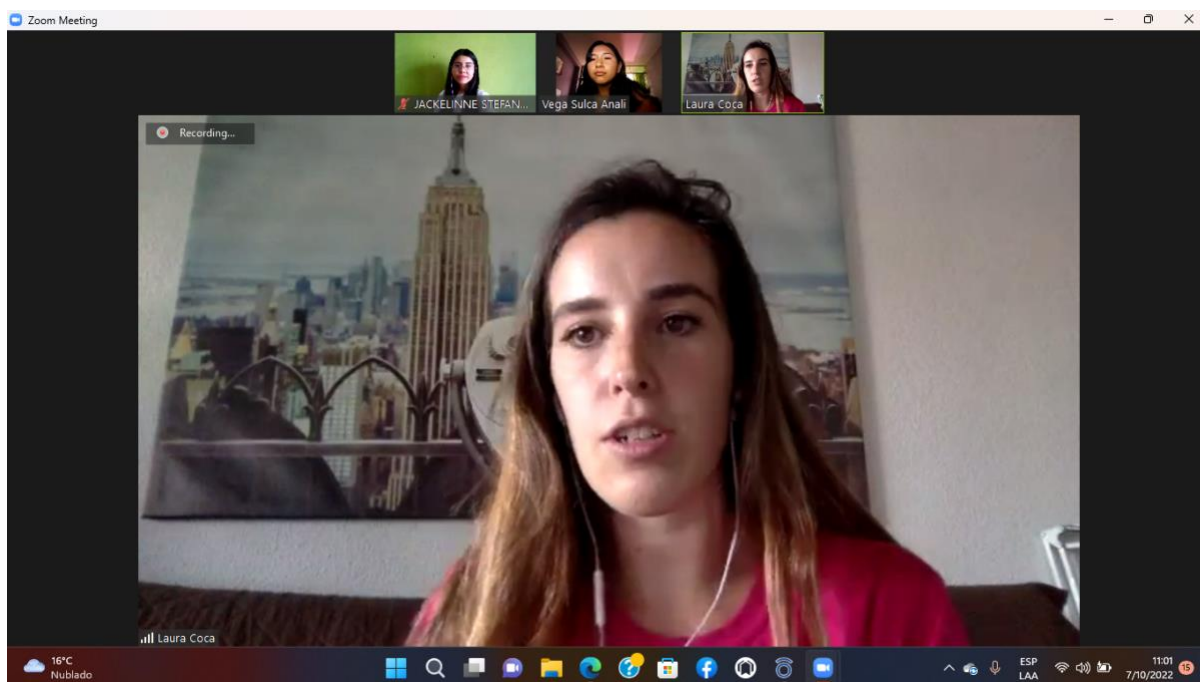
Guía de observación N° 10				
Diario	El Comercio			
Link de la edición	https://elcomercio.pe/luces/musica/bts-charlie-puth-confirma-colaboracion-con-jungkook-left-and-right-tiktok-video-celebs-rmmn-noticia/			
Fecha de edición	19/06/2022			
Titular	Charlie Puth y Jungkook de BTS confirman colaboración			
Unidad temática	Categoría	Sub categoría	Descripción	Interpretación
Tratamiento periodístico	Contenido	Multimedia	La imagen principal está compuesta por dos fotos individuales, una de Charlie Puth y otra de Jungkook ambos componen mitad de la imagen, los créditos están dirigidos a las cuentas individuales de cada uno.	La imagen se relaciona con la nota y permite conectar fácilmente.
		Texto informativo	El tema que se aborda es sobre la colaboración de Charlie con Jungkook de BTS y el género empleado es la noticia.	El texto es muy corto para toda la información que debería abordar es por ello que no se logra entender con detalles, pero sí de manera general.
	Estructura	Párrafos	Se emplearon 5 párrafos con toda la información, tres con 4 líneas, uno con 3 líneas y otro con 2 líneas.	Los párrafos son muy cortos, si bien facilita la fácil lectura genera cierto vacío de información.
		Términos	El único término que se menciona en la redacción es "BTS", que hace referencia al nombre del grupo.	En este caso al emplearse un término que ya está familiarizado con el lector, no necesita de una especificación para que se entienda.
	Hipertextualidad	Hipervínculos	Se pueden observar los siguientes hipervínculos: BTS: ¿J-Hope sacará un álbum como solista? Esto es lo que se sabe BTS: ¿por qué la banda anunció su separación temporal? MIRA: BTS: ¿Qué planes tiene Jungkook como solista?	Algunos de los vínculos tienen cierta relación con la nota ya que hablan de Jungkook, j-hope y de BTS que es el grupo al que pertenecen, pero no hay ninguno que se relacione con Charlie Puth.
		Nodos	Se pueden observar los 2 siguientes nodos de Instagram y Youtube: En el primer nodo de Instagram se puede ver un vídeo de Jungkook, miembro de BTS. https://www.instagram.com/reel/Ce4uX8WliKY/?utm_source=ig_web_copy_link El segundo nodo de Youtube es un vídeo informativo en inglés que habla sobre esta colaboración de Jungkook y Charlie Puth. https://youtu.be/hr4HzlUy5Nk	En este caso no se usan mucho los nodos, pero los usados permiten fácilmente entender la noticia ya que te resumen todo.

Anexo 7

ENTREVISTA CON SUSANA MATONDO MUÑOZ



ENTREVISTA CON LAURA COCA GARCÍA





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, MARIELA TERESA PARIONA BENAVIDES, docente de la FACULTAD DE CC. COMUNICACION de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ATE, asesor de Tesis Completa titulada: "TRATAMIENTO PERIODÍSTICO DEL K-POP EN EL DIARIO DIGITAL EL COMERCIO, JUNIO 2022", cuyos autores son LIZARBE CASTRO JACKELINNE STEFANNY, VEGA SULCA ANALI MARISELA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 7.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis Completa cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 18 de Noviembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
MARIELA TERESA PARIONA BENAVIDES DNI: 09722329 ORCID: 0000-0003-4279-0154	Firmado electrónicamente por: MPARIONAB el 01- 12-2022 21:23:49

Código documento Trilce: TRI - 0445795