



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS  
DE LA COMUNICACIÓN**

**Análisis de tres redes sociales en la promoción del K-POP: Caso de  
una Agencia de entretenimiento, 2021**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

**AUTORA:**

Palacios Galindo, Leidy ([orcid.org/0000-0002-8775-3181](https://orcid.org/0000-0002-8775-3181))

**ASESOR:**

Dr. Medrano Carbajal, Adolfo Manuel ([orcid.org/0000-003-3167-967X](https://orcid.org/0000-003-3167-967X))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2022

## **Dedicatoria**

Al dador de la vida, mi Dios, porque su amor y misericordia me ha acompañado en cada paso de mi vida. A mi madre, porque todas mis metas alcanzadas son el reflejo del amor, apoyo y confianza puesta en mí.

## **Agradecimiento**

Estoy eternamente agradecida con Dios porque es quien bendice mis pasos. Toda mi gratitud para mi madre, por creer en mí y nunca soltar mi mano. A mi fiel compañero, mi pequeño Hiro, por estar conmigo en tantas noches de desvelo y a Super Junior porque con su música me acompañaron en este trayecto. Así también, agradezco a mi asesor Dr. Adolfo Medrano Carbajal, porque sus conocimientos han sido de gran ayuda para esta investigación.

## Índice de contenidos

Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de tablas .....	v
Resumen .....	vi
Abstract .....	vii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	5
III. METODOLOGÍA.....	30
3.1 Tipo y diseño de investigación .....	30
3.2 Categorías, Subcategorías, Códigos y Matriz de categorización .....	31
3.3 Escenario de estudio.....	33
3.4 Participantes .....	33
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	35
3.6 Procedimiento .....	36
3.7 Rigor Científico.....	38
3.8 Método de análisis de datos.....	40
3.9 Aspectos éticos .....	41
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	42
V. CONCLUSIONES.....	67
VI. RECOMENDACIONES .....	68
REFERENCIAS.....	69
ANEXOS .....	79

## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b>	<i>Entrevistados</i>	34
<b>Tabla 2</b>	<i>Materiales de Estudio</i>	37
<b>Tabla 3</b>	<i>Ficha técnica 1</i>	37
<b>Tabla 4</b>	<i>Ficha técnica 2</i>	37
<b>Tabla 5</b>	<i>Juicio de Expertos</i>	39

## **Resumen**

La presente investigación tuvo como objetivo analizar las características de tres redes sociales como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento. De igual manera, la investigación fue de tipo aplicada, con enfoque cualitativo y diseño fenomenológico. En cuanto a la recolección de datos, se emplearon los instrumentos fichas de observación aplicadas a las publicaciones en las cuentas oficiales de SM Entertainment en Facebook, Twitter y Youtube durante el mes de diciembre del 2021, así también la guía de entrevista aplicadas a las especialistas en el K-pop. Por lo tanto, se concluyó que SMCU: EXPRESS fue promovida de manera suficiente y continua por la agencia de entretenimiento SM Entertainment, lo que indica que la red social sirve como medio de entretenimiento, distribución de información y promoción. También durante la campaña, la plataforma recibió muchas respuestas que reflejan la aceptación del nuevo proyecto por parte del público.

**Palabras clave:** *Redes sociales, K-pop, SM Entertainment, promoción.*

## **Abstract**

The purpose of this research was to analyze the characteristics of three social networks as promoters of K-pop in the case of an entertainment agency. Similarly, the research was applied, with a qualitative approach and phenomenological design. As for data collection, the instruments used were observation cards applied to the publications in the official accounts of SM Entertainment on Facebook, Twitter and Youtube during the month of December 2021, as well as the interview guide applied to the K-pop specialists. Therefore, it was concluded that SMCU: EXPRESS was sufficiently and continuously promoted by the entertainment agency SM Entertainment, indicating that the social network serves as a medium for entertainment, information distribution and promotion. Also during the campaign, the platform received many responses reflecting the acceptance of the new project by the public.

**Keywords:** *Social networks, K-pop, SM Entertainment, promotion.*

## I. INTRODUCCIÓN

Con la expansión del internet desde finales de 1990 y con el surgimiento del concepto de la Web 2.0, la forma en la que vivimos ha estado en constante cambio. Todas las actividades que realizamos día a día están relacionadas con las herramientas que existen en internet, las cuales permiten desarrollar trabajos, recopilar información, emprender negocios, comunicarse y entretenerse. A partir de las redes sociales que sirven de canales de información, recreo y promoción.

De la misma forma, un mundo globalizado abre las puertas a múltiples oportunidades de comunicación e interacción. En el presente, la velocidad con la que intercambiamos información derriba cualquier barrera de conexión. Del mismo modo, el conocer otras culturas, compartirlas y adaptarlas, incentiva intercambios culturales y el consumo de servicios.

Con el concepto de la globalización, las culturas han expandido la oferta de diversos productos en televisión como es el caso de la cultura coreana conocida también con la "Ola Hallyu". Desde que este fenómeno cultural se abrió paso al mundo, son millones los jóvenes que se sienten atraídos por los productos surcoreanos de entretenimiento.

Si hablamos de intercambios culturales, el K-pop es un gran referente. Este género musical apareció a inicios de los años 90, desde su nacimiento ha ido creciendo de forma rápida llegando a ser lo que hoy día conocemos como el movimiento musical y cultural que reúne múltiples seguidores en todo el mundo.

Alvarado (2021), menciona que en vista que vivimos en un mundo globalizado, la música traspasa fronteras y es así que el pop surcoreano fue expandiéndose a lo largo del tiempo.

La empresa de entretenimiento, SM Entertainment dedicada al rubro del entretenimiento, es considerada como la pionera del pop surcoreano por albergar durante más de 20 años a las estrellas más influyentes dentro del género. La razón de su gran popularidad se debe al aporte en la expansión del K-pop fuera de Asia y a la formación de icónicas figuras como H.O.T, S.E.S, TVXQ, Super Junior, SHINee, EXO o Girls' Generation.

La ya mencionada empresa, puede actuar como un sello discográfico, agencia de talentos, empresa de dirección de eventos y producción de conciertos. Es así que promueve la formación de talentos que destacan en el canto, baile, actuación y modelaje, siendo el pilar del éxito de SM Entertainment. Para la empresa es de mucha importancia que sus artistas reúnan todas esas características, ya que garantizará una buena aceptación del público.

SM Entertainment es creador de grandes éxitos musicales dentro de la historia del K-pop como el popular "Sorry Sorry o Bonamana" de Super Junior, "Gee" de SNSD, "Ring Ding Dong" de SHINee o "Growl" de EXO. Estos como muchos otros temas, se caracterizan por un contagioso coro, impecable coreografía e idols con atuendos extravagantes. Siendo estas últimas características las que atraen la atención de los jóvenes hacia el pop de Corea del Sur.

Facebook es una plataforma social más influyente a nivel mundial que permite a las personas conectarse con otros usuarios, a su vez, permite compartir información personal, contenido audiovisual o noticias.

Por otro lado, Twitter, es una plataforma social que se distingue por ser de fácil manejo y con la que se puede compartir información de manera sencilla y rápida. Esta aplicación permite emitir y conseguir información al instante.

YouTube por su parte es uno de los sitios de la web más visitados en todo el mundo, es una plataforma digital creada para buscar, subir y compartir material audiovisual. Se usa mucho en la actualidad, ya sea para ver a algún youtuber, un video informativo o escuchar a su artista favorito.

Fernández (2018) señala que YouTube emerge como un lugar de internet dedicado a la difusión de contenidos, que facilita a los creadores de contenido un buen recurso donde pueden compartir sus proyectos y obtener un ingreso por ello.

SM Entertainment difunde los contenidos de estos grupos que tienen una gran audiencia sobre todo en el público joven cuyas edades radican entre los 13 a 24 años. Desde la fundación de la empresa han pasado 4 generaciones de artistas que han ido ganando la atención del público juvenil.

Por lo expuesto, la presente investigación pretende dar respuesta a la problemática ya mencionada, siendo el **problema general** ¿Cuáles son las características de tres redes sociales como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento? y los **problemas específicos** fueron ¿Cuáles son las características de la red social Facebook como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento?, ¿Cuáles son las características de la red social Twitter como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento? y ¿Cuáles son las características de la red social YouTube como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento?

El trabajo de investigación es justificado de forma teórica porque promoverá el conocimiento del uso de las redes sociales en este caso para la promoción un género musical de gran arraigo en la juventud como es el K-pop en el estudio de

caso de una agencia de entretenimiento, desarrollando más conocimiento que servirá de base para próximas investigaciones.

De la misma manera, se justifica de manera práctica al describir a las plataformas sociales Facebook, Twitter y YouTube como promotoras del K-pop en el caso SM Entertainment, porque las tres plataformas sociales han desempeñado un rol central en el proceso de penetración del K-Pop fuera de Asia.

Este trabajo permitirá mostrar cómo SM Entertainment halló un canal global para la distribución de contenidos de las bandas y artistas del pop surcoreano lo cual permitió que las redes sociales lo expandieron con información generando mayor participantes y comentarios.

En cuanto a lo metodológico se justifica por el hecho de ser un estudio de caso que a partir de entrevistas y fichas de observación se hará un análisis interpretativo de esta problemática.

De manera que, el **objetivo general** es analizar las características de tres redes sociales como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento. **Los objetivos específicos** son analizar las características de la red social Facebook como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento, identificar las características de la red social Twitter como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento y conocer las características de la red social YouTube como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento.

## II. MARCO TEÓRICO

Conforme con lo explicado y con el objetivo de adentrarse en el tema se están presentado los siguientes cinco antecedentes nacionales:

León, S. y Moncada, A (2019). *“Análisis en redes sociales de la campaña #MásUnidosQueNunca, realizada por Entel-Perú en la Teletón 2015”*. Investigación para obtener el título de Licenciado en Comunicación en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

Su objetivo fue analizar la conmoción que generó en su público las distintas formas de publicidad presente en las redes sociales, señalar los índices de popularidad, el alcance de sus publicaciones y descubrir el tratamiento de la información que se brindó. La investigación tuvo un enfoque cualitativo y se aplicó análisis de documentos, observación directa y entrevistas a los especialistas.

La tesis concluyó que la popularidad y el empleo de las redes sociales se ha incrementado con el pasar de los años, las personas de todas las edades las usan para interactuar con amigos o familiares, conocer nuevas cosas y ampliar sus contactos. Así mismo, en la campaña #MásUnidosQueNunca es un medio que facilita participación con el público a fin de incentivar la colaboración con la campaña.

Falcón, A. (2020), *“El uso de las redes sociales de artistas limeños de música Indie Fusión, año 2020”*. Investigación para optar al grado de Bachiller en Ciencias de la Comunicación en la Universidad San Martín de Porres.

El propósito de la investigación fue determinar cómo es el uso de las redes sociales de artistas limeños de música Indie Fusión, año 2020. Su estudio fue de tipo exploratorio, con enfoque descriptivo y se aplicó análisis de las redes sociales.

La investigación concluyó que los artistas se centran en compartir contenido que sea de interés y gusto de sus fans. De igual manera, hacen uso de las redes sociales como medio de publicidad es de buena utilidad para la marca ya que le puede promocionar frente a todo tipo de público. Al usar un tipo de material digital idóneo, se conseguirá más atención en las plataformas sociales, asimismo, la información a compartir captará la atención de más personas que se sientan atraídas por el artista.

Meneses, S. (2021), *“Eficiencia de las redes sociales en la promoción del producto turístico Cueva Palestina en el mercado nacional”*. Investigación realizada para recibir el título profesional de licenciada en Turismo en la Universidad Nacional de Trujillo.

Su objetivo fue dar a conocer qué tan útiles son las redes sociales para promocionar un producto turístico. Los métodos que usó Analítico - Sintético, para el cual las técnicas usadas fueron las encuestas, observación y entrevistas, los instrumentos utilizados fueron la guía de observación y guía de entrevista.

La investigación tuvo como conclusión resaltar la importancia de actualizar las publicaciones o fotos subidas en las distintas redes sociales de Palestina Cueva para crear más tráfico y aparecer en las noticias especiales de sus seguidores en la red.

Camaño, N. (2020). *“El Viaje del Consumidor: El éxito del “Hallyu” u “Ola Coreana” en Lima Metropolitana durante la última década”*. Investigación realizada para

adquirir el título profesional de Licenciado en Comunicación en la Universidad de Lima.

Su objetivo fue analizar el rol de los medios digitales en el éxito del Hallyu en jóvenes limeños de Lima Metropolitana durante la última década. La investigación fue de enfoque cualitativo, de tipo exploratorio-descriptivo, se realizó la investigación mediante estudios de caso y para el cual se necesitó realizar entrevistas.

La investigación concluye con la notoria importancia de los medios digitales en la propagación de la Ola Coreana, debido a la amplia información recopilada por los fans, merch y materiales de la industria coreana de entretenimiento que se encuentra en los medios online. Además, por medio de las redes los aficionados tienen la oportunidad de promoción y expresión, así como también expresar su pasión por el K-pop y compartirlo con más personas.

Gaytán, M. y Muro, A. (2020). *“Valoración del ewom del grupo de Facebook Campo de Marte Perú 100% K-POP en sus seguidores sobre la moda coreana. Lima. 2020”*. Investigación elaborada para alcanzar el título profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación en la Universidad César Vallejo.

Su objetivo fue interpretar la valoración del boca a boca electrónico del grupo de Facebook Campo de Marte Perú 100% K-POP en sus seguidores sobre la moda coreana. Este trabajo de investigación fue de tipo básico y de diseño no experimental, para el desarrollo de la investigación se usaron las encuestas como técnicas de observación.

La investigación concluye que el Ewom desarrollado en las plataformas sociales es de mucha ayuda para las agencias coreanas a expandir las tendencias

relacionadas al K-pop, difundiendo la información respecto a los productos que las empresas de entretenimiento promocionan, ya sea música, videos musicales, tendencias y estilos.

Agregando a lo anterior, se encontraron cinco antecedentes internacionales para contribuir en el desempeño de esta investigación y fortalecer el marco teórico:

Lñesta, N. y Sixto, J. (2020), *“Redes sociales, convergencia y narrativas transmedia en la promoción de Canarias”*. Revista Internacional de Comunicación. Menciona que la marca Promotour participa de forma activa en redes sociales, realizando publicaciones diarias en Instagram como en Facebook. Además, todas las publicaciones de sus redes sociales son de tipo audiovisual e incluso en algunos posts incluyen múltiples fotografías, lo que confirma que no sólo usan textos sino también usan recursos como fotos, videos y música para potenciar el relato audiovisual.

Gutiérrez, G., Sánchez, M. y Galiano, A. (2018), *“Redes sociales como medio de promoción turística en los países iberoamericanos”*. Revista de Ciencias de la Administración y Economía. Menciona que se ha podido observar el interés de los países iberoamericanos por promocionar en redes sociales los lugares turísticos, es así que todos los países están activos en redes sociales. Destaca Facebook como la principal red social para promocionar lugares turísticos, ya que es mayor en número de seguidores y publicaciones, sin embargo, Twitter sobresale en mayor número de publicaciones y la segunda en cantidad de seguidores, al tener un nivel muy bajo de interacciones se posiciona como la red social informativa. Por último, Youtube es la que menos actividad tiene, pero se caracteriza por dar a conocer visualmente los lugares turísticos.

Villen, S. (2020), *“La promoción cinematográfica en las redes sociales: una aproximación desde los cineastas españoles”*. Revista Internacional de Mezcla de

Comunicación y Marketing. Menciona que el 64,3% de los directores de cine de España usan las redes sociales para promocionar sus proyectos durante su lanzamiento, a pesar de esa cifra aún existe una cierta parte que no aprovecha las redes sociales. Por otra parte, aunque las redes sociales benefician sus trabajos, sus perfiles en redes sociales no tiene una buena presentación. Algunos perfiles no tienen la cuenta verificada o no tiene una portada llamativa, es Twitter y Facebook las que usan con más frecuencia para promocionar sus films, sin embargo, los directores españoles tienen presencia en redes y comunidades de seguidores.

Rodriguez, M. (2021). *“Análisis y sentido de la identidad de K-Pop Stan Twitter”*. Trabajo de fin de Grado realizado para recibir el Grado de Periodismo en la Universidad de Sevilla.

Su objetivo principal fue mostrar los patrones de identidad en K-Pop Stan Twitter y la monetización de la misma. La investigación fue de enfoque cualitativo, lo cual se trabajó en material de Tweets, formas de expresión de los fans e interacciones en K-pop Stan Twitter. Así también, se analizó la interacción de los usuarios en los comentarios, alcance, Trending Topic, compartidos y su por qué.

La investigación concluye que la utilización de las redes sociales ha sido de mucho beneficio para el K-pop y para los seguidores del género en Twitter. Las agencias surcoreanas de entretenimiento sacan provecho del fervor de los fans, aplicando estrategias para alcanzar su objetivo, dichas estrategias constan en el manejo de los idols, las redes sociales, la conexión entre fans y idols, venta de merchandising y la fidelización de los fans.

Romo et al. (2029), *“Estrategias de redes sociales para la promoción de macanas artesanales de la provincia del Azuay”*. Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía. Indican que para lograr una buena comercialización de macanas se llevó a cabo una estrategia en redes sociales, lo cual llevaría a tener un mejor proceso y mayor

interés de los clientes, posterior a ello se notó un incremento de posicionamiento de acuerdo a las preferencias de los clientes en las redes sociales. Las redes sociales establecieron un mejor sistema de interacción entre los productores de macanas y los seguidores o potenciales clientes.

Para llevar a cabo la presente investigación fue importante el respaldo de las teorías de la comunicación. Por consiguiente, se valoró la teoría de **Convergencia cultural** de Henry Jenkins.

Henry Jenkins es un académico de los medios de comunicación, actualmente profesor de Comunicación, Periodismo y Artes Cinemáticas.

Jenkins (2006) presentó su libro "*Cultura convergente*", la cual plantea que un medio es más que la tecnología. La cultura popular contemporánea ha tenido cambios en el público, los productores y en los contenidos de los medios, del mismo modo, en sus relaciones, producciones y consumo. La convergencia describe los cambios tecnológicos, sociales y culturales. El libro consta de tres conceptos: convergencia mediática, cultura participativa e inteligencia colectiva.

En lo que infiere a **Convergencia mediática** Rigo, M. (2016) menciona que en la convergencia mediática se encuentran también los medios tradicionales, las novedades tecnológicas y las redes sociales, desarrollando un espacio ideal para la interacción del público donde preguntan, debaten y opinan sobre lo que pasa a su alrededor. Además, la convergencia reúne a todos los medios de comunicación, a través de las múltiples aplicaciones, acceso a la información, creación y producción de contenido, consiguiendo así que la audiencia asume un rol más activo.

Para definir la **Cultura participativa** García, R. y García, D. (2018) menciona que Jenkins divide la cultura participativa en cuatro clases: filiación, expresión, resolución colaborativa de problemas y circulación.

Por “afiliación” se refiere a la pertenencia en comunidades virtuales como Facebook, Reddit, Instagram, YouTube, entre otros, donde los usuarios se conectan entre ellos gracias a las redes sociales.

Con “expresión” hace referencia a la producción de contenido por parte de los consumidores. Los fandoms son un claro ejemplo, por lo que crean contenido como cosplays, fanzines, fanfictions, fansub, fanarts y viddings.

Por “resolución colaborativa de problemas” se refiere al trabajo en conjunto de individuos cuyo propósito es la creación y desarrollo de nuevos conocimientos, un buen ejemplo es Wikipedia.

Finalmente, la “circulación” consta de dar salida a la información mediática, puede ser por medio de actividades como el blogging, vlogging y podcasts.

Para describir **Inteligencia colectiva** Jenkins, H. (2006) menciona que “La inteligencia colectiva puede verse como una fuente alternativa de poder mediático. Estamos aprendiendo a usar ese poder mediante nuestras interacciones cotidianas en el seno de la cultura de la convergencia”.

Por todo lo antes mencionado la teoría de Convergencia cultural de Henry Jenkins fue la más acertada para esta investigación debido a que analizó cómo los cambios tecnológicos, sociales y culturales causaron que los individuos busquen nuevas experiencias de entretenimiento y el consumo de información que ellos desean. La teoría de Jenkins fue necesaria para entender cómo las redes sociales ayudaron a promocionar el K-pop en el caso SM Entertainment y su alcance a más personas.

Paralelamente, para llevar a cabo la presente investigación es elemental apoyarse en otra teoría de la comunicación. Por lo tanto, se valoró los **Estudios culturales** de la Escuela de Birmingham.

La Escuela de Birmingham tiene como representantes a Stuart Hall, Lawrence Grossberg, Richard Hoggart y Raymond Williams. Los estudios culturales tratan de analizar a la sociedad mediante teorías como el Marxismo, Estructuralismo francés y postmoderno. Esta teoría cuestiona cómo las culturas se sobreponen por encima de otras, lo cual se convierte en hegemónica.

Según Aguado (2004), los antecedentes de los estudios culturales se caracterizan por: Centrar su atención en el desarrollo de la cultura mediante el análisis entre la cultura popular y la de masas. Explica el amplio concepto de cultura como “forma de vida” que agrupa las experiencias de un grupo al igual que las identidades sociales. Estudia la relación entre la ideología dominante y los productos culturales masivos.

En ese sentido, los estudios culturales de La Escuela de Birmingham tienen relación con la investigación, puesto que mediante los medios es posible conocer nuevas culturas y adaptarlas al estilo de vida. Los estudios culturales permitieron conocer cómo los medios pueden influir en la cultura y en las personas. En ese mismo contexto, el K-pop es la respuesta de la fusión de dos culturas diferentes, la coreana y occidental. Este género se presenta como una novedosa manera de expresión artística que no era comúnmente visto en artistas occidentales. Así pues, el pop surcoreano fue adentrándose en el mercado, comercializado en todo el mundo y formando parte de la cultura de masas.

Del mismo modo, es de suma importancia tener presente los **enfoques conceptuales**, por lo que a continuación se describe la **unidad temática** de la investigación.

Es necesario mencionar que existen investigaciones previas en lo que respecta a las **redes sociales**, cada una tiene un enfoque diferente dado que se hallan múltiples autores que describen esta unidad temática.

Las redes sociales son un espacio virtual que opera en la red, donde los usuarios pueden crear perfiles a fin de mantener comunicación, interacción y distribución de contenido. Además, se caracteriza su instantaneidad a la hora de difundir materiales de todo tipo, es por ello que es un buen canal de provecho para muchas personas e incluso empresas.

Se definen como servicios donde los usuarios pueden crear perfiles en una determinada plataforma. Del mismo modo, el usuario puede crear y añadir a sus contactos con quienes se comunicará, interactúa y compartirá información, asimismo, también podrá formar parte de los contactos de otras personas Gertin (2020).

Por otra parte, Hütt (2012) señala que las redes sociales son un ambiente virtual destinado para facilitar la interacción entre los usuarios, se han fijado como herramientas de comunicación en la sociedad, por medio de las cuales, tanto los usuarios o corporaciones, han conseguido emitir información, compartir y difundir mensajes con otras personas o públicos objetivos.

Por su parte Carpio (2021) afirma que en estos tiempos las redes sociales son usadas por muchas empresas para dar promoción a sus productos o servicios, de tal manera las plataformas sociales son un sitio donde pueden acercarse más al cliente publicitando lo que venden.

Finalizando, Rojas (2020) señala que las redes sociales tienen su propia dinámica, se caracterizan por lanzar contenido al mismo tiempo conjuntamente con la rápida velocidad en que se difunde en las plataformas sociales.

Habiendo definido a las redes sociales en los párrafos anteriores, de eso se desprenden las siguientes **categorías**: Facebook, Twitter y YouTube. Es necesario definir cada una.

**Facebook** creada por el estadounidense Mark Zuckerberg, es una de las principales redes sociales actualmente. Siendo así, se define a Facebook como una de las plataformas sociales más conocidas y utilizadas, debido a su gran popularidad y acogida por los usuarios, ofreciendo no sólo un servicio de mensajería sino también un lugar de interacción.

Laaroussi (2018) señala que Facebook es una red social donde las personas pueden abrir perfiles donde incluyen su información, intereses, fotografías e historias. Además, pueden ser partícipe de múltiples actividades dentro de Facebook como comentar dar me gusta, participar en fotos y seguir cuentas de marcas. Esta red social permite mantenerse comunicados, estar al día con los acontecimientos o recibir noticias.

De igual manera Castillo (2019) indica que Facebook es una de las plataformas digitales más influyentes y usadas actualmente por lo cual tiene millones de usuarios registrados. Aunque en la actualidad es un sitio de libre acceso, en sus inicios sólo fue creado para los alumnos de Harvard. Hay múltiples formas de registrarse, ya sea una cuenta individual o una cuenta proyectada a organizaciones o instituciones, destinadas a la promoción de servicios o productos.

Facebook es una red social de comunicación, un sitio donde se comparte momentos de la vida, historias y datos con el resto. Por lo consiguiente, Facebook se halla en las tecnologías de uso diario que es parte de nuestra forma de vida y pensamiento Yaguana (2017).

Dentro de Facebook se encuentran las **subcategorías** comentarios, reacciones y compartidos, todas estas forman parte de la interacción en dicha red social. A continuación, se definirá cada una:

Otro punto son los **comentarios** de Facebook, son una sección donde las personas comparten opiniones y puntos de vista con una gran cantidad de usuarios, es también es una de las maneras en que los consumidores o seguidores tienen la posibilidad de interactuar con una marca o personaje.

Los comentarios y post compartidos, representan formas de interacción, feedback y formas de recomendación en las plataformas sociales. El usuario al comentar una publicación, está interactuando con la página y dándole feedback, Lavilla (2017).

Pulido y Gozales (2017) menciona que los comentarios de los usuarios en su gran mayoría se mezclan con opiniones personales o juicios de valor de otras personas. Los usuarios pueden seguir los comentarios del resto e incluso responder a ellos, esto pertenece a un espacio donde el público puede interactuar con otros individuos.

Acerca de las **reacciones** de Facebook, son un conjunto de emoticones que los usuarios pueden usar para dar respuesta a una publicación, simbolizan las reacciones que puede tener una persona respecto a un post cualquiera.

Llamosas (2018) menciona que el botón de reacciones es una versión más extendida del “me gusta”, con la finalidad de expresar con más precisión el sentir de los usuarios. Está ubicado en la parte posterior de cada publicación y se abre presionando el botón de los me gusta, dentro de ella se encuentra el me gusta, me encanta, me asombra, me divierte, me entristece y me enoja.

Tian, Galery, Dulcinati, et al. (2017) menciona que las reacciones de Facebook son representaciones de las emociones frecuentes de las personas, es decir, representan el sentimiento del usuario respecto a un post en específico.

Con respecto a la función de **compartir** en Facebook, permite que el material compartido pueda aparecer en el muro del usuario, esta función posibilita el mayor alcance de las publicaciones y aumenta la visibilidad a más personas.

Phillips, Baird y Fogg (2013) mencionan que conforme se da el avance tecnológico, ha surgido una cultura en la que los jóvenes se involucran en la creación y difusión de contenidos, transformando el modo en que los internautas se comunican e interactúan.

Para Lavilla (2017), la función compartir presente en la plataforma Facebook, posibilita que el post compartido llegue a más personas mientras más sea compartido por los usuarios.

**Twitter** creado por Jack Dorsey y con más de 16 años de actividad, es una de las plataformas digitales de microblogging con más popularidad hoy en día. En tal sentido, Twitter es una red social que también actúa como canal oficial de comunicación. Los cibernautas pueden estar en comunicación en tiempo real con los perfiles de su interés por medio de mensajes cortos y estar al tanto de todo por medio de las tendencias.

Pastor (2014) Twitter es una red social omnipresente, rápida y breve, es posible producir cualquier cantidad de información en corto tiempo y es tan fácil que cualquier persona puede tuitear desde cualquier parte del mundo. El usuario puede elegir a quién seguir, por ende, escoge de quién recibir información.

De la Peña (2019) señala que Twitter se ha desarrollado como un medio de información para la comunicación oficial, debido a su velocidad y forma directa. Las figuras públicas como artistas, deportistas, profesionales o políticos, usan Twitter como un medio de comunicación oficial. Los mensajes de Twitter son públicos, cualquier otro usuario lo puede replicar, así como emitir un comentario y compartirlo.

Dentro de Twitter se encuentran las **subcategorías** hashtag, imagen, me gusta y retuits, cada una de estas son parte de las formas de interacción en esa red social, posteriormente se definirá cada una:

Los **hashtags** en Twitter son una forma de difundir mensajes de cualquier tema, estos son creados por los mismos usuarios y dependiendo del número de veces que haya sido mencionado, aumentará su popularidad y mención entre los individuos. Por otra parte, los hashtags reúnen a personas con los mismos intereses para interactuar entre ellos.

Algunas redes sociales como Twitter, Instagram o Facebook, han usado los hashtags para difundir mensajes de cualquier tema de interés colectivo que no tarda en convertirse en tendencia. Cabe decir que los hashtags representan una nueva etapa de la sociedad red, donde se caracteriza por clasificar a los usuarios según preferencias, ideologías o cultura, aumentando la conectividad e interacción. Feixa, Fernandez y Figueras (2016).

Pérez (2016) menciona que los hashtags son útiles para catalogar mensajes, difusión de ideas y para la promoción de personas o temas de interés. Los usuarios crean los hashtags y se hacen populares si se dispersan adecuadamente por la red social. El éxito de un hashtag se debe a la cantidad de veces que se haya tuiteado, mientras más popular sea, más personas lo verán e incluirán en sus tweets.

Respecto a los **me gusta** en Twitter, esta función en un inicio se le conocía como “favorito” y tenía como símbolo una estrella, a partir del 2015 fue reemplazado por “me gusta” el cual representa un corazón.

De acuerdo con Alcaide (2016) en Twitter de la misma manera que otras redes sociales como Facebook, Instagram es también posible dar me gusta. Esta función es solamente para demostrar agrado por una publicación. Al dar me gusta a una publicación, el dueño del post estará notificado de todos los likes que recibe.

En Twitter existe la función de **retuitear**, lo que permite compartir el contenido publicado por otros usuarios. Lo retuits permiten expandir rápidamente el alcance de los tweets, es muy usado al momento de expandir de una noticia, hacer comentarios citando tuits o para exponer una crítica.

Boyd et al. (2010) mencionan que el acto de “retuitear” puede ser usado por múltiples fines tales como la autopromoción, fomentar la participación, crear y construir una comunidad. Además, señalan que esta función puede ser útil para dar a conocer un caso, sin embargo, el usuario que retuitea debe tener gran cantidad de seguidores para que cumpla su objetivo de llegar a más personas.

**YouTube** fue fundado por Steve Chen, Jawed Karim y Chad Hurley, es una plataforma social elegida para subir contenido audiovisual. En tal sentido, la

plataforma social YouTube es un buen medio para compartir contenido, por ello en su haber alberga múltiples funciones para que esta actividad sea óptima, por otro lado, también empodera a los usuarios a producir su propio contenido que va dirigido a distintos públicos.

Van Dijk (2013) menciona que YouTube fue ideada como una plataforma para compartir contenido audiovisual alternativo a la televisión, buscaba un cambio en las formas de entretenimiento de los usuarios, nuevo contenido y forma de entretenimiento. YouTube trajo una nueva experiencia de entretenimiento con contenido generado por los mismos usuarios.

YouTube según Sánchez (2016) fue desarrollado para subir videos y luego postearlo en cualquier web, tiempo después se convirtió en un sólo destino. YouTube forma parte del éxito de múltiples programas de televisión en todo el mundo, siendo un sitio donde publican videos destacados, trailers, recopilaciones, entre otros. Además, YouTube tiene una cultura propia, empoderando a los usuarios a producir videos tutoriales, parodias, noticias, experimentos y más.

Dentro de YouTube se encuentran las **subcategorías** comentarios, me gusta y vistas, cada uno de ellos integran las formas interactivas de dicha red social, de manera que se detalla a continuación.

En YouTube los **comentarios** tienen un valor muy importante, dado que esto representa los distintos criterios sobre el contenido a consumir. Por otra parte, los comentarios también incentivan a la interacción entre los usuarios y el interés por consumir más contenido del canal a seguir, por lo cual habrá más flujo.

Según Báez (2020) YouTube por medio de los videos, es un canal de avance y expansión. Los usuarios de esta plataforma social hallaron un espacio en donde

pueden intercambiar opiniones con otros usuarios, por ello, los comentarios son una práctica social en donde es posible acceder a los comentarios de otras personas en un mismo entorno.

En YouTube los **me gusta** son un indicador de cuán popular es un video, si un video tiene muchos me gusta, eso significa que el material audiovisual ha tenido una buena acogida por los usuarios de dicha plataforma. Para los creadores de contenido, es necesario estar atento a estos números ya que eso indica que el material a presentar está siendo bien acogido por su audiencia.

Pattier (2020) menciona que YouTube proporciona un sistema de “me gusta” y “no me gusta” el cual indica la apreciación de los usuarios por el video que han visto. Es importante tomar en cuenta este sistema dado que es la retroalimentación de los que consumen los videos, conjuntamente con los comentarios.

En tal sentido, las **vistas** de un clip de video en YouTube muestran el número de veces que fue observado un clip de video. Las vistas tienen la posibilidad de ser bastante útiles para conocer la fama de un canal, en aquel caso una sola persona puede aumentar las vistas en un mismo video.

Arévalo (2020) indica que las vistas de un video en YouTube muestran el número de veces que ha sido visto un video. Las vistas pueden ser muy útiles para conocer la popularidad de un canal, en ese caso una sola persona puede sumar vistas en un mismo video.

No obstante, también es necesario tener presente los **enfoques conceptuales**, por ello a continuación se puntualiza la segunda **unidad temática** de la investigación.

Cabe señalar que acerca del **K-pop** existen investigaciones previas, existen autores que definen esta unidad temática que ha sido trabajada en los últimos años y cada una tiene un enfoque distinto

El K-pop es un género musical que surgió en Corea del Sur. En los últimos años, ha ido incrementando su popularidad lo cual hizo que el género saliera fuera de Asia y conquistara el mundo. Este género musical, es una mezcla cultural que une la cultura coreana con la del extranjero, teniendo como resultado el interés de millones de jóvenes por conocer la cultura asiática.

El autor Cho Kyuhyun (2016) también artista de SM Entertainment e integrante de Super Junior señala que la expresión K-pop describe a la música popular en la Ola Hallyu. Hoy en día es un género que encabeza la Ola Coreana alrededor del mundo, mediante el cual se desarrolla el Korean Wave. Este movimiento solía pertenecer a una determinada región, ahora es una cultura que se expande en todo el mundo.

El autor señaló que aún no hay una definición exacta del K-pop, debido a que existen inconsistencias que impiden una definición conceptual y proponen condiciones tales como el que la música, composición, producción y voz deben corresponder a los coreanos. Sin embargo, es cada vez más la participación de extranjeros en las producciones coreanas.

Vidal (2013) menciona que el K-pop es un fenómeno que surgió años atrás en Corea del Sur, volviéndose en el centro mundial de la música actualmente. Pasó de ser un género musical propio de países asiáticos, a ser escuchado por millones de personas en el mundo. El pop surcoreano es un movimiento digital y se expande en medios digitales.

Ocaña (2019) indica que el K-pop forma parte de la cultura popular de Corea del Sur. Este género musical se caracteriza principalmente por la fusión cultural y

musical, que mezcla diversos estilos musicales de otros países tales como: el pop, rap, hip-hop, R&B, entre otros. Uno de los atractivos del K-pop son los elementos que lo conforman, mv's con colores llamativos, sincronizadas coreografías, asombrosos vocales y idols con atuendos sensacionales.

Así mismo, para el autor Ariel (2019) sostiene que el K-pop es una mezcla cultural que reúne ritmos tradicionales y extranjeros, es concebido como una manifestación cultural, siendo así una posibilidad para que muchos jóvenes conozcan más sobre el continente asiático y su estilo de vida.

Conjuntamente con la llegada del K-pop, llegó también un nuevo estilo de vida. El pop surcoreano dista mucho de ser un género musical más de los que existen, dado que con el pasar de los años se expande alrededor del mundo siendo un movimiento que atrae a miles de jóvenes, indica Blanco (2019).

A partir de las definiciones del K-pop en los párrafos anteriores, de ello parte las siguientes **categorías**: SM Entertainment y artistas. Al respecto, se definirá cada una.

**SM Entertainment**, fundada por Lee Sooman, tiene como lema “*The Future of culture Technology*” (*El futuro de la cultura tecnológica*). En la actualidad es una de las principales agencias de entretenimiento dado que fue una de las primeras en lanzar grupos K-pop. Esta empresa surcoreana tiene 8 grupos activos, 8 subunidades, 8 grupos colaborativos, 34 solistas y un nuevo grupo masculino en planes de debut, lo cual permite realizar conciertos, giras mundiales y presentaciones en todo el mundo.

Montalvo (2018) menciona que SM Entertainment es una de las empresas más relevantes de Corea del Sur. Durante los años 90 debutó en sus primeros grupos,

sin embargo, fue hasta el año 2005 que SM Entertainment logró el éxito con el debut del grupo masculino Super Junior.

Fendler (2009) indica que una de las empresas más grandes es SM Entertainment, la cual propuso un sistema de idols desde su entrenamiento y la gestión de ellos como parte de un concepto en la industria del entretenimiento. En ese sentido, SM Entertainment impone estrategias que a largo plazo resultan ser un patrón a seguir en el K-pop.

Dentro de SM Entertainment se encuentran las siguientes **subcategorías**: Primera generación, segunda generación, tercera generación y cuarta generación, todas estas generaciones tienen artistas y agrupaciones que las representan e incluso dieron su aporte en el K-pop. En las siguientes líneas se definirá cada una:

La **Primera generación** de artistas del K-pop debutados en SM Entertainment, marcaron un punto de partida importante en la producción de artistas. Con el debut de su primera agrupación masculina, fue evidente el éxito en el mercado y con ello se instauró un modelo de idols que aseguraría el éxito de agrupaciones a futuro. Los artistas que formaron parte de la Primera generación de SM Entertainment son: H.O.T, S.E.S y Shinhwa.

Navarro (2020) SM Entertainment fue la compañía que hizo de los idols un modelo exitoso. En 1996 debutó H.O.T, la boyband fue todo un éxito y con ello se estableció un modelo que seguirán las futuras agrupaciones en Corea del Sur. Con el éxito de la primera boyband, SM Entertainment debutó su primer grupo femenino S.E.S en 1997 y al año siguiente lanzó a Shinhwa, esta última agrupación sigue vigente hasta la fecha.

Silva (2019) menciona que con la fundación de SM Entertainment, esta empresa instaura un sistema en donde se reclutan artistas para luego pasar un periodo de entrenamiento y luego debutar. H.O.T fue el primer grupo en debutar bajo este sistema, la agrupación tuvo tanto éxito en 1996 que traspasó Corea del Sur, llegando a Taiwán y China. Del mismo modo, S.E.S debutó en 1997 como la primera agrupación femenina de la empresa, la cual tuvo gran aceptación en su país natal, llegando a mercados como Shina, Taiwán y Japón.

La **Segunda generación** de artistas del K-pop debutados en SM Entertainment se lanzaron a partir de los años 2000. A esta generación de idols se le considera la más relevante porque con ellos el K-pop empieza a ganar más popularidad en el mundo y abrir camino en nuevos mercados para futuros artistas. Dentro de esta importante generación de idols destacan: BoA, TVXQ, Super Junior, Girls Generation, F(x), SHINee, entre otros, los cuales se consideran como clásicos del K-pop.

Goh (citado por Sima en 2020) explica que el K-pop a principios de 2000 empezó a tener éxito fuera de Asia con agrupaciones como Super Junior, Girls Generation, BoA, entre otros, gracias a los artistas de la Segunda generación y las redes sociales.

Vargas (2022) La Segunda generación de idols de SM Entertainment inició en los años 2000, donde destacó solistas como BoA, Rain, Lee Hyori, Kangta, entre otros. La solista, BoA encantó al público coreano por sus habilidades en el baile y canto, durante los entrenamientos de la artista aprendió japonés lo cual causó asombro en la audiencia. Por otra parte, Lee Sooman tenía como meta conquistar nuevos mercados extranjeros, lo cual hizo que la solista debutara en Japón y abriendo camino a que más artistas hicieran presencia en dicho país.

La **Tercera generación** consta de artistas del K-pop debutados en SM Entertainment a partir de los años 2012. Esta generación es la más popular en la actualidad y la cuál ha logrado más reconocimiento que las anteriores, parte de su popularidad se debe al internet y con ello las redes sociales lo cual ayudó a que más personas gustan del K-pop. Es por medio de las redes sociales que se conoció a las agrupaciones que lideran esta generación, las cuales son: EXO, Red Velvet y NCT.

Según Pinto (2020), la Tercera generación del K-pop han debutado grupos muy populares y reconocidos en Corea del Sur y el mundo. Dentro de ellos y quien más destaca es EXO, esta agrupación masculina logró ser el primer grupo coreano en alcanzar 1 millón de ventas con su álbum, los cuales con el paso de los años han ido en aumento.

Los idols de la Tercera generación, según Vargas (2022) ya son populares en todo el mundo y son reconocidos mundialmente. Es muy común que debuten grupos con más frecuencia, sin embargo, son algunos los que logran ser preferidos por el público y posicionarse en el mercado.

La **Cuarta generación** de artistas K-pop es la más globalizada. Esta última generación se diferencia de las anteriores al no tener barreras culturales. El K-pop está más abierto a experimentar con otros ritmos e idiomas como el español. Estos grupos se caracterizan por ser más apegados a las nuevas tecnologías, desde conciertos virtuales, avatares en realidad virtual, el metaverso, entre otros. Un grupo perteneciente de esta generación es Aespa, la cual está conformada por cuatro integrantes y sus respectivos avatares.

Desde el 2018, el K-pop se encuentra en su Cuarta generación de idols la cual consiste entre solistas y agrupaciones. Uno de los grupos que forman parte de esta generación es SuperM, la cual está conformada por idols de otras agrupaciones de

SM Entertainment. Desde la expansión del K-pop, está constante cambio y adaptación, las agrupaciones tienen un modelo musical en donde cada integrante desempeña un rol dentro de él, Vargas (2020).

Navarro (2016) menciona que una de las características de la Cuarta generación es que el mercado está muy saturado, es así que debutan grupos con más frecuencia, lo que lleva a buscar nuevas formas de permanecer en el mercado. Además, esta generación está muy mediatizada y los fans interactúan más en redes sociales, haciendo que más personas se interesen por el grupo.

Los **artistas** del género K-pop se caracterizan por su glamour, talento, belleza, carisma e incluso ser un modelo a seguir. Sin embargo, para que un artista logre su ansiado debut, debe pasar por una etapa de rigurosa preparación. Los idols son personas que han sido reclutadas por sus agencias, muchas de ellas desde muy temprana edad, para recibir entrenamiento y en un futuro convertirse en artistas.

Muchos jóvenes consideran a los artistas K-pop como inspiración. Estos artistas están capacitados para desenvolverse en diversos ámbitos y géneros musicales como el rock, pop e incluso la balada. Del mismo modo, están entrenados para el baile y para brindar shows completamente visuales que logran captar la atención del público, García y Yuli (2016).

En los Artistas se encuentran las **subcategorías** trainee, debut, idol, concepto y merchandising, cada uno forma parte de la formación y desarrollo de los artistas K-pop, en los siguientes párrafos se definirá cada una:

Los **trainees** son jóvenes aspirantes a idols, muchos de ellos empiezan a formar parte de la agencia desde muy pequeños. El periodo de preparación que puede llevar un trainee varía de la compañía a la que pertenece. Hay idols como es el

caso de Kyuhyun de Super Junior quien fue trainee por sólo 3 meses antes de su debut y existen artistas que pueden tardar años en debutar.

La formación de un trainee incluye preparación en canto, baile e idiomas, esta última beneficia la difusión del K-pop. Parte de la difusión del K-pop se ve en el incremento de aprendices no coreanos, lo que dificulta a muchos extranjeros no sólo aprender coreano sino también otros idiomas más, señala Padget (2017).

Kong (2016) menciona que las agencias controlan y califican a todos los trainees, según sus habilidades y competencias pueden tener una visión estratégica. Según ello, pueden tomar decisiones coherentes y decidir quiénes serán los miembros aptos para formar una agrupación que servirá para cumplir su objetivo empresarial.

El **debut** prácticamente es cuando un grupo de aprendices de cierta compañía lanzó su primera canción oficial. El debut de una agrupación o solista siempre va acompañado de promociones en diversos programas musicales y participan como invitados en programas de variedades. A los miembros de una agrupación recién debutada se les conoce como Rookies.

Debut, es un término muy popular y se usa entre los ídolos del K-pop, se refiere cuando un grupo o miembro se muestra en un evento o programa por primera vez, Saavedra (2018).

Silva (2019) menciona que la industria surcoreana está saturada y cada vez debutan más idols, lo que causa que las empresas busquen nuevas formas de obtener la atención del público. Un buen ejemplo es SM Entertainment la cual tiene un proyecto llamado SM Rookies, se encarga de la difusión mediante videos de las habilidades en las que destacan los trainees que debutarán pronto.

Díaz (2018) afirma que cuando una agrupación consigue debutar en la escena K-pop, es muy frecuente que los miembros vayan a programas de televisión, más aún si recién debutaron y necesitan dar a conocer su agrupación.

Los **idols** son celebridades, ya han pasado por una etapa de entrenamiento y son aptos para formar parte de un grupo o ser solistas, en su mayoría suelen realizar múltiples funciones además de ser cantante, bailarín, modelo o actor.

Por medio de audiciones, las agencias de entretenimiento escogen quiénes serán las próximas estrellas. Los idols están sujetos a las empresas de entretenimiento por medio de rigurosos contratos de varios años, también deberán devolver el dinero que se invirtió en su etapa trainee, debut y promociones, Ormeño (2018).

Los **conceptos** son temáticas que utilizan los idols en sus producciones musicales, se pueden apreciar en la vestimenta de los integrantes, peinado, baile o packaging del álbum. Algunas temáticas están basadas en la literatura como es el caso de Sherlock por SHINee, el cual está inspirado en Sherlock Holmes de Arthur Conan Doyle. Growl de EXO tiene un concepto escolar y fresco representado en sus atuendos y baile. Super Junior ha incursionado en el concepto latido, incluyendo ritmos latinos y líneas en español, además de colaborar con artistas como Leslie Grace y Reik.

Hernández (2018) define al concepto como un estilo que los grupos lucen cada vez que hacen un comeback. Para los grupos femeninos existen conceptos que las caracterizan a lo largo de la carrera, ser sexy o adorable. Mientras que, para los grupos masculinos, lo más común es el estilo urbano o chico malo. Sin embargo, estos estilos pueden variar de acuerdo al álbum o canción.

El **merchandising** en la industria musical coreana es de las más llamativas y novedosas que existen. Los fans no dudan en adquirir objetos relacionados a su agrupación favorita y es así que algunos de estos artículos son indispensables en presentaciones o conciertos, uno de ellos son los lightsticks.

El merchandising en el K-pop es tan amplio que inicia con la venta de álbumes los cuales no sólo incluye el cd musical, sino también un photobook el cual es un libro de imágenes de los artistas e incluye las letras de las canciones y, photocard que viene a ser una fotografía de un miembro al azar y un póster, todas estas piezas son coleccionables. A todo esto, se suma mercancía oficial de cada grupo como prendas de vestir, accesorios, útiles de escuela, contenido digital, entre otros.

Díaz (2018), menciona que el K-pop se diferencia de otros géneros musicales al presentar distintivos artículos de cada agrupación o artista, como son los lightsticks. Estos objetos emiten luz de color representativo y tienen el logo del grupo, con el transcurso del tiempo este artículo se ha convertido en el merchandising que distingue a cada agrupación coreana.

Las anteriores categorías y subcategorías son parte de las redes sociales y el K-pop, es por esto que todos los recursos expuestos se han utilizado para el análisis de las 3 redes sociales que promocionan el K-pop en el caso de SM Entertainment.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1 Tipo y diseño de investigación

##### 3.1.1 Tipo de investigación

Para este estudio se emplearon los conocimientos existentes para el análisis de las tres redes sociales como promotoras del K-pop, para desarrollar dicho análisis y obtener respuesta a las interrogantes planteadas se ha utilizado como instrumento la ficha de observación, en efecto, la investigación es de **tipo aplicada**.

En torno a la investigación aplicada Vargas (2009) señala que es un lazo importante entre la ciencia y la sociedad, es una forma de crear conocimiento y soluciones múltiples de la realidad donde el contexto en sí es complicado.

Por otro parte, en la presente investigación se trabajó en un **enfoque cualitativo** dado que se analizó las tres redes sociales como promotoras del K-pop en el caso SM Entertainment, mediante conocimientos adquiridos durante la investigación se detalló cada red social y su aporte en la promoción del género musical.

Sobre la investigación de enfoque cualitativo, Hernández et al. (2014) mencionan que usa la recopilación y el análisis de datos para mejorar las interrogantes de la investigación y descubrir nuevas preguntas durante la investigación. Este enfoque también adjunta una amplia variedad de conceptos y técnicas.

##### 3.1.2 Diseño de Investigación

Esta investigación es de **diseño fenomenológico** puesto que por medio de las entrevistas se busca detallar y describir las experiencias de una persona frente a una problemática en específico. Asimismo, se usó las fichas de observación para el análisis de las tres redes sociales.

Según Hernández et al. (2014) detallan que el diseño fenomenológico es la descripción de una cuestión a partir de la experiencia de los participantes, quiere decir que los individuos señalan su experiencia o conocimiento sobre un caso. Para ello, el instrumento es la observación, entrevistas o focus group.

### **3.2 Categorías, Subcategorías, Códigos y Matriz de categorización**

#### **Unidad temática: Redes Sociales**

##### Categoría 1: Facebook

Subcategoría 1.1: Comentarios de Facebook

Subcategoría 1.2: Reacciones de Facebook

Subcategoría 1.3: Compartidos

##### Categoría 2: Twitter

Subcategoría 2.1: Hashtag

Subcategoría 2.2: Imagen

Subcategoría 2.3: Me gusta de Twitter

Subcategoría 2.4: Retuits

##### Categoría 3: YouTube

Subcategoría 3.1: Comentarios de YouTube

Subcategoría 3.2: Me gusta de YouTube

Subcategoría 3.3: Vistas

## **Unidad temática: K-pop**

Categoría 1: SM Entertainment

Subcategoría 1.1: Primera generación

Subcategoría 1.2: Segunda Generación

Subcategoría 1.3: Tercera generación

Subcategoría 1.4: Cuarta generación

Categoría 2: Artistas

Subcategoría 2.1: Trainee

Subcategoría 2.2: Debut

Subcategoría 2.3: Idol

Subcategoría 2.4: Concepto

### **3.3 Escenario de estudio**

El escenario de estudio para la presente investigación fue una empresa de entretenimiento. Esta compañía de entretenimiento surcoreana fue fundada por Lee Sooman en el año 1989 bajo el nombre de SM Studio y seis años más tarde, en 1995 cambió el nombre a SM Entertainment. Forma parte del popular “Big Three”, tres agencias de entretenimiento más grandes de Corea del Sur y que aportaron a la expansión del K-pop, las cuales son: SM Entertainment, JYP Entertainment y YG Entertainment.

Lee Sooman tras graduarse de la Universidad Estatal de California, regresó a Corea del Sur ya teniendo ideas claras de cómo funcionaba el pop americano y vio en la industria musical una posibilidad económica y cultural para Surcorea. Una vez fundada la empresa y con el pasar de los años llevó a la popularidad a cada uno de sus artistas, estableciendo modelos que hasta la fecha sirven de base para el éxito del K-pop y los cuales muchas empresas adoptaron. Para llevar a cabo la presente investigación se analizó las tres redes sociales de SM Entertainment durante el periodo de presentación del SMTOWN 2022: SMCU EXPRESS.

### **3.4 Participantes**

Posteriormente, se presentan las características de los sujetos y objetos de investigación.

#### **3.4.1. Entrevistados**

Para la ejecución de la investigación será requisito contar con dos especialistas de la carrera de Ciencias de la comunicación y afines, ya que mediante sus conocimientos se conseguirá información sobre Facebook, Twitter y YouTube en la promoción del K-pop: Caso de una agencia de entretenimiento. Toda la información

recopilada se utilizará para comprender de qué manera las redes sociales son un medio de promoción del K-pop.

**Tabla 1**

<b>ENTREVISTADOS</b>	<b>ESPECIALIDAD</b>
Ester Palomino	Redactora web de la La República - Bachiller en Ciencias de la Comunicación en USMP
Jazmín Cruz	Licenciada en Ciencias de la Comunicación

*Fuente: Elaboración personal*

### 3.4.2. Materiales de estudio

**Tabla 2**

<b>RED SOCIAL</b>	<b>TIPO</b>	<b>DURACIÓN</b>
Facebook	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Comentarios de Facebook</li> <li>● Reacciones de Facebook</li> <li>● Compartidos de Facebook</li> </ul>	Diciembre del 2021
Twitter	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Hashtag de Twitter</li> <li>● Imágenes de Twitter</li> <li>● Me gusta de Twitter</li> <li>● Retuits de Twitter</li> </ul>	
YouTube	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Comentarios de Youtube</li> <li>● Me gusta de YouTube</li> <li>● Vistas de YouTube</li> </ul>	

*Fuente: Elaboración personal*

## **3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

### **3.5.1 Técnicas**

En una investigación de enfoque cualitativo las técnicas a usar para la recolección de datos son la observación, entrevistas, revisión de documentos, discusión, análisis de experiencias personales, entre otras. Hernández et al. (2014).

#### **3.5.1.1 Entrevista**

En una entrevista se pueden realizar preguntas sobre prácticas, puntos de vista, valores y creencias, criterios, obras, ideas, definiciones, capacidades, entre otros. Hernández et al. (2014).

Con la ayuda de las entrevistas, se busca recopilar información beneficiosa y significativa para el avance de la investigación.

#### **3.5.1.2 Observación**

Hernández et al. (2014) señalan que la observación significa profundizar en las situaciones sociales, así como prestar atención a los hechos, detalles y diálogos. La observación es la única forma y medio utilizado en cualquier investigación cualitativa, podemos elegir entre realizar entrevistas o reuniones, pero no podemos omitir la observación.

A través de la observación se reunió información con relación a la unidad temática, apoyándose de la ficha de observación.

### **3.5.2 Instrumentos**

#### **3.5.2.1 Guía de entrevista**

Según Amaya y Troncoso (2016) la entrevista es parte de la tarea cualitativa, el cual es desarrollado por los relatos de las experiencias, criterios o análisis de las personas a entrevistar. Por ello, es importante una guía de entrevista, que será de ayuda para la realización de entrevistas.

Para efectuar esta investigación se formulará una guía de entrevista para entrevistar a dos especialistas en el manejo de redes sociales y el K-pop.

### **3.5.2.1 Ficha de observación**

Al respecto Hernández et al. (2014) señala que: Existen diversas técnicas para la recolección de datos, tales como: fichas de observación, entrevistas, análisis de documentos y registros, entre otros. Las piezas a observar son ambientes sociales y físicos, actividades grupales e individuales, hechos importantes, acontecimientos, entre otros.

La ficha de observación es la herramienta utilizada para la recaudación de datos de las tres redes sociales a analizar (Facebook, Twitter y YouTube).

## **3.6 Procedimiento**

Para la recolección de datos acerca de las redes sociales en la promoción del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento, se empleó la ficha de observación, igualmente se realizó entrevistas a dos especialistas con conocimientos en temas de redes sociales y K-pop.

**Tabla 3***Ficha técnica N° 1*

---

<b>FICHA TÉCNICA N° 1</b>	
Nombre	Guía de entrevista a especialistas en redes sociales y K-pop.
Autor	Palacios Galindo, Leidy
Manejo	Individual
Duración	1 hora por cada especialista
País	Perú
Año	2022

---

*Fuente: Elaboración personal***Tabla 4***Ficha técnica N° 2*

---

<b>FICHA TÉCNICA N° 2</b>	
Nombre	Ficha de observación de observación para el análisis de tres redes sociales
Autor	Palacios Galindo, Leidy
Manejo	Individual
Duración	1 semana por cada red social (Facebook,

Twitter y YouTube)

País

Perú

Año

2022

---

*Fuente: Elaboración personal*

### **3.7 Rigor Científico**

Según Noreña et al. (2012), el rigor es un término existente en el desarrollo de un proyecto de investigación, ayuda a evaluar la aplicación científica y de los métodos de investigación, así como las técnicas analíticas para la recopilación y el procesamiento de datos.

Consiste en determinar el nivel de certeza de los resultados que tiene la investigación, en tal sentido, es la fiabilidad del conocimiento aportado.

#### **3.7.1 Validez de instrumento**

Hernández et al. (2014) indican que la validez de un instrumento es evaluada sobre las evidencias. Mientras más evidencia de validez de contenido tenga un instrumento, este estará más cerca a representar a las variables a medir.

De manera que, los instrumentos de este estudio han sido verificados y validados por especialistas en: Producción audiovisual, dirección e investigación cinematográfica, comunicación audiovisual y periodismo.

#### **3.7.2 V de Aiken**

Según Romera y Molina (2017), este método proporciona una medida informativa de la proporción de jueces que expresan una evaluación positiva de la propuesta

de valor, que puede utilizarse como criterio para decidir si se modifican o eliminan las preguntas.

Tal instrumento fue validado por 3 expertos en la carrera de Ciencias de la Comunicación, el cual consiguió un promedio de 0,89 de validez. El presente estudio cuenta con 17 preguntas, en las cuales se tuvo en cuenta la relevancia, pertinencia y claridad.

### **Tabla 5**

*Juicio de expertos - Aprobación de los expertos de acuerdo al V de Aiken.*

<b>N°</b>	<b>Especialidad</b>	<b>Nombre y Apellidos</b>	<b>Aplicable</b>
1	Mg.	García Gutierrez, Denis Ruben	1
2	Mg.	Rojas Rojas, Ronny	0,89
3	Mg.	Iturrizaga Urbina, César	1

*Fuente: Elaboración personal*

### **3.7.3 Criterios de rigor científico**

Hernández et al. (2014) señalan que en la investigación cualitativa existen criterios en similitud con la confiabilidad, validez y objetividad cuantitativa: dependencia, credibilidad, transferencia y confirmación. Es necesario tener en cuenta estos aspectos ya que este aspecto implica el control de la planificación, el desarrollo y el análisis de la investigación.

- Dependencia es el equivalente a “confiabilidad cualitativa”, señala los criterios a tener en cuenta para la clasificación de los participantes y las herramientas de recolección de datos.

- Credibilidad, considera todos los datos importantes, especialmente los datos que contradicen nuestras creencias.
- Transferencia, se refiere a la búsqueda del investigador por las similitudes entre los contextos de investigación y otros contextos.
- Confirmación, esto implica rastrear datos en su fuente y explicar la lógica utilizada para explicarlos.

### **3.8 Método de análisis de datos**

Como herramientas del método cualitativo, se emplearon las entrevistas y fichas de observación, las cuales contribuyeron a recabar información de las redes sociales en la promoción de K-pop, en el caso de una agencia de entretenimiento.

#### **3.8.1 Entrevista**

Toda la entrevista se realizará mediante la plataforma digital de reuniones virtuales Zoom, por medio de ella se podrá tener registro audiovisual de la entrevista. Después de la grabación, se podrá transcribir y seleccionar información que sea de provecho para el estudio, al igual que destacar todos los datos que se vinculen con las categorías y subcategorías.

#### **3.8.2 Análisis de fichas de observación**

Para la realización de esta investigación, será necesario observar las publicaciones en las redes sociales durante noviembre y diciembre del 2021, durante el periodo de presentación del SMTOWN 2022: SMCU EXPRESS, por lo cual se recolectó información hallada en las publicaciones de cada red social para así trabajar la interpretación de acuerdo a las categorías y subcategorías planteadas. Por lo tanto, se elaborarán 3 fichas de observación que corresponderá a las redes sociales Facebook, Twitter y YouTube.

### 3.9 Aspectos éticos

Manjarrés (2013) describe los 4 principios éticos, que prevalecerán a lo largo de esta investigación: Beneficencia, no maleficencia, autonomía y justicia. Es conveniente definir a cada uno en las siguientes líneas.

**Beneficencia:** Incita al investigador a ser cauteloso en la elección de su estudio, los objetivos y la duración del cumplimiento de ello. De la misma forma, protege a los participantes, la privacidad, los resultados y el análisis del mismo.

**No maleficencia:** Señala que, si en alguna situación o circunstancia no existe la posibilidad de hacer un bien, se debe procurar no hacer el mal.

**Autonomía:** Se define como la disposición de decidir por sí mismo ante las situaciones que se produzcan, trabajar con libertad y de forma consciente, sin ser condicionado por alguien ajeno.

**Justicia:** Consiste en dar un trato igualitario a todos.

Así también, el reglamento de investigación y el código de ética de la Universidad César Vallejo garantizan la originalidad del producto.

## IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1 Entrevistas

Con el fin de una correcta realización del trabajo de investigación, se ha propuesto el siguiente problema general: ¿Cuáles son las características de tres redes sociales como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento?

En consecuencia, se emplearon los instrumentos “Guía de entrevista”, destinado a 2 especialistas de la carrera de Ciencias de la Comunicación con basto conocimiento en temas relacionados al entretenimiento en la cultura coreana y el K-pop, así también, se usaron las fichas de observación en el análisis de las 3 redes sociales.

Posteriormente se mostrará el resumen de las entrevistas realizadas a: Ester Palomino (Redactora en La República Web - Cultura asiática) y Jazmín Cruz (Licenciada en Ciencias de la Comunicación).

#### **Unidad temática 1: Redes sociales**

##### **Categoría 1: Facebook**

##### **Subcategoría: Comentarios**

**Pregunta 1: *¿Considera usted que los comentarios influyen de manera positiva o negativa en la promoción del K-pop cuando se trabaja desde una agencia de entretenimiento?***

*“Puede influir de manera positiva dependiendo de la reacción del público, porque sabemos también que los fans pueden usar esta sección de comentarios para mostrar su desacuerdo con la agencia de entretenimiento con algunos otros temas*

*que no tienen nada que ver con el post principal, ya que es un canal en el que se intenta comunicar o hacer sentir su opinión con respecto a algún tema en específico. En realidad, generar respuestas siempre será bueno”.*

**Ester Palomino - Redactora en La República Web (Cultura asiática)**

*“Sí, si una persona ve comentarios positivos, hay una probabilidad de que la gente comente algo positivo de un post o una imagen. En el caso de los comentarios negativos, va por la misma vía, si se ve mayor cantidad de comentarios negativos, podrían ser más susceptibles en dejar un comentario negativo. Los comentarios si influyen bastante en cómo las personas pueden percibir un artículo o publicación”.*

**Jazmín Cruz - Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

**Interpretación:** Ambas especialistas coinciden en que los comentarios si influyen en la promoción del K-pop. Sin embargo, Ester Palomino menciona que esta sección puede ser usada para también mostrar su desacuerdo con algunos temas de la agencia de entretenimiento.

**Subcategoría: Compartidos**

**Pregunta 2: ¿Los posts compartidos de Facebook ayudan a generar corrientes de opinión que favorezcan el K-pop como género musical actual? Si o no, por qué.**

*“En las redes sociales sí ayudaría mucho. El K-pop es un poco más mainstream que antes, aunque aún existen prejuicios en la mayor parte de la gente. Puede que dentro de la comunidad de fans de K-pop se usen los posts para hacer memes, pasarla bien y de paso promocionar el género, pero también se va a encontrar con gente que no le agrada el género y puede ocurrir lo contrario”.*

**Ester Palomino - Redactora en La República Web (Cultura asiática)**

*“Si, los compartidos si ayudan mucho ya que habrá una mayor cantidad de personas que ven la publicación. Eso hará que se vuelva muy visto entre los contactos y es aún mayor si dentro de su círculo de contactos tiene a personas que compartan los mismos gustos”.*

**Jazmín Cruz - Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

**Interpretación:** Las dos especialistas especialistas mencionan que los compartidos de Facebook si ayudan a generar corrientes de opinión sobre el K-pop. Sin embargo, Ester Palomino añade que este género musical es más mainstream que antes, a pesar de ello aún hay ciertos prejuicios.

**Subcategoría: Reacciones**

**Pregunta 3: ¿Desde su punto de vista las reacciones ayudan a comprender mejor el sentimiento de los receptores respecto a la temática del K-pop?**

*“Sí, yo creo que las reacciones son una forma rápida de comprender cómo reacciona una persona o un sector del público determinado. Si vemos muchos “me enfada”, nos indica que algo ha pasado, que están en contra de un caso en específico o puede ser tanto para una noticia mala”.*

**Ester Palomino - Redactora en La República Web (Cultura asiática)**

“Si, en realidad las reacciones ayudan a comprender mejor el tema de los sentimientos que tienen las personas respecto a cierta imagen, video o publicación. Pueden de cierta forma también, como espectadora dentro de una agencia de entretenimiento, veo que mi video que un video le agradó o no al público”.

**Jazmín Cruz - Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

**Interpretación:** Es lo que respecta a las reacciones, las especialistas coinciden en que las reacciones ayudan a comprender el sentir de los usuarios respecto al K-pop. Por otra parte, Jazmín Cruz añade que las reacciones ayudarían también a la agencia de entretenimiento a percibir el grado de aceptación del público.

## **Categoría 2: Twitter**

### **Subcategoría: Hashtag**

**Pregunta 4: ¿Los hashtags son determinantes en la promoción del K-pop o pasan desapercibidos al ojo de los receptores?**

*“Si, es importante porque de todas formas los hashtags sirven para ubicar un tema. Como instrumento el hashtag sí es importante porque ahora es más común ver en trending un hashtag relacionado al K-pop, entonces de esa forma se trata de hacer notorio lo que pasa en la comunidad”.*

**Ester Palomino - Redactora en La República Web (Cultura asiática)**

*“Twitter ayuda bastante a promocionar ciertos tipos de comebacks, promociones o cumpleaños de los mismos idols (...). Desde mi perspectiva, siento que Twitter ya no es tan útil para la viralización, porque ahora lo que más viraliza es TikTok. El público va creciendo, Twitter es para un público joven-adulto, si quiero que un mayor número de personas me conozca debo ir al trending y ahora es TikTok”.*

**Jazmín Cruz - Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

**Interpretación:** Las dos especialistas coinciden en la importancia de los hashtags. Sin embargo, Jazmín Cruz mencionó que Twitter ya no es tan útil para la viralización, en todo caso TikTok vendría a ser de mayor utilidad para ese fin.

### **Subcategoría: Imágenes**

**Pregunta 5: ¿Cree usted que las imágenes que publica la agencia de entretenimiento en Twitter permiten una promoción adecuada del K-pop?**

*“Si, para el objetivo que tiene la empresa que es promocionar sus lanzamientos. Sin embargo, SM Entertainment en la fiesta de Halloween prefieren usar Instagram en lugar que Twitter. Me parece que la cuenta de Twitter no la usan tanto para interactuar, sino como un canal unidireccional, pero sí ayudan a la promoción de los artistas porque al fin y al cabo es donde sale la primera imagen y donde se viraliza cuando hay un lanzamiento musical”.*

**Ester Palomino - Redactora en La República Web (Cultura asiática)**

*“Las imágenes que generalmente publican van dirigidas al tema visual, en el sentido en que se enfocan en la apariencia, se centran mucho en el físico y pueden en cierta forma promocionar el K-pop”.*

**Jazmín Cruz - Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

**Interpretación:** Ambas especialistas coinciden en que las imágenes permiten una promoción del K-pop. Sin embargo, Este Palomino señala que la agencia SM Entertainment usa Twitter como un canal unidireccional y no es tan usado para la interacción.

**Subcategoría: Retuits**

**Pregunta 6: ¿De qué manera se interpreta la cantidad de retuits que generan las noticias sobre K-pop?**

*“Los retuits dan indicios de que el post se está haciendo viral y que tiene más alcance. Con un retuit estás compartiendo con tus seguidores, amplificando la cantidad de personas que van a ver este post”.*

**Ester Palomino - Redactora en La República Web (Cultura asiática)**

*“Lo veo como un comparativo con Facebook, si le dan retuit es porque les interesa y quieren compartirlo con las personas que siguen una cuenta. En tal caso, si ayudan a promocionar los sencillos, teaser u otro contenido que tenga el grupo K-pop”.*

**Jazmín Cruz - Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

**Interpretación:** Las entrevistadas coinciden en que esta acción logrará más alcance de las noticias del K-pop. Jazmín Cruz señala que los retuits ayudan a promocionar materiales del K-pop.

**Subcategoría: Me gusta**

**Pregunta 7: *¿La relación en aplicar “me gusta” puede interpretar necesariamente con la aceptación de la música K-pop?***

*“Si, aunque en el tema del K-pop sabemos que no solamente va al tema musical sino también al área visual, siempre van a ir los dos de la mano y es muy difícil distinguir ambas cosas porque inclusive con la promoción de videos musicales te das cuenta que no sólo es la música sino también todo el paquete”.*

**Ester Palomino - Redactora en La República Web (Cultura asiática)**

*“Si, porque si le das “me gusta” es porque te agrada la publicación que se está compartiendo con los seguidores. Si hablamos de Twitter, únicamente se tiene ese corazoncito que sirve para expresar tu sentir”.*

**Jazmín Cruz - Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

**Interpretación:** Ambas especialistas coinciden en que los “me gusta” interpretan la aceptación del K-pop. Pero mencionan también que el K-pop no es netamente musical, sino también visual.

### **Categoría 3: YouTube**

#### **Subcategoría: Comentarios**

**Pregunta 8:** *¿El número de comentarios reflejan la popularidad de los sitios que promueven el K-pop? Si o no, por qué.*

*“Los comentarios si son importantes porque indican un feedback, nos dice que no sólo el video o la música se está reproduciendo, sino también nos indica la popularidad del contenido y que hay gente interesada en ese videoclip. Por otra parte también existen los comentarios de spam que son muy repetitivos, aunque es también común ver comentarios de fans contando su experiencia”.*

#### **Ester Palomino - Redactora en La República Web (Cultura asiática)**

*“No siento que el número de comentarios refleje la popularidad, yo creo que las reproducciones reflejan la popularidad. Si se habla de comentarios, diría que no porque se ha visto personas que utilizan un mismo texto para comentarlo repetidas veces, me imagino que lo hacen para que gente externa del K-pop y que le pueda aparecer en tendencias”.*

#### **Jazmín Cruz - Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

**Interpretación:** Ambas especialistas tienen puntos de vista distintos. Ester Palomino está de acuerdo porque los comentarios son un feedback, mientras Jazmín Cruz señala que los comentarios no reflejan popularidad.

### **Subcategoría: Me gusta**

**Pregunta 9: ¿Los me gusta garantizan el éxito en la promoción del K-pop? ¿Por qué?**

*“Me parece que, si estamos hablando en términos de la variable de alcance y viralización, sí, son importantes los me gustas porque también nos indican que hay quienes interactúan con el video. De todas formas, los likes te dan una pista de que si se está llegando a las personas”.*

**Ester Palomino - Redactora en La República Web (Cultura asiática)**

*“Si, ayudan a ser conocido sobre todo en los grupos que se vuelven tendencia en pocas horas, sobre todo en grupos que son tendencia. Esto sí ayuda a promocionar, ya que hay personas que se pueden guiar por el tema de los “me gusta” o “no me gusta”.*

**Jazmín Cruz - Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

**Interpretación:** Las dos entrevistadas coinciden en que los “me gusta” intervienen en la promoción del K-pop. Ester Palomino señala que los likes también indican que hay interacción, así también, Jazmín Cruz menciona que esto aumentaría la popularidad de grupos que son tendencia.

### **Subcategoría: Vistas**

**Pregunta 10: ¿El número de vistas aseguran el éxito de las agrupaciones K-pop? ¿Por qué?**

*“Creo que las vistas son un tema complejo porque está enfocado en dos puntos de vista de éxito. Para algunos les puede importar el tema del éxito en el extranjero, mientras que a otros prefieren darle prioridad más los resultados en Corea del Sur*

*(...). Si las vistas en YouTube y lo digital (charts coreanos) no está balanceado, ya nos podremos dar cuenta de que nuestra audiencia está en el extranjero y nos sirve más hacer tours, vender cosas por allá y cambiar la manera de promoción”.*

**Ester Palomino - Redactora en La República Web (Cultura asiática)**

*“El número de visitas te puede ayudar en ciertos comebacks, ya esto depende de cómo lo gestiona la agencia a los grupos. Hay ciertos tipos de grupos que han tenido un “hit” y se volvieron virales”.*

**Jazmín Cruz - Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

**Interpretación:** Ester Palomino señala que las vistas ayudan a identificar a la audiencia y llevar el tema de las promociones en ese marco. Sin embargo, Jazmin Cruz señala que las vistas pueden ayudar a ciertos lanzamientos K-pop. Ambas especialistas tienen opiniones distintas en ese aspecto.

**Unidad temática 2: K-pop**

**Categoría 1: SM Entertainment**

**Subcategoría: Primera generación**

**Pregunta 11: ¿Cuáles fueron los aportes de la Primera generación de artistas coreanos en la promoción del K-pop?**

*“La primera generación fue H.O.T, el principal aporte fue establecer cómo va a funcionar la industria porque tengamos en cuenta que Lee Sooman fue uno de los pioneros en crear todo este sistema de cómo promocionar a los idols como un “paquete completo” de música, baile y visuales, así como introducirlos a otros mercados como Japón (...). Durante la primera generación no había redes sociales*

*que promocionan a los grupos, por lo cual ellos debían tener otra estrategia para que este género musical se hiciera conocido entre los jóvenes.”*

**Ester Palomino - Redactora en La República Web (Cultura asiática)**

*“Los primeros idols aportaron mucho en el concepto, ayudaron en el tema de la promoción al ser idols que les dieron pie a las próximas generaciones. También fue un tema de testeo para la empresa, intentar lanzar al estrellato a tres o cuatro chicos con cierto rango de edad y un concepto, todo ello era un rubro nuevo para las agencias de ese entonces.”*

**Jazmín Cruz - Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

**Interpretación:** Las dos especialistas coinciden en que la primera generación de artistas K-pop fue una etapa en la que se construyó en modelo para la industria que hasta el día de hoy utiliza, Ester Palomino lo menciona como un sistema de paquete completo. Por otra parte, Jazmín Cruz indica que esta generación sirvió de testeo para la agencia.

**Subcategoría: Segunda generación**

**Pregunta 12: ¿Cuáles cree que son los aportes de la Segunda generación de artistas coreanos en la promoción del K-pop?**

*“En la segunda generación ya había mucha más experiencia dentro de la agencia y también se probaron con otros tipos de grupos. Si antes de ello, SM Entertainment trabajaba con S.E.S o H.O.T, para la segunda generación, ya había grupos con mayor número de integrantes tales como Super Junior, Girls Generation que son grupos amplios y que también tienen sus logros (...). Super Junior fue vital para llevar el Hallyu a esta parte del mundo, este movimiento no es un tema reciente, la música coreana ha generado interés en el público desde hace mucho tiempo atrás”.*

**Ester Palomino - Redactora en La República Web (Cultura asiática)**

*“Se lanzaron más a los distintos tipos de sonidos, conceptos y escenarios para sus comebacks (...). Hay canciones como las de F(x) con Electrck Shock, cuya sonada es pegadiza a diferencia de la primera generación que es más calmada”.*

**Jazmín Cruz - Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

**Interpretación:** Según las especialistas, en la segunda generación de artistas ya había más experiencia y se lanzaron por probar nuevos sonidos y conceptos. Ester Palomino menciona que la agrupación masculina Super Junior, fue vital para llevar el Hallyu a esta parte del mundo.

**Subcategoría: Tercera generación**

**Pregunta 13: ¿Cuáles fueron los aportes de la Tercera generación de artistas coreanos en la promoción del K-pop?**

*“Lo más resaltante de la tercera generación fue EXO, ya que ha sido el grupo en darle su primer million seller a SM Entertainment después de mucho tiempo, a partir de ese momento el tema de las ventas físicas fue creciendo, porque así es la competencia, alguien impone una valla y no faltará quien quiera sobrepasarlo cual está bien (...). A su vez, se creaban nuevas formas de promoción para este tipo de “relaciones parasociales” que con lo que juega mucho el K-pop, no sólo se tiene al artista como una figura lejana, sino lo que trata la industria es dar la apariencia de cercanía y eso fue lo que en la tercera generación de artistas fue creciendo”.*

**Ester Palomino - Redactora en La República Web (Cultura asiática)**

*“En caso de la tercera generación, sus aporten si van ligados al público, la edad y el poder adquisitivo que tenían (...). En fin, el aporte es eso, la integración de nuevos conceptos en el tema de merchandising y lanzando distintos tipos de álbumes”.*

## **Jazmín Cruz - Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

**Interpretación:** Ambas mencionan el tema de los álbumes, puesto que en la tercera generación se vio el aumento de las ventas físicas. Según Ester Palomino, durante esta generación se crearon novedosas formas de interacción entre idols y fans, esto la especialista se refiere como “relaciones parasociales”.

### **Subcategoría: Cuarta generación**

**Pregunta 14: *¿Cuáles fueron los aportes de la Cuarta generación de artistas coreanos en la promoción del K-pop?***

*“El grupo más reciente que ha debutado fue Aespa, obviamente en esta generación se nota mucho el enfoque en el extranjero y buscan el éxito en Estados Unidos. Además, se puede notar que esta generación aprovecha mucho los recursos que han dejado sus predecesores porque ya hay un público que escucha K-pop, por lo cual hay una base que les permite llegar a ellos”.*

### **Ester Palomino - Redactora en La República Web (Cultura asiática)**

*“Siento que la agencia se atrevió más en mandar al extranjero a los artistas, Estados Unidos, se atrevieron a adaptar estilos musicales de allá y no sólo quedarse en Corea del Sur o Japón, incluso mandan a los idols a shows estadounidenses como “The Tonight Show Starring Jimmy Fallon”.*

## **Jazmín Cruz - Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

**Interpretación:** En cuanto a la cuarta generación, es notable el interés de la agencia por enviar a los artistas de Estados Unidos para presentaciones, conciertos o programas estadounidenses.

## **Categoría 2: Artistas**

### **Subcategoría: Trainees**

**Pregunta 15: *¿Consideras que la preparación de los trainees es suficiente para una buena promoción del K-pop?***

“Sí, porque SM Entertainment se caracteriza por ser una agencia muy exigente en cuanto a su preparación. Considero que la base en cuanto a la preparación de artistas debería continuar. Ese es el legado que tiene la agencia, sus vocalistas van a ser muy buenos vocalistas y eso es algo en que siempre se ha caracterizado por tener una buena preparación vocal”.

**Ester Palomino - Redactora en La República Web (Cultura asiática)**

“No, en realidad depende mucho de la agencia y como esta los pueda promocionar. Hay idols muy talentosos que pueden cantar bien, tocar la guitarra, piano e incluso pueden morir en el olvido, hay varios grupos que anualmente debutan e inclusive debutar en una agencia reconocida no te garantiza el éxito”.

**Jazmín Cruz - Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

**Interpretación:** Los dos especiales no tienen coincidencias en esta subcategoría. Ester Palomino considera que la preparación de los idols si es suficiente porque la agencia se caracteriza por ser muy exigente en cuanto a la preparación de trainees, mientras Jazmín Cruz señala que en realidad depende la promoción que pueda dar la empresa.

### **Subcategoría: Debut**

**Pregunta 16: *¿Consideras que el incremento de debut de agrupaciones es de ayuda para la promoción del K-pop?***

*“La industria es muy agresiva. Es un tema muy complejo la cantidad de debut porque hay muchas agrupaciones que no pasan del año y también grupos que se quedan ahí, es por ello que es tan complicado entrar a una compañía grande que al menos sabes que tendrás atención desde el principio. Por lo tanto, las estrategias que han de tener las empresas para sus grupos deben ser muy bien pensadas, porque existen grupos que siendo de agencias pequeñas han logrado establecerse bien”.*

**Ester Palomino - Redactora en La República Web (Cultura asiática)**

*“Si, ayuda de forma ya que los grupos pequeños captan nuevas personas. El tema de tener varios grupos que debutan, ayuda a incrementar el número de seguidores en el K-pop porque quizás esos grupos no tengan muchos seguidores, pero si los tienen y cuando ese grupo se disuelva, si la persona se ha sentido enganchada con el género musical y ha investigado, puede que migre a otro grupo”.*

**Jazmín Cruz - Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

**Interpretación:** Según lo mencionado, el constante debut de agrupaciones puede captar la atención de más seguidores del K-pop. Ester Palomino menciona que las estrategias de promoción de las empresas deben ser muy bien planeada para el éxito de las agrupaciones.

**Subcategoría: Idol**

**Pregunta 17: ¿Cree que los idols son el eje principal en la promoción del K-pop?**

*“Si, siguen siendo el eje en la promoción del K-pop ya que a partir de ellos nace la dinámica, pero no dejaría de lado el tema de los fandoms. Yo creo que el idol es el*

*centro de la estrategia de promoción, pero estableciendo una “relación parasocial” que deben crear con los fans porque eso caracteriza mucho al K-pop (...). Los idols son el eje central de la promoción, pero siempre apuntando a los fans”.*

**Ester Palomino - Redactora en La República Web (Cultura asiática)**

*“Considero que el idol y la música se deben complementar en realidad. Todas las personas tienen como referencia al idol, al hombre en especial, con un aspecto delicado, no tan robusto ni mayor, entonces al tener ese aspecto no tan marcado en el resto de las personas pueden sentirse interesadas, lo que los guiaría al tema del K-pop. El idol si es parte de la promoción, porque ayuda a enganchar a las personas”.*

**Jazmín Cruz - Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

**Interpretación:** Ambas especialistas afirman que los idols son el eje principal en la promoción del K-pop. Además, Ester Palomino menciona que toda promoción debe ir apuntando a los fans.

**Subcategoría: Conceptos**

**Pregunta 18: ¿Crees que los diversos conceptos de los idols ayudan a la promoción del K-pop?**

*“Si, porque es algo que caracteriza mucho a la industria. En el K-pop siempre se trata de innovar ya sea en la parte del videoclip o en la producción. La versatilidad es lo que caracteriza al K-pop y lo diferencia de la música occidental. Aunque coincidan los comebacks de algunos grupos, no se va a escuchar los mismo, cada quien va a presentar una propuesta distinta y es lo que se busca para cada tipo de público”.*

**Ester Palomino - Redactora en La República Web (Cultura asiática)**

*“El tema de los conceptos ayudan mucho a abarcar a personas dentro del K-pop, pero que gustan de distintas sonadas musicales, de tipo balada, rap o la mezcla de chicas y chicos juntos en un solo grupo”.*

**Jazmín Cruz - Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

**Interpretación:** Las entrevistadas coinciden en que los diversos conceptos ayudan al K-pop, siendo algo que caracteriza al género musical y es lo que atrae adeptos.

**Subcategoría: Merchandising**

**Pregunta 19: ¿Crees que la gran variedad de merchandising de artistas coreanos ayudan a la promoción del K-pop?**

*“Si, hay agencias de entretenimiento que son más agresivas con el tema de la merch. Poniéndolo de ejemplo, cuando un idol va al servicio militar o está inactivo por alguna otra situación no podrá hacer música, pero su imagen queda para continuar generando ganancias tanto para él y la empresa. Lo utilizan para conciertos, lanzamientos musicales o en colaboraciones especiales para algunas marcas, son un tipo de merchandising que se suele promover en el K-pop a diferencia de lo que se acostumbra en la música occidental”.*

**Ester Palomino - Redactora en La República Web (Cultura asiática)**

*“Si, el merchandising que trae el K-pop es muy interesante, sobre todo en los lightstick. Si ayuda a promocionar porque la gente ve como algo novedoso y llamativo, pueden sentirse atraídos e interesarse por el objeto a fin de que puedan preguntar de qué grupo es y así conozcan el K-pop. Los álbumes también pueden ayudar, ya que en la industria coreana le añaden un valor agregado que son las photocards”.*

## **Jazmín Cruz - Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

**Interpretación:** Ambas entrevistadas coinciden en que el merchandising es de ayuda en la promoción del K-pop. Ester Palomino, menciona que aún fuera de las actividades se puede seguir usando la imagen del idol para generar ganancias.

## 4.2 Fichas de observación

**Objetivo 1: ¿Cuáles son las características de la red social Facebook como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento?**

**Categoría 1: Facebook**

---

### FICHA DE RESUMEN - FACEBOOK

---

**DURACIÓN** Del 1 al 27 de diciembre del 2021.

**CANTIDAD DE PUBLICACIONES** 103

**CONTEO** **Máximo de Comentarios** 6.9 mil

**Mínimo de comentarios** 21

**Total de reacciones** 952,078

**Máximo de compartidos** 16 mil

**Mínimo de compartidos** 41

#### INTERPRETACIÓN:

En las fichas de observación que corresponden a la red social **Facebook**, se observó una amplia respuesta por parte de los seguidores de la cuenta oficial de SM Entertainment, SMTOWN.

En los **comentarios** se observó una mayor respuesta por parte de los usuarios, ya que la publicación se trató del anuncio de una serie de eventos, entre ellos un concierto gratuito para los fans que concitó gran interés y participación. Se habla del SMCU: EXPRESS.

En las **reacciones** se evidenció un gran número de réplica de los seguidores de la página. Esto se debe a que durante la fecha analizada se mantuvo una larga y bien planeada promoción del SMCU: EXPRESS, generando diversas respuestas a favor.

Por último, de dicha red social, se obtuvo un considerable número de **compartidos** ya que corresponde al anuncio de las fechas y próximos lanzamientos del SMCU: EXPRESS.

Se puede afirmar que las numerosas formas de respuesta del público se deben a una constante promoción de los proyectos, lanzamiento y colaboraciones entre los artistas de SM Entertainment.

## Objetivo 2: ¿Cuáles son las características de la red social Twitter como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento?

### Categoría 2: Twitter

---

#### FICHA DE RESUMEN - TWITTER

---

<b>DURACIÓN</b>	Del 1 al 30 de diciembre del 2021.
<b>CANTIDAD DE TUIITS</b>	162
<b>CONTEO</b>	<b>Hashtag más usado</b> #SMCU_EXPRESS (132 veces)
	<b>Imagen con más respuesta</b> 9 de diciembre del 2021, primer póster promocional del proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".
	<b>Máximo de me gusta</b> 100,7 mil
	<b>Mínimo de me gusta</b> 10,5
	<b>Total de me gusta</b> 4,736,362
	<b>Máximo de retuits</b> 146,9 mil
	<b>Mínimo de retuits</b> 710
	<b>Total de retuits</b> 2,379,686

#### INTERPRETACIÓN:

En las fichas de observación que corresponden a la red social **Twitter**, se visualizó que los tuits atraen mayor atención de los usuarios, ya que se usa para obtener las últimas actualizaciones del proyecto. Así también, esta red social es un medio que facilita la presencia de temas específicos en la sección de tendencias.

En cuanto a los **hashtags**, predomina el uso de una etiqueta designada para la promoción de los proyectos y colaboraciones entre los artistas en torno al SMCU: EXPRESS, ya que este hashtag sirve para contextualizar y guiar directamente al tema.

Se identificó una gran cantidad de **me gusta** por parte de los usuarios de la cuenta, esto se debe a que durante todo el mes de diciembre se fue alimentando la página con material promocional del SMCU: EXPRESS, por lo cual fue bien recibido.

Para finalizar, en los **retuits** de dicha red social, se obtuvo un considerable número

ya que el proyecto SMCU: EXPRESS, causó mucha impresión entre los usuarios por lo cual obtuvo muchas réplicas.

En tal sentido, es posible señalar que en Twitter se obtuvo mayor número de respuestas al proyecto de SM Entertainment durante el periodo de promoción, que se mantuvo con las constantes publicaciones sobre el tema.

---

### **Objetivo 3: ¿Cuáles son las características de la red social YouTube como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento?**

#### **Categoría 3: YouTube**

---

#### **FICHA DE RESUMEN - YOUTUBE**

---

<b>DURACIÓN</b>	Del 4 al 31 de diciembre del 2021.	
<b>CANTIDAD DE VIDEOS</b>	47	
<b>CONTEO</b>	<b>Total de comentarios</b>	438,309
	<b>Total de me gusta</b>	3,666,201
	<b>Total de vistas</b>	236,919,906

#### **INTERPRETACIÓN:**

En las fichas de observación que corresponden a la plataforma digital **YouTube**, se diferencia de las anteriores redes sociales al proporcionar material audiovisual de mejor calidad y mejora la visibilidad de los artistas.

En cuanto a los **comentarios**, destacan los comentarios a favor de lanzamientos, colaboraciones entre artistas, proyectos individuales y en torno al SMCU: EXPRESS, los usuarios tienden a comentar pequeños fragmentos del video, frases o palabras en apoyo a su artista favorito.

Fue posible identificar una gran cantidad de **me gusta** por cada material, ya que se publicaron múltiples vídeos a fin de promocionar el proyecto. Por último, se observó una gran cantidad de **vistas** en los diversos videos que subió el canal, sin embargo, los videos que se enfocaron en la promoción del proyecto SMCU: EXPRESS, fue de los que más visualizaciones obtuvo.

En tal sentido, se obtuvo mayor número de interacción al proyecto de SM Entertainment durante el periodo de promoción, ya que también se publicaron videos introductorios al Kwangya donde se distinguía a todos los artistas de la agencia.

## DISCUSIÓN

Esta investigación tuvo como objetivo general analizar tres redes sociales en la promoción del K-pop, caso de una agencia de entretenimiento, 2021. Para ello se analizó la información recolectada en las fichas de observación durante el mes de diciembre, así como las entrevistas realizadas a especialistas en la cultura coreana. También se revisaron los antecedentes y dos teorías de la comunicación.

Hutt (2012) señala que las redes sociales son un espacio destinado a la interacción entre usuarios y corporaciones, por lo cual es posible emitir información, compartir y difundir mensajes. Según el trabajo realizado en las fichas de observación de las tres redes sociales Facebook, Twitter y YouTube, estas plataformas generan interacción entre las cuentas oficiales de SM Entertainment y los seguidores. Del mismo modo, es posible mantenerse informado de los proyectos, compartir información de los próximos lanzamientos y la generación de corrientes de opinión.

Lo anterior mencionado concuerda con León y Moncada (2019) cuando refiere que las personas se benefician de las redes sociales al usarlas como medio de interacción y conocer nuevas formas de entretenimiento.

La presente investigación se basó en los estudios de Jenkins (2016) quien planteó la teoría de **Convergencia Cultural**, la cual está compuesta por tres conceptos: convergencia mediática, cultura participativa e inteligencia colectiva. Estas últimas se reflejan en las tres redes sociales que promocionan el K-pop. También fue posible demostrar que el Hallyu llegó a millones de personas debido a que los cambios sociales, tecnológicos y culturales jugaron un papel muy importante en las nuevas formas de consumo de las personas.

Referente a la categoría **Facebook**, las fichas de observación revelaron que las múltiples formas de respuesta del público simbolizadas en comentarios, reacciones y compartidos se deben a una constante promoción de la SM Entertainment. En cuanto a las entrevistas, las especialistas Ester Palomino y Jazmín Cruz coinciden con lo anterior al mencionar que las redes influyeron de manera positiva en el evento SMCU: EXPRESS 2022 de la agencia SM Entertainment. Estos resultados guardan relación con Falcón (2020) quien señala que los artistas comparten contenido de gran interés para los fans, a fin de conseguir más atención en redes sociales.

El trabajo de campo permitió observar la gran cantidad de reacciones que obtuvo la cuenta de SM Entertainment en Facebook durante el periodo de presentación del proyecto SMCU: EXPRESS. Las especialistas coinciden en que los comentarios sí influyen en la promoción del K-pop. También están de acuerdo en que las reacciones permiten conocer el sentir de los usuarios en las publicaciones, sin embargo, Jazmín Cruz añade que esta opción facilita que la agencia monitoree las reacciones del público.

Por otro lado, ambas especialistas están de acuerdo en que los compartidos generan corrientes de opinión. Todo lo anterior tiene relación con Gaytan y Muro (2020) cuando señalan que Facebook coadyuvan al rol que juegan las empresas coreanas para extender las tendencias del K-pop, promocionando videos musicales, tendencias y estilos.

En cuanto a la categoría **Twitter**, se visualizaron que los tuits atraen mayor atención de los usuarios en la cuenta oficial de SM Entertainment, debido a que se usa para obtener las últimas actualizaciones del proyecto. Así también, esta red social es un medio que facilita la presencia de temas específicos en la sección de tendencias. Las entrevistadas Ester Palomino y Jazmín Cruz destacaron la importancia de los hashtags en la promoción del K-pop. Ambas especialistas mantienen la misma postura al afirmar que los retuits incrementan el alcance del K-pop y los “me gusta” se interpretan como la aceptación del género musical. Cruz indica que Twitter ya

no es tan útil para la viralización, sino TikTok, lo cual genera un desacuerdo con Villen (2020) al mencionar que Twitter es más usado en la promoción de materiales audiovisuales.

Acerca de la categoría **YouTube**, en las fichas de observación se pudo evidenciar que hubo mayor cantidad de contenido audiovisual de calidad respecto al SMCU: EXPRESS. Las especialistas en cultura coreana mantuvieron posturas diferentes. Ester Palomino considera que los comentarios constituyen un feedback del público, mientras que Jazmín Cruz considera que ello no es sinónimo de popularidad.

Además, las entrevistadas coinciden que los “me gusta” favorecen la promoción del K-pop. Palomino afirma que el número de vistas en YouTube ayuda a identificar la audiencia y Cruz señala que ello puede ser beneficioso en algunos lanzamientos. A juicio de Gutiérrez, Sánchez y Galiano (2020) YouTube se caracteriza por dar a conocer visualmente los contenidos de sus canales.

Con respecto a la categoría **SM Entertainment**, las especialistas detallaron cada aporte y evolución de las cuatro generaciones de artistas K-pop en dicha agencia de entretenimiento y recordaron que la primera generación instauró un modelo para la industria del entretenimiento coreano, aunque Jazmín Cruz considera que esta generación sirvió para testear el mercado. En cuanto a la segunda generación de artistas, agrega que fue insustituible el aporte de Super Junior en la Ola Hallyu. Según Ester Palomino, durante la tercera generación se incrementaron las relaciones parasociales entre idols y fans. Por último, en la cuarta generación se notó un fuerte interés de hacer presencia en Estados Unidos. Lo antes mencionado guarda similitud con Camaño (2020) quien afirma que los medios digitales ayudaron en la expansión de la Ola Coreana.

En cuanto a la categoría **Artistas**, Ester Palomino estima que la preparación de los trainees resulta suficiente para debutar en una agrupación, sin embargo, Jazmín Cruz discrepa con ello pues dependerá de la promoción que gestione la agencia. Por otra parte, las especialistas coinciden en que los debuts constantes de artistas K-pop atraen la atención de las personas, Ester Palomino detalla que las

estrategias de promoción deben ser muy bien planeadas para asegurar el éxito de un grupo. Por último, consideran que la amplia variedad de merchandising es de gran ayuda en la promoción del K-pop. Lo anterior mencionado tiene relación con Rodríguez (2021) al mencionar que las agencias de entretenimiento explotan la euforia de los fans y las aplican dentro de sus estrategias de promoción. Tales métodos constan del manejo de la imagen de los idols, las herramientas de las plataformas digitales, así como la conexión fan-idol y la merchandising.

## V. CONCLUSIONES

De acuerdo con la investigación realizada, se llegó a las conclusiones siguientes:

- La agencia de entretenimiento SM Entertainment hizo una adecuada y constante promoción para el SMCU: EXPRESS, observándose que las redes sociales funcionaron como un medio de entretenimiento, de difusión y promoción de la información. Asimismo, durante el tiempo de campaña, las plataformas obtuvieron un gran número de respuestas que reflejan la aceptación del público al nuevo proyecto.
- Fue posible reconocer la aceptación del público a la red social Facebook, debido al gran número de interacciones por medio de los comentarios, reacciones y compartidos. Se observó gran afluencia de reacciones positivas que resultaron beneficiosas para la agencia de entretenimiento y en la promoción del K-pop.
- Los hashtags de la red social Twitter resultan importantes en la promoción del K-pop ya que ayudan a ubicar temas específicos y lograr mayor alcance de la temática. En el caso de la agencia de entretenimiento, las imágenes publicadas en la cuenta oficial van acorde con el concepto del proyecto SMCU: EXPRESS. También se pudo percibir que los retuits son beneficiosos para la agencia ya que permiten un mayor alcance de la información y promoción.
- Los comentarios en la red social YouTube permiten establecer un feedback con los usuarios. Así también, se observó que los likes intervienen en la promoción del K-pop aumentando la popularidad de los artistas, un caso similar ocurre con las vistas, dado que ayudan a identificar a la audiencia, permitiendo aplicar estrategias de promoción adecuadas.

## **VI. RECOMENDACIONES**

El presente trabajo de investigación relacionado, se proponen las siguientes recomendaciones:

- Mantener el mismo ritmo de actualización de las plataformas a fin de mantener un flujo de información dinámico y actual de las informaciones de la cuenta oficial de SM Entertainment.
- Prestar más atención a las reacciones de los públicos en Facebook ya que representa el sentir de los usuarios. Así también, la sección de comentarios puede ser un punto a favor ya que es un medio en donde los usuarios demuestran su postura frente a algunos casos, es necesario tener en cuenta.
- Crear etiquetas fáciles de recordar en la red social Twitter, se debe seguir dando relevancia al tema de los hashtags ya que esto contribuye a la creación de tendencias Por otra parte, si la agencia desea llevar sus productos a la viralización, vendría a ser necesaria que se refuerce el uso de la plataforma TikTok.
- Se debe también incluir los subtítulos en español a los diversos contenidos audiovisuales del que se nutre el canal de YouTube, debido a que también hay una gran cantidad de fans hispanos y es importante que se brinde los materiales con la facilidad de comprender lo que narran.

## REFERENCIAS

- León, S. y Moncada, A (2019). *Análisis en redes sociales de la campaña #másunidosquenunca, realizada por Entel-Perú en la Teletón 2015* [Tesis de licenciatura, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2589/1/TL\\_LEONDELGAD\\_OSOLANGE\\_MONCADABURGOSANDREA.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2589/1/TL_LEONDELGAD_OSOLANGE_MONCADABURGOSANDREA.pdf)
- Rojas, K. (2019). *Influencia de las redes sociales en el desarrollo de contenidos y estilos de los programas de Radio Studio92* [Trabajo de investigación de Bachiller, Universidad San Ignacio de Loyola]. <https://repositorio.usil.edu.pe/items/43cd5068-25a8-4b69-a7a7-f3e3f3779fc7>
- Falcón, A. (2020). *El uso de las redes sociales de artistas limeños de música Indie Fusión, año 2020* [Investigación para optar al grado de Bachiller, Universidad San Martín de Porres]. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/7686>
- Japa, B. y Mayta, M. (2021). *El uso de las redes sociales en la promoción turística del circuito alto Shilcayo, Tarapoto - San Martín, 2021* [Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/77830>
- Meneses, S. (2021). *Eficiencia de las redes sociales en la promoción del producto turístico Cueva Palestina en el mercado nacional* [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo]. <https://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/17295>
- Iñesta, N. y Sixto, J. (2020). *Redes sociales, convergencia y narrativas transmedia en la promoción de las Islas Canarias. Revista Internacional de Comunicación.* <https://idus.us.es/handle//11441/99926>
- Gutiérrez, G., Sánchez, M. y Galiano, A. (abril, 2018). *Revista de Ciencias de la Administración y Economía.* <http://rd.udb.edu.sv:8080/jspui/handle/11715/1411>
- Villen, S. (diciembre, 2020). *La promoción cinematográfica en las redes sociales: una aproximación desde los cineastas españoles. Revista Internacional de Mezcla de Comunicación y Marketing.* <https://idus.us.es/handle//11441/100360>

- Rando, D. (2021). *Eficacia de la comunicación sanitaria vía redes sociales* [Tesis Doctoral, Universidad de Málaga]. <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/21230>
- Ibarra, V. y Llamuca, K. (2020). *Las Redes Sociales como medio de promoción de venta de bienes de consumo* [Tesis de Licenciatura, Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil]. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/4032>
- Alvarado, J. (2021). *El marketing digital de la industria del pop coreano (K-Pop) y el comportamiento del consumidor* [Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/63064>
- Camaño, N. (2020). *El Viaje del Consumidor: El éxito del “Hallyu” u “Ola Coreana” en Lima Metropolitana durante la última década* [Tesis de Licenciatura, Universidad de Lima]. <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/14049>
- Cruz, J. (2021). *Tratamiento periodístico de la revista especializada Asian World como promotora del “Hallyu” en Perú, 2019-2020* [Tesis de Licenciatura, Universidad San Martín de Porres]. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/8622>
- Gaytán, M. y Muro, A. (2020). *Valoración del ewom del grupo de Facebook Campo de Marte Perú 100% K-POP en sus seguidores sobre la moda coreana. Lima. 2020* [Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/54032?show=full&locale-attribute=es>
- García, M. (marzo, 2018). *Influencia cultural del K-pop en jóvenes limeños. Artículo de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos*. <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/sociales/article/view/14678/12871>
- Rodriguez, J. (2021). *El K-pop y la Interacción Parasocial en España: el fenómeno fan en Instagram* [Tesis Doctoral, Universidad de Málaga]. <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/22465>

- Sima, C. (2020). *El K-pop visto por los medios de comunicación españoles* [Tesis de fin de grado, Universidad Complutense de Madrid]. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/61341/1/TFG%20KPOP%20Y%20MEDIOS.pdf>
- Rodríguez, M. (2021). *Análisis y sentido de la identidad de K-Pop Stan Twitter* [Tesis de fin de Grado, Universidad de Sevilla]. <https://idus.us.es/handle/11441/126407>
- Romo, V., Erazo, J., Narváez, C. y Moreno, V. (2020). *Estrategias de redes sociales para la promoción de macanas artesanales de la provincia del Azuay*. <https://www.redalyc.org/journal/5768/576869215020/576869215020.pdf>
- Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía, 5(10), 545-575. <https://www.redalyc.org/journal/5768/576869215020/576869215020.pdf>
- Navarro Hernández, A. (2020). *El fenómeno K-pop: Claves del impacto global del pop coreano* [Trabajo Fin de Grado, Universidad de Sevilla]. <https://idus.us.es/handle/11441/102532>
- Rodríguez, A. (2021). *Análisis de la comunicación estratégica del grupo de K-pop BLACKPINK* [Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, Universidad de Valladolid]. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/48778>
- Rigo, M. (2016). *Convergencia mediática: nuevas formas de pensar a los medios de comunicación*. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/74134>
- García, R. y García, D. (2018). *Una aproximación a la cultura de Internet y participativa*. <https://www.redalyc.org/journal/5138/513855742024/513855742024.pdf>
- Aguado, J. (2004). *Introducción a las teorías de la información y la comunicación*. Recuperado de <http://up-rid2.up.ac.pa:8080/xmlui/handle/123456789/1838>
- Gertin, J. (2020). *La Comunicación Política 2.0 por redes sociales en relación a la construcción de conciencia ciudadana, durante la elección Municipal De Lima - 2018* [Tesis de Maestría, Universidad San Martín de Porres]. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/7126>

- Rojas, J. (2020). *Redes sociales digitales, cognición y sujeto juvenil: Una aproximación a la teoría* [Tesis de Maestría, Universidad pedagógica Nacional]. <http://repository.pedagogica.edu.co/handle/20.500.12209/12688>
- Carpio, I. (2017). *Aplicación de las redes sociales y el posicionamiento en los consumidores de la empresa Bambos, sede, Independencia, Megaplaza, Lima, 2017* [Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/1914>
- Hütt, H. (2012). *Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión*. *Rev. Reflexiones*, vol. 91, núm. 2, 2012, pp. 121-128. <https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=72923962008>
- Yaguama, V. (2017). *Facebook y educación* [Tesis de Maestría, Universidad Andina Simón Bolívar]. <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/5570>
- Laaroussi, A. (2018). *Análisis de las publicaciones de las empresas en las redes sociales: estudio empírico en Facebook* [Tesis de Maestría, Universidad de Sevilla]. [https://www.lareferencia.info/vufind/Record/ES\\_1ac7cdde5b33712d86420377a4f8172b](https://www.lareferencia.info/vufind/Record/ES_1ac7cdde5b33712d86420377a4f8172b)
- Castillo, E. (2017). *Nivel de influencia del uso de la red social Facebook en el comportamiento de los alumnos de Quinto año de secundaria de la IEP Jesús Maestro, Nuevo Chimbote, 2017* [Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/12176>
- De la Peña, G. (2019). *Análisis y detección de odio en mensajes de Twitter* [Tesis de Maestría, Universidad Politécnica de Valencia]. [https://www.lareferencia.info/vufind/Record/ES\\_1c88549a565e08bfb6d8c7774cfa51b](https://www.lareferencia.info/vufind/Record/ES_1c88549a565e08bfb6d8c7774cfa51b)
- Pastor, A. (2014). *Análisis de la interactividad de la cuenta de Movistar Perú en Twitter* [Tesis de Licenciatura, Pontificia Católica del Perú]. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/5685>

- Van Dijck, J. (2013). *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales*. [http://catedradatos.com.ar/media/La-cultura-de-la-conectividad - Jose-Van-Dijck.pdf](http://catedradatos.com.ar/media/La-cultura-de-la-conectividad-Jose-Van-Dijck.pdf)
- Sánchez, E. (2016). *YouTube, La Nueva Televisión* [Tesis de Licenciatura, Universidad Jaime Bausate y Meza]. <http://repositorio.bausate.edu.pe/handle/bausate/93>
- Andía, D. (2018). *Eficacia de la Publicidad Utilizada en la Fanpage de la Clínica Rejuvenecer entre sus Usuarios de Arequipa, 2017* [Tesis de Licenciatura, Universidad Católica de Santa María]. <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/handle/UCSM/7902>
- García, S. (2018). *Grado de interacción del fanpage de la marca vizzano en sus usuarias limeñas* [Trabajo de Bachiller, Universidad Inca Garcilaso de la Vega]. <http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/3774>
- Phillips, L., Baird, D. y Fogg, B (2013). *Facebook para educadores*. [http://www.easp.es/ideo/wpcontent/uploads/2012/08/Facebook para educadores.pdf](http://www.easp.es/ideo/wpcontent/uploads/2012/08/Facebook_para_educadores.pdf)
- Lavilla, M. (2017). *La interacción entre marcas y usuarios en Facebook: comentarios, shares, likes y clics*. [https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2017/hdl\\_10803\\_458600/mola1de1.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2017/hdl_10803_458600/mola1de1.pdf)
- Báez, S. (2020). *Lógicas de reconocimiento de los videoclips de la cantante Sia en los comentarios de YouTube* [Bachelor's thesis, Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales]. <https://rephip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/21581/Tesina%20Comunicaci%C3%B3n%20Social%20%20Baez%2C%20Samanta.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Feixa, C., Fernandez, A. y Figueras M. (2016). *Generación Hashtag. Los movimientos juveniles en la era de la web social*. <https://revistaumanizales.cinde.org.co/rlicsnj/index.php/Revista-Latinoamericana/article/view/2337/642>
- Lavilla, M. (2017). *La interacción entre marcas y usuarios en Facebook: comentarios, shares, likes y clics* [Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona].

[https://www.lareferencia.info/vufind/Record/ES\\_2d5adc816664a91de946725989c65d4d](https://www.lareferencia.info/vufind/Record/ES_2d5adc816664a91de946725989c65d4d)

Pulido, F. y Sánchez, M. (2017). *Facebook Live: un nuevo canal para la entrevista* <https://idus.us.es/handle//11441/93835>

Pérez, J. (2016). Análisis de frecuencia de hashtags en Twitter [Tesis de Máster, Universidad Politécnica de Valencia]. <https://riunet.upv.es/handle/10251/71616>

Félix, D. (2019). *Ha hablado Dross. Rutinas y rituales de un grupo de fans peruanos del youtuber DrossRotzank*. Revista PUCP. <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/167742>

Llamosas, D (2018). Análisis de Facebook “Reactions” para gestión de imagen de marca digital [Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/625243>

Tian, Y., Galery, T., Dulcinati G, et al. (2017). *Facebook Sentiment: Reactions and Emojis*. <https://aclanthology.org/W17-1102/>

Alcaide, C. (2016). *Cómo utilizar Twitter a fondo*. [https://www.academia.edu/30553350/Como\\_utilizar\\_Twitter\\_a\\_fondo](https://www.academia.edu/30553350/Como_utilizar_Twitter_a_fondo)

Boyd, D., Golder, S. y Lotan, G. (2010). *Tweet, Tweet, Retweet: Conversational Aspects of Retweeting on Twitter*. En 2010, 43ª conferencia internacional de Hawái sobre ciencias de sistemas, 1-10. <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.1088.9451&rep=rep1&type=pdf>

Pattier, D. (2020). *Mirando al futuro: cómo influir en educación a través de un canal de YouTube* [Revista Tecnología Educativa]. [https://www.academia.edu/44919781/MIRANDO\\_AL\\_FUTURO\\_C%C3%93MO\\_INFLUIR\\_EN\\_EDUCACION\\_A\\_TRAV%C3%89S\\_DE\\_UN\\_CANAL\\_DE\\_YOUTUBE?from=cover\\_page](https://www.academia.edu/44919781/MIRANDO_AL_FUTURO_C%C3%93MO_INFLUIR_EN_EDUCACION_A_TRAV%C3%89S_DE_UN_CANAL_DE_YOUTUBE?from=cover_page)

Arévalo, F. (2020). *Análisis de las estrategias de comunicación del canal televisivo Viva Tv en la red social YouTube* [Trabajo de investigación, Universidad San

Ignacio de Loyola]. <https://repositorio.usil.edu.pe/items/97557bef-7b06-410e-aff3-c68526dc068e>

Vidal, L. (2013). *Kpop: El hallyu Wave en el Perú desde las Teorías y Metodologías de Investigación*. [https://www.academia.edu/3462423/Kpop\\_El\\_hallyu\\_Wave\\_en\\_el\\_Per%C3%BA\\_desde\\_las\\_Teor%C3%ADas\\_y\\_Metodolog%C3%ADas\\_de\\_Investigaci%C3%B3n](https://www.academia.edu/3462423/Kpop_El_hallyu_Wave_en_el_Per%C3%BA_desde_las_Teor%C3%ADas_y_Metodolog%C3%ADas_de_Investigaci%C3%B3n)

Ariel, J. (2019). *El consumo cultural y la construcción de masculinidad de los jóvenes que realizan K-Pop en Quito: un análisis desde el modelo de mediaciones* [Tesis de Maestría, Universidad Andina Simón Bolívar]. <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/6630>

Blanco, S. (2019). *El Kpop, género, industria y movimiento*. Letras; no. 8. Centro de Investigación en Lectura y Escritura (CILE). <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/101896>

Ocaña, S. (2019). *El Efecto del “Hallyu” en la estrategia de Soft Power de Corea Del Sur* [Tesis de Licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola]. <https://repositorio.usil.edu.pe/items/e1983b94-5be4-4e0e-8fdd-ebc4e8e68e5c>

Cho, K. (2016). *El estado actual del K-Pop e investigación sobre su desarrollo futuro* [Tesis de Maestría, Universidad de Hyung Hee]. <https://sujumemoriesblog.files.wordpress.com/2018/11/spanish-kyuhyun-tesis-maestricc81a.pdf>

Montalvo, M. (2017). *El sexismo en la industria musical de la Ola coreana Hallyu* [Trabajo de fin de Grado, Universidad Miguel Hernández]. <http://dspace.umh.es/handle/11000/6920>

Fendler (septiembre, 2019). *SM Entertainment: From Stage Art to New Culture Technology (NCT)*. *Culture and Empathy: International Journal of Sociology, Psychology, and Cultural*. [https://www.researchgate.net/publication/335986500\\_SM\\_Entertainment\\_From\\_Stage\\_Art\\_to\\_New\\_Culture\\_Technology](https://www.researchgate.net/publication/335986500_SM_Entertainment_From_Stage_Art_to_New_Culture_Technology)

- Navarro Hernández, A. (2020). *El fenómeno K-pop: Claves del impacto global del pop coreano* [Trabajo Fin de Grado, Universidad de Sevilla]. <https://idus.us.es/handle/11441/102532>
- Silva, K. (2019). *La industria cultural y el entretenimiento en Corea del Sur, K-pop: análisis del modelo productivo de artistas* [Trabajo de Licenciatura, Universidad Autónoma de México]. [https://ru.dgb.unam.mx/handle/DGB\\_UNAM/TES01000788688](https://ru.dgb.unam.mx/handle/DGB_UNAM/TES01000788688)
- Vargas, G. (2022). *Kpop, un fenómeno presente en la sociedad y medios de comunicación ecuatorianos* [Tesis de Licenciatura, Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil]. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/5268/1/T-ULVR-4261.pdf>
- Pinto, E. (2020). *Análisis de los universos transmedia en vídeos musicales: El caso de EXO* [Trabajo Fin de Grado, Universidad de Sevilla]. <https://idus.us.es/handle/11441/102533>
- García, M. y Yuli, R. (2016). *Influencia Cultural del K-pop en Jóvenes Limeños. Investigaciones sociales*, 21(39), 237-246. <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/sociales/article/view/14678>
- Padget, F. (2017). *What are the difficulties of being a Korean pop idol and to what extent do they outweigh the benefits.* [https://www.academia.edu/31969209/What\\_are\\_the\\_difficulties\\_of\\_being\\_a\\_Korean\\_pop\\_idol\\_and\\_to\\_what\\_extent\\_do\\_they\\_outweigh\\_the\\_benefits](https://www.academia.edu/31969209/What_are_the_difficulties_of_being_a_Korean_pop_idol_and_to_what_extent_do_they_outweigh_the_benefits)
- Kong, H. (2016). *The Globalization of K-Pop: The interplay of external and internal forces* [Tesis Doctoral, Universidad Furtwangen]. <https://d-nb.info/1122623658/34>
- Vargas Cordero, Zoila Rosa (2009). *La investigación aplicada: una forma de conocer las realidades con evidencia científica. Revista Educación*, 33 (1), 155-165. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=44015082010>
- Hernández Sampieri, R. Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación.* <https://www.uca.ac.cr/wpcontent/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

- Amaya, A. y Troncoso, C. (2016). *Entrevista: guía práctica para la recolección de datos cualitativos en investigación de salud. Artículo de reflexión* Vol. 65 No. 2: 329-32. <http://www.scielo.org.co/pdf/rfmun/v65n2/0120-0011-rfmun-65-02-329.pdf>
- Noreña, A., Alcaraz, N., Guillermo, J. y Rebolledo, D. (2012). *Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa.* <http://jbposgrado.org/icuali/Criterios%20de%20rigor%20en%20la%20Inv%20cualitativa.pdf>
- Romera, A. y Molina, E. (2017). *Valor del conocimiento pedagógico para la docencia en Educación Secundaria: diseño y validación de un cuestionario. Estudios Pedagógicos XLIII, N° 2: 195-220.* <https://scielo.conicyt.cl/pdf/estped/v43n2/art11.pdf>
- Silva, K. (2019). *La industria cultural y el entretenimiento en Corea del Sur, K-POP: análisis del modelo productivo de artistas* [Tesis de Licenciatura, Universidad Autónoma de México]. <https://repositorio.unam.mx/contenidos/3462797>
- Díaz, V. (2018). *Usos y estrategias de marketing en la industria musical de Corea del Sur: Un caso, YG Entertainment* [Tesis de fin de grado, Universidad Politécnica de Valencia]. <https://riunet.upv.es/handle/10251/106068>
- Saavedra, C. (2019). *Es mejor si eres tomboy": Construcción de identidad de género en la performance de las practicantes de covers del k-pop limeño* [Tesis de Maestría, Universidad Pontificia Católica del Perú]. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/13384>
- Olmeño, T. (2018). *Estereotipos raciales y de Género en el K-Pop: El Caso Español* [Tesis de fin de Máster, Universidad de Valladolid]. [https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/33344/TFM\\_F\\_2018\\_60.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/33344/TFM_F_2018_60.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Fernández, M. (2018). *Análisis de la identidad visual del grupo coreano Mamamoo* [Trabajo Fin de Grado Inédito, Universidad de Sevilla]. <https://idus.us.es/handle/11441/79820>

Manjarrés, S. (2013). *Aplicación de los principios éticos a la metodología de la investigación. Enfermería en cardiología: revista científica e informativa de la Asociación Española de Enfermería en Cardiología*, (58), 27-30.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6288907>

## ANEXOS

### Anexo 1: Matriz de consistencia

<b>Análisis de tres redes sociales como promotoras del K-pop: Caso de una agencia de entretenimiento</b>					
<b>PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>UNIDAD TEMÁTICA</b>	<b>CATEGORÍA</b>	<b>SUBCATEGORÍAS</b>	<b>MÉTODO Y TÉCNICAS</b>
<p><b>Problema general:</b> ¿Cuáles son las características de tres redes sociales como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento?</p> <p><b>Problemas específicos:</b></p> <p>¿Cuáles son las características de la red social Twitter como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento?</p> <p>¿Cuáles son las características de la red social YouTube como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento?</p> <p>¿Cuáles son las características de la red social Facebook como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento?</p>	<p><b>Objetivo general:</b> Analizar las características de tres redes sociales como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b></p> <p>Analizar las características de la red social Twitter como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento.</p> <p>Analizar las características de la red social YouTube como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento.</p> <p>Conocer las características de la red social Facebook como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento.</p>	<p><b>Redes sociales:</b></p> <p>Las redes sociales son un espacio virtual que opera en internet, donde los usuarios pueden crear perfiles a fin de mantener comunicación, interacción y distribución de contenido. Además, se caracteriza su instantaneidad a la hora de difundir materiales de todo tipo, es por ello que es un buen canal de provecho para muchas personas e incluso empresas.</p>	<p><b>Facebook:</b> Se define como una de las redes sociales más populares y usadas, debido a su gran popularidad y acogida por los usuarios, ofreciendo no sólo un servicio de mensajería sino también un lugar de interacción.</p>	<p><b>Comentarios de Facebook</b></p> <p><b>Reacciones en Facebook</b></p> <p><b>Compartidos de Facebook</b></p>	<p><b>Tipo de investigación:</b> Aplicada</p> <p><b>Enfoque:</b> Cualitativo</p> <p><b>Diseño:</b> Fenomenológico</p> <p><b>Objeto de estudio:</b> Facebook, Twitter y YouTube de SM Entertainment.</p> <p><b>Técnica:</b> Observación y entrevistas</p> <p><b>Instrumentos:</b> Guía de entrevistas y fichas de observación</p>
			<p><b>Twitter:</b> Es una red social que también actúa como canal oficial de comunicación. Las personas pueden estar en contacto en tiempo real con los perfiles de su interés por medio de mensajes cortos y estar al tanto de todo por medio de las tendencias.</p>	<p><b>Hashtag de Twitter</b></p> <p><b>Imágenes de Twitter</b></p> <p><b>Me gusta de Twitter</b></p> <p><b>Retuits de Twitter</b></p>	
			<p><b>YouTube:</b> Es un buen medio para compartir contenido, ya que en su haber alberga múltiples funciones para que esta actividad sea óptima, por otro lado, también empodera a los usuarios a producir su propio contenido que va dirigido a distintos públicos.</p>	<p><b>Comentarios de Youtube</b></p> <p><b>Me gusta de YouTube</b></p> <p><b>Vistas de YouTube</b></p>	

## Anexo 2: Matriz de consistencia

Análisis de tres redes sociales como promotoras del K-pop: Caso de una agencia de entretenimiento					
PROBLEMA	OBJETIVO	UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍAS	MÉTODO Y TÉCNICAS
<p><b>Problema general:</b> ¿Cuáles son las características de tres redes sociales como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento?</p> <p><b>Problemas específicos:</b></p> <p>¿Cuáles son las características de la red social Twitter como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento?</p> <p>¿Cuáles son las características de la red social YouTube como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento?</p> <p>¿Cuáles son las características de la red social Facebook como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento?</p>	<p><b>Objetivo general:</b> Analizar las características de tres redes sociales como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b></p> <p>Analizar las características de la red social Twitter como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento.</p> <p>Analizar las características de la red social YouTube como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento.</p> <p>Conocer las características de la red social Facebook como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento.</p>	<p><b>K-pop:</b> La expresión K-pop describe a la música popular en la Ola Hallyu. Hoy en día es un género que encabeza la Ola Coreana alrededor del mundo, mediante el cual se desarrolla el Korean Wave. Este movimiento solía pertenecer a una determinada región, ahora es una cultura que se expande en todo el mundo.</p>	<p><b>SM Entertainment:</b> Fundada por Lee Sooman, tiene como lema “The Future of culture Technology” (El futuro de la cultura tecnológica). En la actualidad es una de las principales agencias de entretenimiento ya que fue la primera en lanzar grupos K-pop.</p> <p><b>Artistas:</b> Los idols son personas que han sido reclutadas por sus agencias, muchas de ellas desde muy temprana edad, para recibir entrenamiento y en un futuro convertirse en artistas.</p>	<p><b>Primera Generación</b></p> <p><b>Segunda Generación</b></p> <p><b>Tercera Generación</b></p> <p><b>Cuarta Generación</b></p>	<p><b>Tipo de investigación:</b> Aplicada</p> <p><b>Enfoque:</b> Cualitativo</p> <p><b>Diseño:</b> Fenomenológico</p> <p><b>Objeto de estudio:</b> Facebook, Twitter y YouTube de SM Entertainment.</p> <p><b>Técnica:</b> Observación y entrevistas</p> <p><b>Instrumentos:</b> Guía de entrevistas y fichas de observación</p>
				<p><b>Trainee</b></p> <p><b>Debut</b></p> <p><b>Idol</b></p> <p><b>Concepto</b></p> <p><b>Merchandising</b></p>	

### Anexo 3: Matriz de categorización

Unidad temática: Redes sociales						
Ámbito temático	Problema de Investigación	Preguntas específicas	Objetivo general	Objetivo específico	Categorías	Subcategorías
Publicidad	¿Cuáles son las características de tres redes sociales como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento?	<p>¿Cuáles son las características de la red social Facebook como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento?</p> <p>¿Cuáles son las características de la red social Twitter como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento?</p> <p>¿Cuáles son las características de la red social YouTube como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento?</p>	<p>Analizar las características de tres redes sociales como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento.</p>	<p>Analizar las características de la red social Facebook como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento.</p> <p>Identificar las características de la red social Twitter como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento.</p> <p>Conocer las características de la red social YouTube como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento.</p>	<b>Facebook</b>	<p>Comentarios de Facebook</p> <p>Reacciones en Facebook</p> <p>Compartidos de Facebook</p>
					<b>Twitter</b>	<p>Hashtag de Twitter</p> <p>Imágenes de Twitter</p> <p>Me gusta de Twitter</p> <p>Retuits de Twitter</p>
					<b>YouTube</b>	<p>Comentarios de Youtube</p> <p>Me gusta de YouTube</p> <p>Vistas de YouTube</p>

#### Anexo 4: Matriz de categorización

Unidad temática: K-pop						
Ámbito temático	Problema de Investigación	Preguntas específicas	Objetivo general	Objetivo específico	Categorías	Subcategorías
<b>Publicidad</b>	¿Cuáles son las características de tres redes sociales como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento?	<p>¿Cuáles son las características de la red social Facebook como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento?</p> <p>¿Cuáles son las características de la red social Twitter como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento?</p>	Analizar las características de tres redes sociales como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento.	<p>Analizar las características de la red social Facebook como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento.</p> <p>Identificar las características de la red social Twitter como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento.</p>	<b>SM Entertainment</b>	<p>Primera Generación</p> <p>Segunda Generación</p> <p>Tercera Generación</p> <p>Cuarta Generación</p>

		¿Cuáles son las características de la red social YouTube como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento?		Conocer las características de la red social YouTube como promotoras del K-pop en el caso de una agencia de entretenimiento.	<b>Artistas</b>	Trainee Debut Idol Concepto Merchandising
--	--	--	--	--	-----------------	---

## Anexo 5: Instrumentos

- **Guía de entrevista**

N o	UNIDAD TEMÁTICA: REDES SOCIALES
<b>CATEGORÍA 1: FACEBOOK</b>	
1	¿Considera usted que los <b>comentarios</b> de Facebook influyen de manera positiva o negativa en la difusión del K-pop cuando se trabaja desde una agencia de entretenimiento?
2	¿Los posts <b>compartidos</b> de Facebook ayudan a generar corrientes de opinión que favorezcan el K-pop como género musical actual? Si o no, por qué.
3	¿Desde su punto de vista las <b>reacciones</b> ayudan a comprender mejor el sentimiento de los receptores respecto a la temática del K-pop?
<b>CATEGORÍA 2: TWITTER</b>	
1	¿Los <b>hashtags</b> son determinantes en la promoción del K-pop o pasan desapercibidos al ojo de los receptores?
2	¿Cree usted que las <b>imágenes</b> que publica la agencia de entretenimiento en Twitter permiten una promoción adecuada del K-pop?
3	¿De qué manera se interpreta la cantidad de <b>retuits</b> que generan las noticias sobre K-pop?
4	¿La relación en aplicar " <b>me gusta</b> " puede interpretar necesariamente con la aceptación de la música K-pop?
<b>CATEGORÍA 3: YOUTUBE</b>	
1	¿El número de <b>comentarios</b> reflejan la popularidad de los sitios que promueven el K-pop? Si o no, por qué.
2	¿Los <b>me gusta</b> garantizan el éxito en la promoción del K-pop? ¿Por qué?
3	¿El número de <b>vistas</b> aseguran el éxito de las agrupaciones K-pop? ¿Por qué?

N o	<b>UNIDAD TEMÁTICA: K-POP</b>
	<b>CATEGORÍA 1: SM ENTERTAINMENT</b>
1	¿Cuáles fueron los aportes de la <b>Primera generación</b> de artistas coreanos en la promoción del K-pop?
2	¿Cuáles cree que son los aportes de la <b>Segunda generación</b> de artistas coreanos en la promoción del K-pop?
3	¿Cuáles fueron los aportes de la <b>Tercera generación</b> de artistas coreanos en la promoción del K-pop?
4	¿Cuáles fueron los aportes de la <b>Cuarta generación</b> de artistas coreanos en la promoción del K-pop?
	<b>CATEGORÍA 2: ARTISTAS</b>
1	¿Consideras que la preparación de los <b>trainees</b> es suficiente para una buena promoción del K-pop?
2	¿Consideras que el incremento de <b>debut</b> de agrupaciones es de ayuda para la promoción del K-pop?
3	¿Cree que los <b>idols</b> son el eje principal en la promoción del K-pop?
4	¿Crees que los diversos <b>conceptos</b> de los idols ayudan a la promoción del K-pop?
5	¿Crees que la gran variedad de <b>merchandising</b> de artistas coreanos ayudan a la promoción del K-pop?

- Fichas de observación

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 1		
FECHA		
DESCRIPCIÓN		
REDES SOCIALES		
FACEBOOK	Comentarios	
	Reacciones	
	Compartidos	
INTERPRETACIÓN		

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 1		
FECHA		
TITULAR		
DESCRIPCIÓN		
REDES SOCIALES		
YOUTUBE	Comentarios	
	Me gusta	
	Vistas	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 1</b>		
<b>FECHA</b>		
<b>TITULAR</b>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>		
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	
	<b>Imagen</b>	
	<b>Me gusta</b>	
	<b>Retuits</b>	
<b>INTERPRETACIÓN</b>		

## Anexo 6: Certificado de validez



### Certificado de validez de contenido del instrumento

Título: Análisis de tres redes sociales como promotoras del K-pop: Caso de una agencia de entretenimiento

Dirigido: Mg. Denis Rubén García Gutiérrez

N°	UNIDAD TEMÁTICA 1: REDES SOCIALES	Pertinencia <sup>1</sup>				Relevancia <sup>2</sup>				Claridad <sup>3</sup>				Sugerencias
		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A	M	
<b>CATEGORÍA 1: Facebook</b>														
1	¿Considera usted que los <b>comentarios</b> de Facebook influyen de manera positiva o negativa en la difusión del K-pop cuando se trabaja desde una agencia de entretenimiento?				X				X				X	-
2	¿Los posts <b>compartidos</b> de Facebook ayudan a generar corrientes de opinión que favorezcan el K-pop como género musical actual? Si o no, ¿por qué?				X				X				X	-
3	¿Desde su punto de vista las <b>reacciones</b> ayudan a comprender mejor el sentimiento de los receptores respecto a la temática del K-pop?				X				X				X	-
<b>CATEGORÍA 2: Twitter</b>														
4	¿Los <b>hashtags</b> son determinantes en la promoción del K-pop o pasan desapercibidos al ojo de los receptores?				X				X				X	-
5	¿Cree usted que las <b>imágenes</b> que publica la agencia de entretenimiento en Twitter permiten una promoción adecuada del K-pop?				X				X				X	-
6	¿De qué manera se interpreta la cantidad de <b>retuits</b> que generan las noticias sobre K-pop?				X				X				X	-
7	¿La relación en aplicar " <b>me gusta</b> " puede interpretar necesariamente con la aceptación de la música K-pop?				X				X				X	-
<b>CATEGORÍA 3: YouTube</b>														
8	¿El número de <b>comentarios</b> reflejan la popularidad de los sitios que promueven el K-pop? Si o no, por qué.				X				X				X	-
9	¿Los <b>me gusta</b> garantizan el éxito en la promoción del Kpop? ¿Por qué?				X				X				X	-
10	¿El número de <b>vistas</b> aseguran el éxito de las agrupaciones K-pop? ¿Por qué?				X				X				X	-



<b>UNIDAD TEMÁTICA 2: KPOP</b>											
<b>CATEGORÍA 4: SM Entertainment</b>											
11	¿Cuáles fueron los aportes de la <b>Primera generación</b> de artistas coreanos en la promoción del K-pop?			X			X			X	-
12	¿Cuáles cree que son los aportes de la <b>Segunda generación</b> de artistas coreanos en la promoción del K-pop?			X			X			X	-
13	¿Cuáles fueron los aportes de la <b>Tercera generación</b> de artistas coreanos en la promoción del K-pop?			X			X			X	-
14	¿Cuáles fueron los aportes de la <b>Cuarta generación</b> de artistas coreanos en la promoción del K-pop?			X			X			X	-
<b>CATEGORÍA 5: Formato Kpop</b>											
15	¿Consideras que la preparación de los <b>Trainees</b> es suficiente para una buena promoción del K-pop?			X			X			X	-
16	¿Consideras que el incremento de <b>Debut</b> de agrupaciones es de ayuda para la promoción del K-pop?			X			X			X	-
17	¿Cree que los <b>Idols</b> son el eje principal en la promoción del K-pop?			X			X			X	-
18	¿Crees que los diversos <b>Conceptos</b> ayudan a la promoción del K-pop?			X			X			X	-
19	¿Crees que la gran variedad de <b>merchandising</b> de artistas coreanos ayudan a la promoción del K-pop?			X			X			X	-



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

MD: Muy Deficiente  
D : Deficiente  
A : Aplicable  
MA: Muy Aplicable

**Observaciones:** El instrumento que contempla las unidades temáticas de 'Redes sociales' y 'K-pop' evidencia suficiencia.

**Opinión de aplicabilidad:**    **Aplicable** [ X ]        **Aplicable después de corregir** [ ]        **No aplicable** [ ]

**Apellidos y nombres del juez validador** Mgtr. García Gutiérrez, Denis Rubén        **DNI:** 72084242

**Especialidad del validador:** Producción audiovisual / Dirección e investigación cinematográfica (RENCA\*).

*\*Registro Nacional de la Cinematografía y el Audiovisual - DAFO - Ministerio de Cultura del Perú*

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

<sup>3</sup>**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

**Fecha:** 13 de septiembre de 2022

Firma del Experto Informante



**Certificado de validez de contenido del instrumento**

Título: Análisis de tres redes sociales como promotoras del K-pop: Caso de una agencia de entretenimiento  
Dirigido: Mg. Ronny Rojas Rojas

Nº	UNIDAD TEMÁTICA 1: REDES SOCIALES	Pertinencia <sup>1</sup>				Relevancia <sup>2</sup>				Claridad <sup>3</sup>				Sugerencias
		M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	
	<b>CATEGORÍA 1: Facebook</b>													
1	¿Considera usted que los <b>comentarios</b> de Facebook influyen de manera positiva o negativa en la difusión del K-pop cuando se trabaja desde una agencia de entretenimiento?				X				X				X	
2	¿Los posts <b>compartidos</b> de Facebook ayudan a generar corrientes de opinión que favorezcan el K-pop como género musical actual? Si o no, por qué.				X				X				X	
3	¿Desde su punto de vista las <b>reacciones</b> ayudan a comprender mejor el sentimiento de los receptores respecto a la temática del K-pop?				X				X				X	
	<b>CATEGORÍA 2: Twitter</b>													
4	¿Los <b>hashtags</b> son determinantes en la promoción del K-pop o pasan desapercibidos al ojo de los receptores?				X				X				X	
5	¿Cree usted que las <b>imágenes</b> que publica la agencia de entretenimiento en Twitter permiten una promoción adecuada del Kpop?				X				X				X	
6	¿De qué manera se interpreta la cantidad de <b>retuits</b> que generan las noticias sobre Kpop?													
7	¿La relación en aplicar " <b>me gusta</b> " puede interpretar necesariamente con la aceptación de la música Kpop?				X				X				X	
	<b>CATEGORÍA 3: YouTube</b>													
8	¿El número de <b>comentarios</b> reflejan la popularidad de los sitios que promueven el Kpop? Si o no, por qué.				X				X				X	
9	¿Los <b>me gusta</b> garantizan el éxito en la promoción del Kpop? ¿Por qué?				X				X				X	
10	¿El número de <b>vistas</b> aseguran el éxito de las agrupaciones K-pop? ¿Por qué?				X				X				X	
	<b>UNIDAD TEMÁTICA 2: KPOP</b>													
	<b>CATEGORÍA 4: SM Entertainment</b>													
11	¿Cuáles fueron los aportes de la <b>Primera generación</b> de artistas coreanos en la promoción del K-pop?			X					X				X	
12	¿Cuáles cree que son los aportes de la <b>Segunda generación</b> de artistas coreanos en la promoción del K-pop?			X					X				X	
13	¿Cuáles fueron los aportes de la <b>Tercera generación</b> de artistas coreanos en la promoción del K-pop?			X					X				X	
14	¿Cuáles fueron los aportes de la <b>Cuarta generación</b> de artistas coreanos en la promoción del K-pop?			X					X				X	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CATEGORÍA 5: Formato Kpop															
15	¿Consideras que la preparación de los <b>Trainees</b> es suficiente para una buena promoción del Kpop?				x					x					x
16	¿Consideras que el incremento de <b>Debut</b> de agrupaciones es de ayuda para la promoción del Kpop?				x					x					x
17	¿Cree que los <b>Idols</b> son el eje principal en la promoción del Kpop?				x					x					x
18	¿Crees que los diversos <b>Conceptos</b> ayudan a la promoción del Kpop?				x					x					x
19	¿Crees que la gran variedad de <b>merchandising</b> de artistas coreanos ayudan a la promoción del Kpop?				x					x					x



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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 Dr. / Mg: Ronny Rafael Rojas Rojas DNI: 40351067

Especialidad del validador: Maestro en Periodismo y Comunicación Multimedia

Fecha: 13/09/2022

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

<sup>3</sup>**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**

Título: Análisis de tres redes sociales como promotoras del K-pop: Caso de una agencia de entretenimiento

Dirigido: Mg. Iturrizaga Urbina César

Nº	UNIDAD TEMÁTICA 1: REDES SOCIALES	Pertinencia <sup>1</sup>				Relevancia <sup>2</sup>				Claridad <sup>3</sup>				Sugerencias
		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A		
	<b>CATEGORÍA 1: Facebook</b>													
1	¿Considera usted que los <b>comentarios</b> de Facebook influyen de manera positiva o negativa en la difusión del K-pop cuando se trabaja desde una agencia de entretenimiento?			X			X			X				
2	¿Los posts <b>compartidos</b> de Facebook ayudan a generar corrientes de opinión que favorezcan el K-pop como género musical actual? Si o no, por qué.			X			X			X				
3	¿Desde su punto de vista las <b>reacciones</b> ayudan a comprender mejor el sentimiento de los receptores respecto a la temática del K-pop?			X			X			X				
	<b>CATEGORÍA 2: Twitter</b>													
4	¿Los <b>hashtags</b> son determinantes en la promoción del K-pop o pasan desapercibidos al ojo de los receptores?			X			X			X				
5	¿Cree usted que las <b>imágenes</b> que publica la agencia de entretenimiento en Twitter permiten una promoción adecuada del Kpop?			X			X			X				
6	¿De qué manera se interpreta la cantidad de <b>retuits</b> que generan las noticias sobre Kpop?													
7	¿La relación en aplicar " <b>me gusta</b> " puede interpretar necesariamente con la aceptación de la música Kpop?			X			X			X				
	<b>CATEGORÍA 3: YouTube</b>													
8	¿El número de <b>comentarios</b> reflejan la popularidad de los sitios que promueven el Kpop? Si o no, por qué.			X			X			X				
9	¿Los <b>me gusta</b> garantizan el éxito en la promoción del Kpop? ¿Por qué?			X			X			X				
10	¿El número de <b>vistas</b> aseguran el éxito de las agrupaciones K-pop? ¿Por qué?			X			X			X				
	<b>UNIDAD TEMÁTICA 2: KPOP</b>													
	<b>CATEGORÍA 4: SM Entertainment</b>													
11	¿Cuáles fueron los aportes de la <b>Primera generación</b> de artistas coreanos en la promoción del K-pop?			X			X			X				
12	¿Cuáles cree que son los aportes de la <b>Segunda generación</b> de artistas coreanos en la promoción del K-pop?			X			X			X				
13	¿Cuáles fueron los aportes de la <b>Tercera generación</b> de artistas coreanos en la promoción del K-pop?			X			X			X				
14	¿Cuáles fueron los aportes de la <b>Cuarta generación</b> de artistas coreanos en la promoción del K-pop?			X			X			X				





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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:** Mg. Iturrizaga Urbina César **DNI:** 07634762

Especialidad del validado: PERIODISTA

**Fecha: 13/09/2022**

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado. <sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**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**

V AIKEN - Excel (Error de activación de productos) Inic. ses.

Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda Acrobat ¿Qué desea hacer? Compartir

Calibri 11 Fuente Ajustar texto General Formato Dar formato Estilos de celda Insertar Eliminar Formato Ordenar y filtrar Buscar y seleccionar Edición

M40

Con valores de V Aiken como V= 0.70 o más son adecuados (Charter, 2003).										
		J1	J2	J3	J4	J5	Media	DE	V Aiken	Interpretación de la V
ITEM 1	Relevancia	4	4	4			4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	4	4	4			4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4			4	0.00	1.00	Valido
ITEM 2	Relevancia	4	4	4			4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	4	4	4			4	0.00	1.00	Valido
ITEM 3	Relevancia	4	4	4			4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	4	4	4			4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4			4	0.00	1.00	Valido
ITEM 4	Relevancia	4	4	4			4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	4	4	4			4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4			4	0.00	1.00	Valido
ITEM 5	Relevancia	4	4	4			4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	4	4	4			4	0.00	1.00	Valido
ITEM 6	Relevancia	4	4	4			4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	4	4	4			4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4			4	0.00	1.00	Valido
ITEM 7	Relevancia	4	4	4			4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	4	4	4			4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4			4	0.00	1.00	Valido
ITEM 8	Relevancia	4	4	4			4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	4	4	4			4	0.00	1.00	Valido

JURADOS	V DE AIKEN	INTERPRETACIÓN
García Gutierrez, Denis Ruben	1	Válido
Iturrizaga Urbina, César	1	Válido
Rojas Rojas,	0.89	Válido

RESPUESTA JUECES V AIKEN TABLA\_APA

Listo 91%

**Anexos 7:** Fichas de observación

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 1</b>			
<b>FECHA</b>	1 de Diciembre del 2021		
<b>TITULAR</b>	LIM YOONA en la conferencia de prensa de la película "Happy New Year".		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción del trabajo actoral de la cantante y actriz, Lin Yoona, en el proyecto cinematográfico "Happy New Year". En la fotografía se puede reconocer a la actriz en un plano general, donde también se observa el banner publicitario de la película.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	43	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	2.5 mil
		<b>Me encanta</b>	2.2 mil
		<b>Me divierte</b>	3
		<b>Me importa</b>	30
		<b>Me asombra</b>	4
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	49	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La publicación ha sido bien recibida por el público al ser una imagen promocional para el trabajo actoral de la artista Lim Yoona, esto se refleja en los 2.2 mil "me encanta" y 2.5 mil "me gusta". Esto demuestra que la agencia de entretenimiento promociona también los proyectos individuales de sus artistas.		

**FICHA DE OBSERVACIÓN N° 2**

<b>FECHA</b>	1 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	CHO JUNYOUNG en la conferencia de prensa de la película "Happy New Year".
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción del trabajo de Cho Junyoung en el proyecto cinematográfico "Happy New Year". En la fotografía se puede distinguir al actor en un plano americano, donde también se observa el banner publicitario de la película.

**REDES SOCIALES**

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	61	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1.8 mil
		<b>Me encanta</b>	1.6 mil
		<b>Me divierte</b>	0
		<b>Me importa</b>	26
		<b>Me asombra</b>	2
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	28	

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Esta ha sido bien recibida por el público al ser una imagen promocional para el trabajo de Cho Junyoung, esto se refleja en los 1.6 mil "me encanta" y 1.8 mil "me gusta". Esto demuestra que la agencia de entretenimiento promociona también los proyectos individuales de sus artistas.
-----------------------	--

**FICHA DE OBSERVACIÓN N° 3**

<b>FECHA</b>	1 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	¡LEE JINKI ha sido elegido como el personaje principal del contenido de terror de formato corto “4:44”! ¡A jugar a “기철”, quien sufre los ruidos de sus vecinos!
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la participación de Lee Jinki en una serie de terror corta. En la fotografía se puede distinguir al actor en un plano medio.

**REDES SOCIALES**

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	122	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	4.3 mil
		<b>Me encanta</b>	4.9 mil
		<b>Me divierte</b>	2
		<b>Me importa</b>	66
		<b>Me asombra</b>	7
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	327	

<b>INTERPRETACIÓN</b>	El post ha sido bien recibido por el público al anunciarse la participación de Lee Jinki (Onew de SHINee) en una serie de terror, esto se refleja en los 4.9 mil “me encanta” y 4.3 mil “me gusta”. Esto demuestra que la agencia de entretenimiento promociona también los proyectos individuales de los artistas.
-----------------------	---

**FICHA DE OBSERVACIÓN N° 4**

<b>FECHA</b>	2 de Diciembre del 2021
--------------	-------------------------

<b>TITULAR</b>	¡KWON YURI gana el “Premio a la mejor actuación” en los 2021 Asia Artist Awards!		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la victoria de la artista Kwon Yuri en los premios 2021 Asia Artist Award en la categoría a mejor actuación. En la fotografía se puede distinguir a la también cantante posando con su galardón en un plano americano.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	187	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	4.4 mil
		<b>Me encanta</b>	6.3 mil
		<b>Me divierte</b>	3
		<b>Me importa</b>	93
		<b>Me asombra</b>	5
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
<b>Compartidos</b>	278		
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Es posible afirmar que el post ha sido bien recibido por los seguidores al anunciar el premio de Kwon Yuri, esto se refleja en los 6.3 mil “me encanta” y 4.4 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 5</b>	
<b>FECHA</b>	2 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	¡NCT 127 y DOYOUNG ganaron el “Álbum del año” y el “Premio Focus (actor)” en los 2021 Asia Artist Awards!

<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la asistencia del artista Doyoung en los premios 2021 Asia Artist Awards, donde recibió los premios. En la fotografía se puede distinguir al artista posando con su galardón en un plano americano.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	498	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	7 mil
		<b>Me encanta</b>	12 mil
		<b>Me divierte</b>	3
		<b>Me importa</b>	172
		<b>Me asombra</b>	8
		<b>Me entristece</b>	1
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	549	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se puede afirmar que el post ha sido bien aceptado por los seguidores al anunciar los premios que recibió el artista Doyoung. Por lo cual se refleja en los 12 mil “me encanta” y 7 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 6</b>	
<b>FECHA</b>	11 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	Dreams Come True, que renace de la mano de Aespa, ¡Se estrenará el 20/12!
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se anuncia un nuevo proyecto entre Aespa y BoA, a fin de relanzar un tema de los 90's. En la imagen se puede apreciar a las integrantes del grupo femenino Aespa, en un plano entero.

REDES SOCIALES			
FACEBOOK	<b>Comentarios</b>	606	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	9.9 mil
		<b>Me encanta</b>	22 mil
		<b>Me divierte</b>	12
		<b>Me importa</b>	353
		<b>Me asombra</b>	60
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	7
	<b>Compartidos</b>	2.9 mil	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Es posible inferir que la publicación ha sido del agrado de los seguidores puesto que se trata de un proyecto que lanzará una versión actual de un tema de los 90's, lo anterior mencionado se refleja en los 22 mil "me encanta" y 9.9 mil "me gusta".		

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 7	
<b>FECHA</b>	9 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS - SMCU TOUR PROGRAM
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La publicación contiene una imagen compuesta por gráficos y líneas. La pieza gráfica anuncia los próximos eventos a realizar por la agencia, tales como: el concierto gratuito, álbum de invierno colaborativo, entre otros.
REDES SOCIALES	
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b> 6.9 mil

	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	19 mil
		<b>Me encanta</b>	54 mil
		<b>Me divierte</b>	134
		<b>Me importa</b>	613
		<b>Me asombra</b>	928
		<b>Me entristece</b>	41
	<b>Me enoja</b>	16	
	<b>Compartidos</b>	16 mil	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La publicación ha tenido una buena aceptación por parte de los seguidores puesto que la agencia anunció emocionantes proyectos y colaboraciones entre los artistas a fin de dar un concierto gratuito a los fans, lo anterior mencionado se refleja en los 54 mil “me encanta” y 19 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 8</b>			
<b>FECHA</b>	14 de Diciembre del 2021		
<b>TITULAR</b>	¡Se ha lanzado el póster del nuevo drama de PARK SOOYOUNG “한 사람만”!		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace promoción a la participación de Park Sooyoung en un K-drama. La fotografía corresponde a un póster promocional de la producción televisiva.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	122	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	2.1 mil

		<b>Me encanta</b>	4.5 mil
		<b>Me divierte</b>	2
		<b>Me importa</b>	64
		<b>Me asombra</b>	7
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	480	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La publicación ha sido bien recibida por el público al ser una imagen promocional del K-drama en el que participará Park Sooyoung, esto se refleja en los 4.5 mil “me encanta” y 2.1 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 9</b>			
<b>FECHA</b>	14 de Diciembre del 2021		
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #KANGTA		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwagnya, es así que se puede apreciar al artista Kangta en un plano abierto.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	21	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1 mil
		<b>Me encanta</b>	1.9 mil
		<b>Me divierte</b>	0
		<b>Me importa</b>	25

		<b>Me asombra</b>	6
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	74	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La publicación ha sido bien recibida por el público al ser una imagen promocional del artista Kangta con el concepto SMCU, esto se refleja en los 1.9 mil “me encanta” y 1 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 10</b>	
-----------------------------------	--

<b>FECHA</b>	14 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #KANGTA
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwagnya, siendo así, se puede apreciar al artista Kangta en un plano entero.

<b>REDES SOCIALES</b>	
-----------------------	--

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	68	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1.1 mil
		<b>Me encanta</b>	2.1 mil
		<b>Me divierte</b>	0
		<b>Me importa</b>	26
		<b>Me asombra</b>	2
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0

	<b>Compartidos</b>	105
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La publicación ha tenido buena recepción por el público al ser una imagen promocional del artista Kangta con el concepto SMCU, esto se refleja en los 2.1 mil “me encanta” y 1.1 mil “me gusta”.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 11</b>
-----------------------------------

<b>FECHA</b>	14 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #BoA
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwagnya, es entonces que se puede apreciar a la solista BoA en un plano general.

<b>REDES SOCIALES</b>
-----------------------

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	37	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1.6 mil
		<b>Me encanta</b>	3 mil
		<b>Me divierte</b>	0
		<b>Me importa</b>	31
		<b>Me asombra</b>	5
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	102	

<b>INTERPRETACIÓN</b>	La publicación ha tenido buena recepción por el público al ser una imagen promocional de la artista BoA con el	
-----------------------	--	--

	concepto SMCU, esto se refleja en los 3 mil “me encanta” y 1.6 mil “me gusta”.
--	--

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 12</b>
-----------------------------------

<b>FECHA</b>	14 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #BoA
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es entonces que se puede apreciar a la solista BoA en un plano medio.

<b>REDES SOCIALES</b>
-----------------------

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	131		
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	2.1 mil	
		<b>Me encanta</b>	3.8 mil	
		<b>Me divierte</b>	3	
		<b>Me importa</b>	52	
		<b>Me asombra</b>	9	
		<b>Me entristece</b>	0	
		<b>Me enoja</b>	0	
	<b>Compartidos</b>	226		
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Esta publicación ha tenido buena aceptación por el público al ser una imagen promocional de la artista BoA con el concepto SMCU, esto se refleja en los 3.8 mil “me encanta” y 2.1 mil “me gusta”.			

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 13</b>
-----------------------------------

<b>FECHA</b>	14 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #BoA
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es entonces que se puede apreciar a la solista BoA en un plano americano.

<b>REDES SOCIALES</b>
-----------------------

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	67	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1.2 mil
		<b>Me encanta</b>	2.5 mil
		<b>Me divierte</b>	0
		<b>Me importa</b>	28
		<b>Me asombra</b>	4
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	77	

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Por lo tanto, se puede inferir que esta publicación ha tenido buena aceptación por parte de los seguidores al ser una imagen promocional de la artista BoA con el concepto SMCU, esto se refleja en los 2.5 mil “me encanta” y 1.2 mil “me gusta”.
-----------------------	--

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 14</b>
-----------------------------------

<b>FECHA</b>	14 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #TVXQ!

<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es entonces que se puede apreciar a Yunho de TVXQ en un plano medio.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	132	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1.6 mil
		<b>Me encanta</b>	2.6 mil
		<b>Me divierte</b>	0
		<b>Me importa</b>	29
		<b>Me asombra</b>	5
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	101	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se puede inferir que esta publicación ha tenido buena aceptación por parte de los seguidores al ser una imagen promocional de la artista Yunho con el concepto SMCU, esto se refleja en los 2.6 mil “me encanta” y 1.6 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 15</b>	
<b>FECHA</b>	14 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #TVXQ!
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es entonces que se puede apreciar a Changmin de TVXQ en un plano entero.

REDES SOCIALES			
FACEBOOK	<b>Comentarios</b>	114	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	2.3 mil
		<b>Me encanta</b>	3.8 mil
		<b>Me divierte</b>	2
		<b>Me importa</b>	47
		<b>Me asombra</b>	9
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	93	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Es posible inferir que esta publicación ha tenido buena aceptación por parte de los seguidores al ser una imagen promocional de la artista Changmin con el concepto SMCU, esto se refleja en los 3.8 mil “me encanta” y 2.3 mil “me gusta”.		

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 16	
<b>FECHA</b>	14 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #TVXQ!
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es entonces que se puede apreciar a Yunho y Changmin de TVXQ en un plano entero.
REDES SOCIALES	
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b> 57

	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1.3 mil
		<b>Me encanta</b>	2.5 mil
		<b>Me divierte</b>	0
		<b>Me importa</b>	29
		<b>Me asombra</b>	5
		<b>Me entristece</b>	0
	<b>Me enoja</b>	0	
	<b>Compartidos</b>	129	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se puede inferir que esta publicación ha tenido buena aceptación por parte del público al ser una imagen promocional de los artistas Yunho y Changmin con el concepto SMCU, esto se refleja en los 2.5 mil “me encanta” y 1.3 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 17</b>			
<b>FECHA</b>	14 de Diciembre del 2021		
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #TVXQ!		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es entonces que se puede distinguir a Changmin de TVXQ en un plano medio corto.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	57	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1.3 mil
		<b>Me encanta</b>	2.3 mil

	<b>Me divierte</b>	1
	<b>Me importa</b>	22
	<b>Me asombra</b>	2
	<b>Me entristece</b>	0
	<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	79
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se puede inferir que esta publicación ha tenido buena aceptación por parte del público al ser una imagen promocional de la artista Yunho con el concepto SMCU, esto se refleja en los 2.5 mil “me encanta” y 1.3 mil “me gusta”. Sin embargo, la publicación ha sido comentada sólo 57 veces y compartida 79 veces.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 18</b>			
<b>FECHA</b>	14 de Diciembre del 2021		
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #TVXQ!		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es entonces que se puede distinguir a Yunho de TVXQ en un plano entero.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	162	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	2.1 mil
		<b>Me encanta</b>	3.5 mil
		<b>Me divierte</b>	0
		<b>Me importa</b>	34

		<b>Me asombra</b>	11
		<b>Me entristece</b>	1
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	130	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se puede inferir que esta publicación ha tenido buena aceptación por parte del público al ser una imagen promocional de la artista Yunho con el concepto SMCU, esto se refleja en los 3.5 mil “me encanta” y 2.1 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 19</b>			
<b>FECHA</b>	14 de Diciembre del 2021		
<b>TITULAR</b>	에스파 “Dreams Come True”, 유튜브 오리지널 콘텐츠 23일 공개! 리메이크 작업기 담았다! ‘원곡 가수’ 바다도 깜짝 출연!		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Poster promocional para el lanzamiento del documental sobre el proyecto de remasterización de la canción “Dreams come true” de la mano de BoA y Aespa.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	220	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	11 mil
		<b>Me encanta</b>	2.3 mil
		<b>Me divierte</b>	6
		<b>Me importa</b>	180
		<b>Me asombra</b>	17
		<b>Me entristece</b>	1

		<b>Me enoja</b>	6
	<b>Compartidos</b>	975	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se puede inferir que esta publicación ha causado diferentes impresiones en el público, dado que el proyecto de remasterización resultó ser muy llamativo para cierta parte del público, mientras a otra parte les resultó innecesario. Lo anterior mencionado se refleja en los 11 mil “me gusta”, 2.3 mil “me encanta”, 6 “me divierte”, 180 “me importa”, “17 me asombra”, 1 “me entristece” y “me enoja”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 20</b>
-----------------------------------

<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SUPERJUNIOR
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es entonces que se puede distinguir a todos los miembros activos de Super Junior en un plano general.

<b>REDES SOCIALES</b>
-----------------------

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	140	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1.9 mil
		<b>Me encanta</b>	4.2 mil
		<b>Me divierte</b>	1
		<b>Me importa</b>	41
		<b>Me asombra</b>	2
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0

	<b>Compartidos</b>	379
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Es posible inferir que esta publicación ha tenido buena aceptación por parte del público al ser una imagen promocional de los miembros de Super Junior con el concepto SMCU, esto se refleja en los 4.2 mil “me encanta” y 1.9 mil “me gusta”.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 21</b>
-----------------------------------

<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SUPERJUNIOR
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es entonces que se puede observar a Kyuhyun de Super Junior en un plano medio.

<b>REDES SOCIALES</b>
-----------------------

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	48		
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1.1 mil	
		<b>Me encanta</b>	2.1 mil	
		<b>Me divierte</b>	0	
		<b>Me importa</b>	21	
		<b>Me asombra</b>	0	
		<b>Me entristece</b>	0	
		<b>Me enoja</b>	0	
	<b>Compartidos</b>	58		

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Por lo tanto, esta publicación ha tenido buena aceptación por parte del público al ser una imagen promocional del
-----------------------	---

	miembro menor de Super Junior, Kyuhyun, con el concepto SMCU, esto se refleja en los 2.1 mil “me encanta” y 1.1 mil “me gusta”.
--	---

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 22</b>	
-----------------------------------	--

<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SUPERJUNIOR
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es entonces que se puede observar a Siwon de Super Junior en un plano medio corto.

<b>REDES SOCIALES</b>			
-----------------------	--	--	--

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	41		
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1 mil	
		<b>Me encanta</b>	1.7 mil	
		<b>Me divierte</b>	0	
		<b>Me importa</b>	17	
		<b>Me asombra</b>	1	
		<b>Me entristece</b>	0	
		<b>Me enoja</b>	0	
	<b>Compartidos</b>	53		

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Es posible afirmar que esta publicación ha tenido buena aceptación por parte del público al ser una imagen promocional de Siwon de Super Junior con el concepto SMCU, esto se refleja en los 3 mil “me encanta” y 1.8 mil “me gusta”.
-----------------------	---

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 23	
----------------------------	--

<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SUPERJUNIOR
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es entonces que se puede observar a Eunhyuk de Super Junior en un plano busto.

REDES SOCIALES	
----------------	--

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	48		
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1.1 mil	
		<b>Me encanta</b>	2.2 mil	
		<b>Me divierte</b>	1	
		<b>Me importa</b>	21	
		<b>Me asombra</b>	2	
		<b>Me entristece</b>	0	
		<b>Me enoja</b>	0	
	<b>Compartidos</b>	62		

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se puede afirmar que esta publicación ha tenido buena aceptación por parte del público al ser una imagen promocional del bailarín principal de Super Junior, Eunhyuk, con el concepto SMCU, esto se refleja en los 2.2 mil “me encanta” y 1.1 mil “me gusta”.
-----------------------	---

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 24	
----------------------------	--

<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021
--------------	--------------------------

<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SUPERJUNIOR		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es entonces que se puede observar a Donghae de Super Junior en un plano medio corto.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	87	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	2 mil
		<b>Me encanta</b>	3.1 mil
		<b>Me divierte</b>	1
		<b>Me importa</b>	51
		<b>Me asombra</b>	3
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	90	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se puede afirmar que esta publicación ha tenido buena aceptación por parte del público al ser una imagen promocional de Donghae de Super Junior con el concepto SMCU, esto se refleja en los 3.1 mil “me encanta” y 2 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 25</b>	
<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SUPERJUNIOR
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje

	en tren a Kwangya, es entonces que se puede observar a Siwon de Super Junior en un plano entero.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	89	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	3 mil
		<b>Me encanta</b>	1.8 mil
		<b>Me divierte</b>	0
		<b>Me importa</b>	37
		<b>Me asombra</b>	3
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
<b>Compartidos</b>	94		
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se comprende que esta publicación ha tenido buena aceptación por parte del público al ser una imagen promocional de Siwon de Super Junior con el concepto SMCU, esto se refleja en los 1.8 mil “me encanta” y 3 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 26</b>	
<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SUPERJUNIOR
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es entonces que se puede observar a Eunhyuk de Super Junior en un plano entero.
<b>REDES SOCIALES</b>	

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	44	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	802
		<b>Me encanta</b>	1.7 mil
		<b>Me divierte</b>	1
		<b>Me importa</b>	14
		<b>Me asombra</b>	0
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
<b>Compartidos</b>	57		
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Esta publicación ha tenido buena aceptación por parte del público al ser una imagen promocional de Eunhyuk de Super Junior con el concepto SMCU, esto se refleja en los 802 “me encanta” y 1.7 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 27</b>			
<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021		
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SUPERJUNIOR		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es entonces que se puede observar a Kyuhyun de Super Junior en un plano entero.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	35	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1.3 mil
		<b>Me encanta</b>	2.3 mil

		<b>Me divierte</b>	1
		<b>Me importa</b>	29
		<b>Me asombra</b>	1
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	59	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La publicación ha tenido buena aceptación por parte de los seguidores al ser una imagen promocional de Kyuhyun de Super Junior con el concepto SMCU, esto se refleja en los 2.3 “me encanta” y 1.3 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 28</b>				
<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021			
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SUPERJUNIOR			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es entonces que se puede observar a uno de los bailarines principales de Super Junior, Shindong, en un plano medio.			
<b>REDES SOCIALES</b>				
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	29		
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	711	
		<b>Me encanta</b>	1.4 mil	
		<b>Me divierte</b>	4	
		<b>Me importa</b>	13	

		<b>Me asombra</b>	0
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	35	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Esta publicación ha tenido buena aceptación por parte de los seguidores al ser una imagen promocional de Shindong de Super Junior con el concepto SMCU, esto se refleja en los 1.4 “me encanta” y 711 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 29</b>			
<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021		
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SUPERJUNIOR		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es entonces que se puede observar a uno de los bailarines principales de Super Junior, Shindong, en un plano entero.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	21	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	711
		<b>Me encanta</b>	1.4 mil
		<b>Me divierte</b>	0
		<b>Me importa</b>	11
		<b>Me asombra</b>	1
		<b>Me entristece</b>	0

		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	43	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Esta publicación ha tenido buena aceptación por parte de los seguidores al ser una imagen promocional de Shindong de Super Junior con el concepto SMCU, esto se refleja en los 1.4 “me encanta” y 711 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 30</b>			
-----------------------------------	--	--	--

<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SUPERJUNIOR
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es entonces que se puede observar a uno de los vocalistas principales de Super Junior, Yesung, en un plano entero.

<b>REDES SOCIALES</b>			
-----------------------	--	--	--

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	51	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	848
		<b>Me encanta</b>	1.7 mil
		<b>Me divierte</b>	0
		<b>Me importa</b>	18
		<b>Me asombra</b>	0
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	63	

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se infiere que esta publicación ha tenido buena aceptación por parte de los seguidores al ser una imagen promocional de Yesung de Super Junior con el concepto SMCU, esto se refleja en los 1.7 “me encanta” y 848 mil “me gusta”.
-----------------------	--

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 31</b>
-----------------------------------

<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SUPERJUNIOR
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es entonces que se puede observar a uno de los vocalistas principales de Super Junior, Yesung, en un plano medio.

<b>REDES SOCIALES</b>
-----------------------

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	42	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	674
		<b>Me encanta</b>	1.5 mil
		<b>Me divierte</b>	0
		<b>Me importa</b>	9
		<b>Me asombra</b>	1
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	47	

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se puede inferir que esta publicación ha tenido buena aceptación por parte del público al ser una imagen promocional de Yesung de Super Junior con el concepto
-----------------------	--

	SMCU, esto se refleja en los 1.5 “me encanta” y 674 “me gusta”.
--	---

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 32</b>	
-----------------------------------	--

<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021
--------------	--------------------------

<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SUPERJUNIOR
----------------	---

<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es entonces que se puede observar a Ryeowook, también vocalista de Super Junior, en un plano medio.
--------------------	--

<b>REDES SOCIALES</b>	
-----------------------	--

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	37		
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	705	
		<b>Me encanta</b>	1.5 mil	
		<b>Me divierte</b>	0	
		<b>Me importa</b>	8	
		<b>Me asombra</b>	0	
		<b>Me entristece</b>	0	
		<b>Me enoja</b>	0	
	<b>Compartidos</b>	44		

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se puede inferir que esta publicación ha tenido buena aceptación por parte del público al ser una imagen promocional del vocalista de Super Junior, Ryeowook, con el concepto SMCU, esto se refleja en los 1.5 “me encanta” y 705 “me gusta”.
-----------------------	---

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 33	
----------------------------	--

<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SUPERJUNIOR
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es entonces que se puede observar a Leeteuk, líder de Super Junior, en un primer entero.

REDES SOCIALES	
----------------	--

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	43		
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1.1 mil	
		<b>Me encanta</b>	2.2 mil	
		<b>Me divierte</b>	0	
		<b>Me importa</b>	15	
		<b>Me asombra</b>	0	
		<b>Me entristece</b>	1	
		<b>Me enoja</b>	0	
<b>Compartidos</b>	64			

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se puede inferir que esta publicación ha tenido buena aceptación por parte del público al ser una imagen promocional del líder de Super Junior con el concepto SMCU, esto se refleja en los 2.2 mil “me encanta” y 1.1 mil “me gusta”.
-----------------------	--

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 34	
----------------------------	--

<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021
--------------	--------------------------

<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #GirlsGeneration-OH!GG		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es entonces que se puede observar a Yoona de Girls Generation-OH!GG, en un plano medio.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	690	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	5.6 mil
		<b>Me encanta</b>	10 mil
		<b>Me divierte</b>	5
		<b>Me importa</b>	140
		<b>Me asombra</b>	9
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	358	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Es posible afirmar que esta publicación ha tenido buena aceptación por parte del público al ser una imagen promocional de Yoona de Girls Generation-OH!GG con el concepto SMCU, esto se refleja en los 10 mil “me encanta” y 5.6 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 35</b>	
<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #GirlsGeneration-OH!GG

<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es entonces que se puede observar a Yuri de Girls Generation-OH!GG, en un plano entero.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	152	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	4.3 mil
		<b>Me encanta</b>	8 mil
		<b>Me divierte</b>	5
		<b>Me importa</b>	115
		<b>Me asombra</b>	14
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	179	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se puede afirmar que esta publicación ha tenido buena aceptación por parte del público al ser una imagen promocional de Yuri de Girls Generation-OH!GG con el concepto SMCU, esto se refleja en los 8 mil “me encanta” y 4.3 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 36</b>	
<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #GirlsGeneration-OH!GG
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es entonces que se puede distinguir a

	las miembros de Girls Generation-OH!GG, en un plano general.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	229	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	3.7 mil
		<b>Me encanta</b>	7.6 mil
		<b>Me divierte</b>	2
		<b>Me importa</b>	111
		<b>Me asombra</b>	5
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	1
	<b>Compartidos</b>	737	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se puede afirmar que esta publicación ha tenido buena aceptación por parte del público al ser una imagen promocional de las integrantes de Girls Generation-OH!GG con el concepto SMCU, esto se refleja en los 7.6 mil “me encanta” y 3.7 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 37</b>	
<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #GirlsGeneration-OH!GG
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es entonces que se puede observar a Yoona de Girls Generation-OH!GG, en un plano entero.
<b>REDES SOCIALES</b>	

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	117	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	3.4 mil
		<b>Me encanta</b>	6.3 mil
		<b>Me divierte</b>	1
		<b>Me importa</b>	73
		<b>Me asombra</b>	6
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	1
<b>Compartidos</b>	163		
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se afirma que esta publicación ha tenido buena aceptación por parte del público al ser una imagen promocional de las integrantes de Girls Generation-OH!GG con el concepto SMCU, esto se refleja en los 6.3 mil “me encanta” y 3.4 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 38</b>		
<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #GirlsGeneration-OH!GG	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es entonces que se puede observar a Taeyeon de Girls Generation-OH!GG, en un plano americano.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	121

	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	2.8 mil
		<b>Me encanta</b>	5.5 mil
		<b>Me divierte</b>	1
		<b>Me importa</b>	63
		<b>Me asombra</b>	0
		<b>Me entristece</b>	0
	<b>Me enoja</b>	0	
	<b>Compartidos</b>	147	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se afirma que esta publicación ha tenido buena aceptación por parte del público al ser una imagen promocional de Taeyeon de Girls Generation-OH!GG con el concepto SMCU, esto se refleja en los 5.5 mil “me encanta” y 2.8 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 39</b>			
<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021		
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #GirlsGeneration-OH!GG		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es entonces que se puede observar a Sunny de Girls Generation-OH!GG, en un plano americano.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	92	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	3.2 mil
		<b>Me encanta</b>	5.9 mil

		<b>Me divierte</b>	1
		<b>Me importa</b>	73
		<b>Me asombra</b>	7
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	145	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se afirma que esta publicación ha tenido buena aceptación por parte del público al ser una imagen promocional de Sunny de Girls Generation-OH!GG con el concepto SMCU, esto se refleja en los 5.9 mil “me encanta” y 3.2 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 40</b>				
<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021			
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #GirlsGeneration-OH!GG			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es entonces que se puede observar a Sunny de Girls Generation-OH!GG, en un plano entero.			
<b>REDES SOCIALES</b>				
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	57		
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	2.2 mil	
		<b>Me encanta</b>	4.1 mil	
		<b>Me divierte</b>	1	
		<b>Me importa</b>	56	

		<b>Me asombra</b>	2
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	1
	<b>Compartidos</b>	95	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Esta publicación ha tenido buena aceptación por parte de los seguidores al ser una imagen promocional de Sunny de Girls Generation-OH!GG con el concepto SMCU, esto se refleja en los 4.1 mil “me encanta” y 2.2 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 41</b>			
<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021		
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #GirlsGeneration-OH!GG		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es entonces que se puede observar a Hyoyeon de Girls Generation-OH!GG, en un plano entero.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	65	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1.2 mil
		<b>Me encanta</b>	3 mil
		<b>Me divierte</b>	1
		<b>Me importa</b>	45
		<b>Me asombra</b>	1
		<b>Me entristece</b>	0

		<b>Me enoja</b>	1
	<b>Compartidos</b>	100	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Esta publicación ha tenido buena aceptación por parte de los seguidores al ser una imagen promocional de la artista Hyoyeon de Girls Generation-OH!GG con el concepto SMCU, esto se refleja en los 3 mil “me encanta” y 1.2 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 42</b>	
-----------------------------------	--

<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #GirlsGeneration-OH!GG
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es entonces que se puede observar a la integrante Yuri de Girls Generation-OH!GG, en un plano entero.

<b>REDES SOCIALES</b>	
-----------------------	--

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	113		
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	3.1 mil	
		<b>Me encanta</b>	5.8 mil	
		<b>Me divierte</b>	2	
		<b>Me importa</b>	60	
		<b>Me asombra</b>	6	
		<b>Me entristece</b>	0	
		<b>Me enoja</b>	0	

	<b>Compartidos</b>	139
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Esta publicación ha tenido buena aceptación por parte de los seguidores al ser una imagen promocional de la artista Yuri de Girls Generation-OH!GG con el concepto SMCU, esto se refleja en los 5.8 mil “me encanta” y 3.1 mil “me gusta”.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 43</b>
-----------------------------------

<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #GirlsGeneration-OH!GG
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es entonces que se puede observar a la integrante Taeyeon de Girls Generation-OH!GG, en un plano medio.

<b>REDES SOCIALES</b>
-----------------------

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	144	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	3.2 mil
		<b>Me encanta</b>	6.2 mil
		<b>Me divierte</b>	2
		<b>Me importa</b>	79
		<b>Me asombra</b>	10
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	184	

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Esta publicación ha tenido buena aceptación por parte de los seguidores al ser una imagen promocional de la artista Taeyeon de Girls Generation-OH!GG con el concepto SMCU, esto se refleja en los 6.2 mil “me encanta” y 3.2 mil “me gusta”.
-----------------------	---

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 44</b>
-----------------------------------

<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #GirlsGeneration-OH!GG
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, en la imagen se observa a Hyoyeon de Girls Generation-OH!GG. La artista se encuentra en un plano medio.

<b>REDES SOCIALES</b>
-----------------------

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	84	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1.2 mil
		<b>Me encanta</b>	3.1 mil
		<b>Me divierte</b>	0
		<b>Me importa</b>	37
		<b>Me asombra</b>	2
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	132	

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Esta publicación ha tenido buena aceptación por parte de los seguidores al ser una imagen promocional de la artista Hyoyeon de Girls Generation-OH!GG con el concepto
-----------------------	---

	SMCU, esto se refleja en los 3.1 mil “me encanta” y 1.2 mil “me gusta”.
--	---

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 45</b>	
-----------------------------------	--

<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021
--------------	--------------------------

<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #EXO #KAI
----------------	--------------------------------------

<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, en este proyecto el único representante de EXO es el también solista Kai. El artista se encuentra en un plano general.
--------------------	---

<b>REDES SOCIALES</b>	
-----------------------	--

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	105	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	885
		<b>Me encanta</b>	2.8 mil
		<b>Me divierte</b>	2
		<b>Me importa</b>	32
		<b>Me asombra</b>	2
		<b>Me entristece</b>	2
		<b>Me enoja</b>	1
	<b>Compartidos</b>	164	

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Esta publicación ha tenido buena aceptación por parte de los seguidores al ser una imagen promocional de Kai de EXO con el concepto SMCU, esto se refleja en los 2.8 mil “me encanta” y 885 “me gusta”.
-----------------------	---

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 46	
----------------------------	--

<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #EXO #KAI
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya. Se puede observar a Kai, integrante de EXO. El artista se encuentra en un plano entero.

REDES SOCIALES	
----------------	--

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	120	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1.5 mil
		<b>Me encanta</b>	3.9 mil
		<b>Me divierte</b>	0
		<b>Me importa</b>	53
		<b>Me asombra</b>	6
		<b>Me entristece</b>	1
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	163	

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Esta publicación ha tenido buena aceptación por parte de los seguidores al ser una imagen promocional del solista e integrante de EXO, Kai, con el concepto SMCU, esto se refleja en los 3.9 mil “me encanta” y 1.5 mil “me gusta”.
-----------------------	---

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 47	
----------------------------	--

<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #EXO #KAI

<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya. Se puede observar a Kai, integrante de EXO. El artista se encuentra en un plano entero.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	103	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	939
		<b>Me encanta</b>	2.7 mil
		<b>Me divierte</b>	0
		<b>Me importa</b>	38
		<b>Me asombra</b>	4
		<b>Me entristece</b>	1
		<b>Me enoja</b>	1
	<b>Compartidos</b>	156	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se puede deducir que esta publicación ha tenido buena aceptación por parte de los seguidores al ser una imagen promocional del solista e integrante de EXO, Kai, con el concepto SMCU, esto se refleja en los 2.7 mil “me encanta” y 939 “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 48</b>	
<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SHINee
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya. Se puede observar a Onew, integrante de SHINee. El artista se encuentra en un plano entero.

REDES SOCIALES			
FACEBOOK	<b>Comentarios</b>	49	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1.6 mil
		<b>Me encanta</b>	2.2 mil
		<b>Me divierte</b>	2
		<b>Me importa</b>	32
		<b>Me asombra</b>	1
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	79	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Esta publicación ha tenido buena aceptación por parte de los seguidores al ser una imagen promocional de Onew, con el concepto SMCU, esto se refleja en los 2.2 mil “me encanta” y 1.6 mil “me gusta”.		

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 49			
<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021		
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SHINee		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya. Se puede observar Kibum, integrante de SHINee. El artista se encuentra en un plano medio.		
REDES SOCIALES			
FACEBOOK	<b>Comentarios</b>	36	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	664

		<b>Me encanta</b>	1.5 mil
		<b>Me divierte</b>	0
		<b>Me importa</b>	18
		<b>Me asombra</b>	1
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	54	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se puede afirmar que la publicación ha tenido buena aceptación por parte de los seguidores al ser una imagen promocional de Kibum con el concepto SMCU, esto se refleja en los 1.5 mil “me encanta” y 664 “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 50</b>			
<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021		
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SHINee		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya. Se puede observar Kibum, integrante de SHINee. El artista se encuentra en un plano entero.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	36	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	2 mil
		<b>Me encanta</b>	1 mil
		<b>Me divierte</b>	0
		<b>Me importa</b>	25

		<b>Me asombra</b>	1
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	73	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se puede afirmar que la publicación ha tenido buena aceptación por parte de los seguidores al ser una imagen promocional del integrante de SHINee, Kibum, con el concepto SMCU. Lo antes mencionado se refleja en los 1 mil “me encanta” y 2 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 51</b>			
<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021		
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SHINee		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya. Se puede observar al integrante de SHINee, Minho. El artista se encuentra en un plano medio.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	57	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1.3 mil
		<b>Me encanta</b>	2.4 mil
		<b>Me divierte</b>	0
		<b>Me importa</b>	26
		<b>Me asombra</b>	2
		<b>Me entristece</b>	0

		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	78	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Es posible afirmar que la publicación ha tenido buena aceptación por parte de los seguidores al ser una imagen promocional de Minho con el concepto SMCU. Lo antes mencionado se refleja en los 2.4 mil “me encanta” y 1.4 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 52</b>			
<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021		
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SHINee		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya. Se puede observar al integrante de SHINee, Minho. El artista se encuentra en un plano entero.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	34	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1 mil
		<b>Me encanta</b>	1.9 mil
		<b>Me divierte</b>	0
		<b>Me importa</b>	21
		<b>Me asombra</b>	2
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	56	

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se puede afirmar que la publicación ha tenido buena aceptación por parte de los seguidores al ser una imagen promocional de Minho con el concepto SMCU. Lo antes mencionado se refleja en los 1.9 mil “me encanta” y 1 mil “me gusta”.
-----------------------	--

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 53</b>
-----------------------------------

<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SHINee
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya. Se puede observar al integrante de SHINee, Onew. El artista se encuentra en un plano entero.

<b>REDES SOCIALES</b>
-----------------------

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	0	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1.1 mil
		<b>Me encanta</b>	2.1 mil
		<b>Me divierte</b>	0
		<b>Me importa</b>	24
		<b>Me asombra</b>	3
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	59	

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Es posible afirmar que la publicación ha tenido buena aceptación por parte de los seguidores al ser una imagen promocional de Onew con el concepto SMCU. Lo antes
-----------------------	---

	mencionado se refleja en los 2.1 mil “me encanta” y 1.1 mil “me gusta”.
--	---

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 54</b>	
-----------------------------------	--

<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SHINee
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya. Se puede observar a los integrantes de SHINee, los artistas se encuentran en un plano general.

<b>REDES SOCIALES</b>	
-----------------------	--

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	63	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1.3 mil
		<b>Me encanta</b>	2.8 mil
		<b>Me divierte</b>	0
		<b>Me importa</b>	34
		<b>Me asombra</b>	2
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	177	

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Es posible afirmar que la publicación ha tenido buena aceptación por parte de los seguidores al ser una imagen promocional de SHINee con el concepto SMCU. Lo antes mencionado se sostiene en los 2.8 mil “me encanta” y 1.3 mil “me gusta”.
-----------------------	--

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 55</b>	
-----------------------------------	--

<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	¡La película “해적:도깨비 깃발” protagonizado por OH SEHUN se estrenará en enero de 2022!
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen corresponde a un póster de la película en la que participa Oh Sehun. Se puede observar al artista en su personaje usando un traje tradicional en un plano entero.

### REDES SOCIALES

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	63	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	6.8 mil
		<b>Me encanta</b>	13 mil
		<b>Me divierte</b>	16
		<b>Me importa</b>	129
		<b>Me asombra</b>	65
		<b>Me entristece</b>	1
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	177	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se puede afirmar que la publicación ha tenido buena aceptación por parte de los fans al ser una imagen promocional del personaje interpretado por Sehun. Lo antes mencionado se sostiene en los 13 mil “me encanta” y 6.8 mil “me gusta”.		

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 56

<b>FECHA</b>	19 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #Aespa

<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es entonces que se puede observar en ambas imágenes a Karina de Aespa, en un plano entero.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	72	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	4 mil
		<b>Me encanta</b>	5.9 mil
		<b>Me divierte</b>	3
		<b>Me importa</b>	63
		<b>Me asombra</b>	4
		<b>Me entristece</b>	1
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	133	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Es posible inferir que esta publicación ha tenido buena aceptación por parte del público al ser una imagen promocional de la integrante de Aespa, Karina, con el concepto SMCU, esto se refleja en los 5.9 mil “me encanta” y 4 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 57</b>	
<b>FECHA</b>	19 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #Aespa
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es entonces que se puede observar en

	ambas imágenes a Winter de Aespa, en un plano entero y primer plano.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	71	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	3.1 mil
		<b>Me encanta</b>	5 mil
		<b>Me divierte</b>	2
		<b>Me importa</b>	60
		<b>Me asombra</b>	2
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
<b>Compartidos</b>	147		
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La publicación ha tenido buena aceptación por parte del público al ser una imagen promocional de la integrante de Aespa, Winter, con el concepto SMCU, esto se refleja en los 5 mil “me encanta” y 3.1 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 58</b>	
<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #Aespa
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es entonces que se puede observar en ambas imágenes a Giselle de Aespa, en un plano entero y primer plano.
<b>REDES SOCIALES</b>	

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	74	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	2.9 mil
		<b>Me encanta</b>	4.7 mil
		<b>Me divierte</b>	1
		<b>Me importa</b>	55
		<b>Me asombra</b>	3
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
<b>Compartidos</b>	121		
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La publicación ha tenido buena aceptación por parte de los seguidores al ser una imagen promocional de la integrante de Aespa, Giselle, con el concepto SMCU, esto se refleja en los 4.7 mil “me encanta” y 2.9 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 59</b>			
<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021		
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #Aespa		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es entonces que se puede observar en ambas imágenes a NingNing de Aespa, en un plano entero y americano.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	92	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	2.5 mil

		<b>Me encanta</b>	4.3 mil
		<b>Me divierte</b>	2
		<b>Me importa</b>	56
		<b>Me asombra</b>	1
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	129	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La publicación ha tenido buena aceptación por parte de los seguidores al ser una imagen promocional de la integrante de Aespa, NingNing, con el concepto SMCU, esto se refleja en los 4.3 mil “me encanta” y 2.5 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 60</b>				
<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021			
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #Aespa			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es por ello que se puede observar en la imagen a Irene de Red Velvet, en un plano medio.			
<b>REDES SOCIALES</b>				
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	73		
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1 mil	
		<b>Me encanta</b>	2.8 mil	
		<b>Me divierte</b>	1	
		<b>Me importa</b>	29	

		<b>Me asombra</b>	2
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	141	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La publicación ha tenido buena aceptación por parte de los seguidores al ser una imagen promocional de Irene de Red Velvet con el concepto SMCU, esto se refleja en los 6.6 mil “me encanta” y 3.5 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 61</b>			
<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021		
<b>TÍTULO</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #RedVelvet		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es por ello que se puede observar en la imagen a Yeri de Red Velvet, en un plano busto.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	78	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	2.5 mil
		<b>Me encanta</b>	4.8 mil
		<b>Me divierte</b>	2
		<b>Me importa</b>	58
		<b>Me asombra</b>	2
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0

	<b>Compartidos</b>	145
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La publicación ha tenido buena aceptación por parte del público al ser una imagen promocional de la integrante Yeri de Red Velvet con el concepto SMCU, esto se refleja en los 4.8 mil “me encanta” y 2.5 mil “me gusta”.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 62</b>
-----------------------------------

<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #RedVelvet
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es por ello que se puede observar en la imagen a Joy de Red Velvet, en un plano medio.

<b>REDES SOCIALES</b>
-----------------------

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	69	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	2 mil
		<b>Me encanta</b>	4 mil
		<b>Me divierte</b>	1
		<b>Me importa</b>	45
		<b>Me asombra</b>	1
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	122	

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se puede deducir que este post ha tenido buena aceptación por parte del público al ser una imagen promocional de la integrante Joy de Red Velvet con el
-----------------------	---

	concepto SMCU, esto se refleja en los 4 mil “me encanta” y 2 mil “me gusta”.
--	--

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 63</b>	
-----------------------------------	--

<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021
--------------	--------------------------

<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #RedVelvet
----------------	---------------------------------------

<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es por ello que se puede observar en la imagen a Yeri de Red Velvet, en un plano entero.
--------------------	---

<b>REDES SOCIALES</b>	
-----------------------	--

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	108		
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	3.7 mil	
		<b>Me encanta</b>	6.7 mil	
		<b>Me divierte</b>	3	
		<b>Me importa</b>	86	
		<b>Me asombra</b>	3	
		<b>Me entristece</b>	0	
		<b>Me enoja</b>	0	
	<b>Compartidos</b>	155		

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Es posible deducir que este post ha tenido buena aceptación por parte del público al ser una imagen promocional de la integrante Yeri de Red Velvet con el concepto SMCU, esto se refleja en los 6.7 mil “me encanta” y 3.7 mil “me gusta”.
-----------------------	---

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 64	
----------------------------	--

<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #RedVelvet
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es por ello que se puede observar en la imagen a Irene de Red Velvet, en un plano medio.

REDES SOCIALES	
----------------	--

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	71		
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1.3 mil	
		<b>Me encanta</b>	3.3 mil	
		<b>Me divierte</b>	0	
		<b>Me importa</b>	34	
		<b>Me asombra</b>	1	
		<b>Me entristece</b>	0	
		<b>Me enoja</b>	0	
	<b>Compartidos</b>	127		

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Es posible deducir que este post ha tenido buena aceptación por parte del público al ser una imagen promocional de la integrante Irene de Red Velvet con el concepto SMCU, esto se refleja en los 3.3 mil “me encanta” y 1.3 mil “me gusta”.
-----------------------	--

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 65	
----------------------------	--

<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021
--------------	--------------------------

<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #RedVelvet		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es por ello que se puede observar en la imagen a Wendy de Red Velvet, en un plano entero.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	76	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	3.3 mil
		<b>Me encanta</b>	5.3 mil
		<b>Me divierte</b>	0
		<b>Me importa</b>	75
		<b>Me asombra</b>	6
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	118	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se infiere que este post ha tenido buena aceptación por parte del público al ser una imagen promocional de la integrante Wendy de Red Velvet con el concepto SMCU, esto se refleja en los 5.3 mil “me encanta” y 3.3 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 66</b>	
<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #RedVelvet
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje

	en tren a Kwangya, es por ello que se puede observar en la imagen a Joy de Red Velvet, en un plano entero.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	58	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1.5 mil
		<b>Me encanta</b>	3.3 mil
		<b>Me divierte</b>	0
		<b>Me importa</b>	40
		<b>Me asombra</b>	2
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
<b>Compartidos</b>	92		
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se infiere que esta publicación ha tenido buena aceptación por parte del público al ser una imagen promocional de la integrante Joy de Red Velvet con el concepto SMCU, esto se refleja en los 3.3 mil “me encanta” y 1.5 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 67</b>	
<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #RedVelvet
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es por ello que se puede observar en la imagen a Wendy de Red Velvet, en un primer plano.
<b>REDES SOCIALES</b>	

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	61	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	2.5 mil
		<b>Me encanta</b>	4.5 mil
		<b>Me divierte</b>	1
		<b>Me importa</b>	62
		<b>Me asombra</b>	5
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
<b>Compartidos</b>	118		
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se infiere que esta publicación ha tenido buena aceptación por parte del público al ser una imagen promocional de la integrante Wendy de Red Velvet con el concepto SMCU, esto se refleja en los 4.5 mil “me encanta” y 2.5 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 67</b>			
<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021		
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #RedVelvet		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es por ello que se puede observar en la imagen a Seulgi de Red Velvet, en un plano americano.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	57	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	2.5 mil

		<b>Me encanta</b>	4.6 mil
		<b>Me divierte</b>	1
		<b>Me importa</b>	52
		<b>Me asombra</b>	3
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	133	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se infiere que esta publicación ha tenido buena aceptación por parte de los fans al ser una imagen promocional de la integrante Seulgi de Red Velvet con el concepto SMCU, esto se refleja en los 4.6 mil “me encanta” y 2.5 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 68</b>			
<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021		
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #RedVelvet		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es por ello que se puede observar en la imagen a Seulgi de Red Velvet, en un plano entero.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	84	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	3 mil
		<b>Me encanta</b>	5.2 mil
		<b>Me divierte</b>	2

		<b>Me importa</b>	75
		<b>Me asombra</b>	2
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	119	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Por lo tanto se infiere que esta publicación ha tenido buena aceptación por parte de los fans al ser una imagen promocional de la integrante Seulgi de Red Velvet con el concepto SMCU, esto se refleja en los 5.2 mil “me encanta” y 3 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 69</b>			
<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021		
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Daytime Pass		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es por ello que se puede observar en ambas imágenes a WinWin de NCT, en un plano busto y americano.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	310	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	3.2 mil
		<b>Me encanta</b>	7.1 mil
		<b>Me divierte</b>	2

		<b>Me importa</b>	100
		<b>Me asombra</b>	5
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	376	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Por ello se infiere que esta publicación ha tenido buena aceptación por parte de los fans al ser una imagen promocional del artista WinWin de NCT con el concepto SMCU, esto se refleja en los 7.1 mil “me encanta” y 3.2 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 70</b>				
<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021			
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Daytime Pass			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es por ello que se puede observar en ambas imágenes a Ten de NCT, en un plano busto y medio.			
<b>REDES SOCIALES</b>				
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	155		
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	2 mil	
		<b>Me encanta</b>	4.5 mil	
		<b>Me divierte</b>	1	
		<b>Me importa</b>	49	
		<b>Me asombra</b>	4	

		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	222	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se infiere que esta publicación ha tenido buena aceptación por parte de los fans al ser una imagen promocional del artista Ten de NCT con el concepto SMCU, esto se refleja en los 4.5 mil “me encanta” y 2 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 71</b>			
<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021		
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Daytime Pass		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es por ello que se puede observar en ambas imágenes a Renjun de NCT, en un plano busto y primer plano.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	232	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	2.2 mil
		<b>Me encanta</b>	5.2 mil
		<b>Me divierte</b>	4
		<b>Me importa</b>	51
		<b>Me asombra</b>	5
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0

	<b>Compartidos</b>	388
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Es posible deducir que esta publicación ha tenido buena aceptación por parte de los fans al ser una imagen promocional del artista Renjun de NCT con el concepto SMCU, esto se refleja en los 5.2 mil “me encanta” y 2.2 mil “me gusta”.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 72</b>
-----------------------------------

<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Daytime Pass
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es por ello que se puede observar en ambas imágenes a Jaemin de NCT, en un plano medio y primer plano.

<b>REDES SOCIALES</b>
-----------------------

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	211		
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	4.2 mil	
		<b>Me encanta</b>	7.9 mil	
		<b>Me divierte</b>	3	
		<b>Me importa</b>	91	
		<b>Me asombra</b>	3	
		<b>Me entristece</b>	0	
		<b>Me enoja</b>	0	
	<b>Compartidos</b>	303		

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se deduce que esta publicación ha tenido buena aceptación por parte de los fans al ser una imagen
-----------------------	---

	promocional del artista Jaemin de NCT con el concepto SMCU, esto se refleja en los 7.9 mil “me encanta” y 4.2 mil “me gusta”.
--	---

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 73</b>	
-----------------------------------	--

<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Daytime Pass
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es por ello que se puede observar en ambas imágenes a Shotaro de NCT, en un plano medio y entero.

<b>REDES SOCIALES</b>	
-----------------------	--

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	85	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	3.8 mil
		<b>Me encanta</b>	6.2 mil
		<b>Me divierte</b>	0
		<b>Me importa</b>	67
		<b>Me asombra</b>	3
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	156	

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se deduce que esta publicación ha tenido buena aceptación por parte de los fans al ser una imagen promocional del artista Shotaro de NCT con el concepto SMCU, esto se refleja en los 6.2 mil “me encanta” y 3.8 mil “me gusta”.
-----------------------	--

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 74	
----------------------------	--

<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Daytime Pass
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es por ello que se puede observar en ambas imágenes a Kun de NCT, en un plano medio y americano.

REDES SOCIALES	
----------------	--

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	78		
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	2.3 mil	
		<b>Me encanta</b>	4.3 mil	
		<b>Me divierte</b>	0	
		<b>Me importa</b>	43	
		<b>Me asombra</b>	3	
		<b>Me entristece</b>	0	
		<b>Me enoja</b>	0	
	<b>Compartidos</b>	128		

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Esta publicación ha tenido buena recepción por parte de los fans al ser una imagen promocional del artista Kun de NCT con el concepto SMCU, esto se refleja en los 4.3 mil “me encanta” y 2.3 mil “me gusta”.
-----------------------	---

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 75	
----------------------------	--

<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021
--------------	--------------------------

<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Daytime Pass		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es por ello que se puede observar en ambas imágenes a Hendery de NCT, en un plano medio y entero.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	101	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1.7 mil
		<b>Me encanta</b>	4 mil
		<b>Me divierte</b>	0
		<b>Me importa</b>	48
		<b>Me asombra</b>	1
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	146	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se puede afirmar que la publicación ha tenido buena recepción por parte de los fans al ser una imagen promocional del artista Hendery de NCT con el concepto SMCU, esto se refleja en los 4 mil “me encanta” y 1.7 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 76</b>	
<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Daytime Pass
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje

	en tren a Kwangya, es por ello que se puede observar en ambas imágenes a YangYang de NCT, en un plano medio y entero.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	88	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1.1 mil
		<b>Me encanta</b>	2.9 mil
		<b>Me divierte</b>	0
		<b>Me importa</b>	31
		<b>Me asombra</b>	1
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
<b>Compartidos</b>	123		
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se afirma que la publicación ha tenido buena recepción por parte de los fans al ser una imagen promocional del artista YangYang de NCT con el concepto SMCU, esto se refleja en los 2.9 mil “me encanta” y 1.1 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 77</b>	
<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Daytime Pass
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es por ello que se puede observar en ambas imágenes a Jisung de NCT, en un plano medio y entero.
<b>REDES SOCIALES</b>	

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	119	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	2.1 mil
		<b>Me encanta</b>	4.4 mil
		<b>Me divierte</b>	0
		<b>Me importa</b>	54
		<b>Me asombra</b>	0
		<b>Me entristece</b>	1
		<b>Me enoja</b>	0
<b>Compartidos</b>	190		
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se afirma que la publicación ha tenido buena recepción por parte de los seguidores al ser una imagen promocional del artista Jisung de NCT con el concepto SMCU, esto se refleja en los 4.4 mil “me encanta” y 2.1 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 78</b>			
<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021		
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Daytime Pass		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es por ello que se puede observar en ambas imágenes a Jeno de NCT, en un plano americano y entero.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	124	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1.7 mil

		<b>Me encanta</b>	4 mil
		<b>Me divierte</b>	0
		<b>Me importa</b>	54
		<b>Me asombra</b>	0
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	190	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se puede afirmar que el post ha tenido buena recepción por parte de los seguidores al ser una imagen promocional del artista Jeno de NCT con el concepto SMCU, esto se refleja en los 4 mil “me encanta” y 1.7 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 79</b>			
<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021		
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Daytime Pass		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es por ello que se puede observar en ambas imágenes a Xiaojun de NCT, en un plano americano y entero.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	83	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1.9 mil
		<b>Me encanta</b>	4 mil
		<b>Me divierte</b>	2

		<b>Me importa</b>	44
		<b>Me asombra</b>	3
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	127	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se puede afirmar que el post ha tenido buena recepción por parte de los seguidores al ser una imagen promocional del artista Xiaojun de NCT con el concepto SMCU, esto se refleja en los 4 mil “me encanta” y 1.9 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 80</b>				
<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021			
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Daytime Pass			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es por ello que se puede observar en ambas imágenes a Sungchang de NCT, en un plano americano y medio.			
<b>REDES SOCIALES</b>				
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	97		
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1.6 mil	
		<b>Me encanta</b>	3.7 mil	
		<b>Me divierte</b>	0	
		<b>Me importa</b>	42	
		<b>Me asombra</b>	1	

		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	145	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Es posible afirmar que el post ha tenido buena recepción por parte de los seguidores al ser una imagen promocional del artista Sungchan de NCT con el concepto SMCU, esto se refleja en los 3.7 mil “me encanta” y 1.6 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 81</b>			
<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021		
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS <u>#NCT</u> - Daytime Pass		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es por ello que se puede observar en ambas imágenes a Chenle de NCT, en un plano americano y primer plano.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	147	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1.2 mil
		<b>Me encanta</b>	2.9 mil
		<b>Me divierte</b>	0
		<b>Me importa</b>	32
		<b>Me asombra</b>	0
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0

	<b>Compartidos</b>	117
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Es posible afirmar que la publicación ha tenido buena recepción por parte de los seguidores al ser una imagen promocional del artista Chenle de NCT con el concepto SMCU, esto se refleja en los 2.9 mil “me encanta” y 1.2 mil “me gusta”.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 82</b>
-----------------------------------

<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Daytime Pass
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es por ello que se puede observar a los integrantes de NCT en un plano general.

<b>REDES SOCIALES</b>
-----------------------

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	130	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	3.3 mil
		<b>Me encanta</b>	6.1 mil
		<b>Me divierte</b>	0
		<b>Me importa</b>	80
		<b>Me asombra</b>	2
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	263	

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Es posible afirmar que la publicación ha tenido buena recepción por parte de los seguidores al ser una imagen promocional de la agrupación masculina NCT con el	
-----------------------	---	--

	concepto SMCU, esto se refleja en los 6.1 mil “me encanta” y 3.3 mil “me gusta”.
--	--

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 83</b>
-----------------------------------

<b>FECHA</b>	19 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #IMLAY
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es entonces que se puede observar en ambas imágenes al Dj IMLAY, en un plano medio y entero.

<b>REDES SOCIALES</b>
-----------------------

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	23	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1.4 mil
		<b>Me encanta</b>	1.8 mil
		<b>Me divierte</b>	0
		<b>Me importa</b>	21
		<b>Me asombra</b>	2
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	43	

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Es posible inferir que la imagen ha tenido buena aceptación por parte del público al ser una imagen promocional del Dj IMLAY con el concepto SMCU, esto se refleja en los 1.8 mil “me encanta” y 1.4 mil “me gusta”.
-----------------------	--

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 84</b>
-----------------------------------

<b>FECHA</b>	19 de Diciembre del 2021		
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #GINJO		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es entonces que se puede observar en ambas imágenes al Dj GINJO, en un plano abierto.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	25	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1.1 mil
		<b>Me encanta</b>	1.5 mil
		<b>Me divierte</b>	0
		<b>Me importa</b>	18
		<b>Me asombra</b>	3
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	41	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Es posible inferir que la imagen ha tenido buena aceptación por parte del público al ser una imagen promocional del Dj GINJO con el concepto SMCU, esto se refleja en los 1.5 mil “me encanta” y 1.1 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 85</b>	
<b>FECHA</b>	19 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #GINJO #IMLAY #Raiden

<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es entonces que se puede observar a los Dj’s GINJO, IMLAY y Raiden en un plano general.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	25	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1.5 mil
		<b>Me encanta</b>	2 mil
		<b>Me divierte</b>	1
		<b>Me importa</b>	26
		<b>Me asombra</b>	3
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	77	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se infiere que esta publicación ha tenido buena aceptación por parte del público al ser una imagen promocional de los Dj’s de SM Entertainment con el concepto SMCU, esto se refleja en los 2 mil “me encanta” y 1.5 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 86</b>	
<b>FECHA</b>	19 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #Raiden
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es entonces que se puede observar en ambas imágenes al Dj Raiden, en un plano medio y americano.

REDES SOCIALES			
FACEBOOK	<b>Comentarios</b>	51	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1.9 mil
		<b>Me encanta</b>	2.6 mil
		<b>Me divierte</b>	2
		<b>Me importa</b>	29
		<b>Me asombra</b>	4
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
<b>Compartidos</b>	64		
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Esta publicación ha tenido buena aceptación por parte del público al ser una imagen promocional del Dj Raiden con el concepto SMCU, esto se refleja en los 2.6 mil “me encanta” y 1.9 mil “me gusta”.		

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 87			
<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021		
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS <u>#NCT</u> - Nighttime Pass		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya, es por ello que se puede observar a los integrantes de NCT en un plano general.		
REDES SOCIALES			
FACEBOOK	<b>Comentarios</b>	62	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	2.3 mil

		<b>Me encanta</b>	4 mil
		<b>Me divierte</b>	1
		<b>Me importa</b>	39
		<b>Me asombra</b>	3
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	154	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se puede afirmar que la publicación ha tenido buena recepción por parte de los seguidores al ser una imagen promocional de la agrupación masculina NCT con el concepto SMCU, esto se refleja en los 4 mil “me encanta” y 2.3 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 88</b>			
<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021		
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS <u>#NCT</u> - Nighttime Pass		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya. Se puede observar en ambas imágenes a Doyoung de NCT, en un plano americano y primer plano.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	96	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1.6 mil
		<b>Me encanta</b>	3.6 mil
		<b>Me divierte</b>	1

		<b>Me importa</b>	28
		<b>Me asombra</b>	1
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	133	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se infiere que el post ha tenido buena recepción por parte de los seguidores al ser una imagen promocional del artista Doyoung de NCT con el concepto SMCU, esto se refleja en los 3.6 mil “me encanta” y 1.6 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 89</b>			
<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021		
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Nighttime Pass		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya. Se puede observar en ambas imágenes a Johnny de NCT, en un plano medio y entero.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	73	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1.1 mil
		<b>Me encanta</b>	2.7 mil
		<b>Me divierte</b>	1
		<b>Me importa</b>	42
		<b>Me asombra</b>	0
		<b>Me entristece</b>	0

		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	103	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se infiere que el post ha tenido buena recepción por parte de los seguidores al ser una imagen promocional del artista Johnny de NCT con el concepto SMCU, esto se refleja en los 2.7 mil “me encanta” y 1.1 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 90</b>			
<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021		
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS <u>#NCT</u> - Nighttime Pass		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya. Se puede observar en ambas imágenes a Haechan de NCT, en un plano medio y entero.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	132	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	2.4 mil
		<b>Me encanta</b>	4.7 mil
		<b>Me divierte</b>	1
		<b>Me importa</b>	71
		<b>Me asombra</b>	2
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	156	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se infiere que el post ha tenido buena recepción por parte de los seguidores al ser una imagen promocional del artista		

	Haechan de NCT con el concepto SMCU, esto se refleja en los 4.7 mil “me encanta” y 2.4 mil “me gusta”.
--	--

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 91</b>
-----------------------------------

<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Nighttime Pass
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya. Se puede observar en ambas imágenes a Taeyong de NCT, en un plano medio y busto.

<b>REDES SOCIALES</b>
-----------------------

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	136	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	2.1 mil
		<b>Me encanta</b>	4.6 mil
		<b>Me divierte</b>	1
		<b>Me importa</b>	43
		<b>Me asombra</b>	5
		<b>Me entristece</b>	1
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	226	

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se infiere que el post ha tenido buena recepción por parte de los seguidores al ser una imagen promocional del artista Taeyong de NCT con el concepto SMCU, esto se refleja en los 4.6 mil “me encanta” y 2.1 mil “me gusta”.
-----------------------	---

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 92</b>
-----------------------------------

<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021		
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Nighttime Pass		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya. Se puede observar en ambas imágenes a Taeil de NCT, en un plano medio y entero.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	80	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1 mil
		<b>Me encanta</b>	2.6 mil
		<b>Me divierte</b>	0
		<b>Me importa</b>	31
		<b>Me asombra</b>	0
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	114	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se infiere que la publicación ha tenido buena recepción por parte de los seguidores al ser una imagen promocional del artista Taeil de NCT con el concepto SMCU, esto se refleja en los 2.6 mil "me encanta" y 1 mil "me gusta".		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 93</b>	
<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Nighttime Pass
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" que tiene como concepto el viaje

	en tren a Kwangya. Se puede observar en ambas imágenes a Jungwoo de NCT, en un plano medio y entero.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	100	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1 mil
		<b>Me encanta</b>	2.5 mil
		<b>Me divierte</b>	0
		<b>Me importa</b>	32
		<b>Me asombra</b>	2
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
<b>Compartidos</b>	112		
<b>INTERPRETACIÓN</b>	El post ha tenido buena recepción por parte de los seguidores al ser una imagen promocional del artista Jungwoo de NCT con el concepto SMCU, esto se refleja en los 2.5 mil “me encanta” y 1 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 94</b>		
<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS <u>#NCT</u> - Nighttime Pass	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya. Se puede observar en ambas imágenes a Mark de NCT, en un primer plano y entero.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	123

	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1.9 mil
		<b>Me encanta</b>	4.4 mil
		<b>Me divierte</b>	2
		<b>Me importa</b>	52
		<b>Me asombra</b>	3
		<b>Me entristece</b>	0
	<b>Me enoja</b>	0	
	<b>Compartidos</b>	177	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se deduce que el post ha tenido buena recepción por parte de los seguidores al ser una imagen promocional del artista Mark de NCT con el concepto SMCU, esto se refleja en los 4.4 mil “me encanta” y 1.9 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 95</b>			
<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021		
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS <u>#NCT</u> - Nighttime Pass		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya. Se puede observar en ambas imágenes a Yuta de NCT, en un plano medio y entero.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	108	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	1.3 mil
		<b>Me encanta</b>	3.2 mil
		<b>Me divierte</b>	0

		<b>Me importa</b>	42
		<b>Me asombra</b>	2
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	137	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se infiere que la publicación ha tenido buena recepción por parte de los seguidores al ser una imagen promocional del artista Yuta de NCT con el concepto SMCU, esto se refleja en los 3.2 mil “me encanta” y 1.3 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 96</b>				
<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021			
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Nighttime Pass			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia a la promoción al “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” que tiene como concepto el viaje en tren a Kwangya. Se puede observar en ambas imágenes a Jaehyun de NCT, en un plano medio y entero.			
<b>REDES SOCIALES</b>				
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	152		
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	2.4 mil	
		<b>Me encanta</b>	5.2 mil	
		<b>Me divierte</b>	0	
		<b>Me importa</b>	62	
		<b>Me asombra</b>	3	
		<b>Me entristece</b>	0	

		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	247	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se infiere que el post ha tenido buena recepción por parte de los seguidores al ser una imagen promocional del artista Jaehyun de NCT con el concepto SMCU, esto se refleja en los 5.2 mil “me encanta” y 2.4 mil “me gusta”.		

**FICHA DE OBSERVACIÓN N° 97**

<b>FECHA</b>	19 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	¡La canción y el MV de “Dreams Come True” de Aespa se lanzarán hoy a las 6PM KST a través del Remastering Project de SM!
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La imagen hace referencia al lanzamiento del videoclip y canción de un tema de los 90's, ahora interpretado por Aespa en colaboración con BoA.

**REDES SOCIALES**

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	164	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	5.6 mil
		<b>Me encanta</b>	9.9 mil
		<b>Me divierte</b>	3
		<b>Me importa</b>	161
		<b>Me asombra</b>	8
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	1
	<b>Compartidos</b>	846	

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se infiere que la publicación ha sido del agrado de los seguidores puesto que se trata de un proyecto que lanzará una versión actual de un tema de los 90's, lo anterior mencionado se refleja en los 9.9 mil "me encanta" y 5.6 mil "me gusta".
-----------------------	--

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 98</b>
-----------------------------------

<b>FECHA</b>	22 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	¡El productor Lee Soo-man, el líder más influyente que lidera la industria de los medios de comunicación alrededor del mundo, seleccionado por la revista de cultura popular estadounidense 'Variety', el único coreano en 5 años consecutivos!
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La recopilación de imágenes hace referencia a la mención del fundador Lee Sooman en una revista.

<b>REDES SOCIALES</b>
-----------------------

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	286	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	5.3 mil
		<b>Me encanta</b>	6.2 mil
		<b>Me divierte</b>	3
		<b>Me importa</b>	81
		<b>Me asombra</b>	15
		<b>Me entristece</b>	2
		<b>Me enoja</b>	1
	<b>Compartidos</b>	604	

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se infiere que la publicación ha sido bien recibida por el público ya que el fundador de SM Entertainment ha ganado
-----------------------	---

	un título, lo anterior mencionado se refleja en los 6.2 mil “me encanta” y 5.3 mil “me gusta”.
--	--

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 100</b>	
------------------------------------	--

<b>FECHA</b>	23 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	¡Park Sooyoung captura perfectamente el personaje del drama de JTBC “Only One Person”!
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se muestra un collage de imágenes que muestran la interpretación del personaje encabezado por Park Sooyoung (Joy de Red Velvet).

<b>REDES SOCIALES</b>	
-----------------------	--

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	112	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	3.2 mil
		<b>Me encanta</b>	5.7 mil
		<b>Me divierte</b>	4
		<b>Me importa</b>	77
		<b>Me asombra</b>	8
		<b>Me entristece</b>	1
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	615	

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se infiere que la publicación ha sido del agrado del público ya que muestra gran variedad de plataformas de streaming para disfrutar del concierto gratuito, lo anterior mencionado se refleja en los 7.8 mil “me encanta” y 5 mil “me gusta”.
-----------------------	--

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 101</b>	
------------------------------------	--

<b>FECHA</b>	26 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	¡"2021 Winter SMTOWN: SMCU EXPRESS" se lanzará hoy a las 6 p.m. KST!
<b>DESCRIPCIÓN</b>	En la imagen se muestra parte del Universo virtual "Kwangya", lugar donde también habitan los artistas de la SM Entertainment.

### REDES SOCIALES

<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	271	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	6.6 mil
		<b>Me encanta</b>	11 mil
		<b>Me divierte</b>	3
		<b>Me importa</b>	136
		<b>Me asombra</b>	13
		<b>Me entristece</b>	0
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	427	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se infiere que este post ha sido del agrado de los seguidores dado que en la imagen se puede apreciar a todos los artistas de la agencia en el universo Kwangya, lo anterior mencionado se refleja en los 11 mil "me encanta" y 6.6 mil "me gusta".		

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 102

<b>FECHA</b>	27 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	La presentación final del SMile Music Festival 2021 terminó con éxito.

<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se muestra un compendio de imágenes recolectadas durante el Festival de música SMile, en el cual participaron muchos jóvenes en situaciones difíciles que buscan cumplir sus sueños.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	81	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	5.2 mil
		<b>Me encanta</b>	6.7 mil
		<b>Me divierte</b>	3
		<b>Me importa</b>	89
		<b>Me asombra</b>	8
		<b>Me entristece</b>	1
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	233	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se puede afirmar que este post ha sido bien recibido por parte de los seguidores dado que se muestra la labor social que realiza la agencia de entretenimiento, lo anterior mencionado se refleja en los 6.7 mil “me encanta” y 5.2 mil “me gusta”.		

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 103</b>	
<b>FECHA</b>	27 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	La presentación final del SMile Music Festival 2021 terminó con éxito.
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se muestra un compendio de imágenes recolectadas durante el Festival de música SMile, en el cual participaron

	muchos jóvenes en situaciones difíciles que buscan cumplir sus sueños.		
<b>REDES SOCIALES</b>			
<b>FACEBOOK</b>	<b>Comentarios</b>	81	
	<b>Reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	5.2 mil
		<b>Me encanta</b>	6.7 mil
		<b>Me divierte</b>	3
		<b>Me importa</b>	89
		<b>Me asombra</b>	8
		<b>Me entristece</b>	1
		<b>Me enoja</b>	0
	<b>Compartidos</b>	233	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se puede afirmar que este post ha sido bien recibido por parte de los seguidores dado que se muestra la labor social que realiza la agencia de entretenimiento, lo anterior mencionado se refleja en los 6.7 mil “me encanta” y 5.2 mil “me gusta”.		

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 1		
<b>FECHA</b>	4 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	[STATION] 온유 (ONEW) X 펀치 (Punch) “별하나(Way)” Lyric Video Teaser	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se ha revelado el video teaser previo al lanzamiento del mv “Way” interpretado por Onew y Punch.	
REDES SOCIALES		
<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	873
	<b>Me gusta</b>	18,742
	<b>Vistas</b>	119,521
<b>INTERPRETACIÓN</b>	A fin de despertar el interés por consumir el material audiovisual y promocionar el lanzamiento, es común lanzar videos teaser como es el caso. Por lo cual se infiere que el teaser de “Way” ha sido bien recibido por el público al contar 119,521 vistas, 18,742 me gusta y 873 comentarios.	

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 2		
<b>FECHA</b>	6 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	[STATION] 온유 (ONEW) X 펀치 (Punch) “별하나(Way)” Lyric Video	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se ha revelado el video lyrics previo al lanzamiento del mv “Way” interpretado por Onew y Punch.	
REDES SOCIALES		
<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	5279

	<b>Me gusta</b>	64,238
	<b>Vistas</b>	840,481
<b>INTERPRETACIÓN</b>	El video muestra la letra de la canción y la melodía, este material es publicado con el objetivo de mostrar muchas versiones del mv original, de esta manera será más atractivo a vista de los fans. Por lo cual se infiere que el video ha sido bien recibido por el público al contar 840,481 vistas, 64,238 me gusta y 5279 comentarios.	

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 3

<b>FECHA</b>	8 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	NCT U 엔씨티유 "Universe (Let's Play Ball)" MV Teaser
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se ha revelado el video teaser previo al lanzamiento del mv "Let's play ball" por NCT U para su 3er álbum "Universe".

### REDES SOCIALES

<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	8655
	<b>Me gusta</b>	293,297
	<b>Vistas</b>	1,623,407
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Por lo cual se infiere que el teaser de "Let's play ball" ha sido bien recibido por el público al contar 1,623,407 vistas, 293,297 me gusta y 8655 comentarios.	

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 4

<b>FECHA</b>	10 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	NCT U 엔씨티유 "Universe (Let's Play Ball)" MV

<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se ha revelado el mv "Let's play ball" por NCT U para su 3er álbum "Universe".	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	122,531
	<b>Me gusta</b>	1.4 M
	<b>Vistas</b>	59,041,568
<b>INTERPRETACIÓN</b>	El mv oficial es lanzado con la finalidad de promocionar su para su 3er álbum "Universe". Por lo cual se infiere que el teaser de "Let's play ball" ha sido bien recibido por el público al contar 1,623,407 vistas, 293,297 me gusta y 8655 comentarios.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 5</b>		
<b>FECHA</b>	12 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	NCT 2021 엔씨티 2021 "Beautiful" MV Teaser	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se ha revelado el video teaser previo al lanzamiento del mv "Beautiful" por NCT 2021 para su 3er álbum "Universe".	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	11,169
	<b>Me gusta</b>	347,706
	<b>Vistas</b>	1,431,343
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Por lo cual se infiere que el teaser ha sido bien recibido por el público al contar 1,431,343 vistas, 347,706 me gusta y 11,169 comentarios.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 6</b>		
----------------------------------	--	--

<b>FECHA</b>	14 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	NCT 2021 엔시티 2021 “Beautiful” MV	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se ha revelado el mv “Beautiful” por NCT 2021 para su 3er álbum "Universe".	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	121,088
	<b>Me gusta</b>	1.6 M
	<b>Vistas</b>	46,361,956
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Por lo cual se infiere que el teaser de “Beautiful” ha sido bien recibido por el público al contar 46,361,956 vistas, 1.6 M me gusta y 121,088 comentarios.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 7</b>		
<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	공식 예고편   리마스터피스 (Re:MASTERPIECE)   유튜브 오리지널	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Trailer del documental “Re:MASTERPIECE” que muestra todo el procedimiento detrás del remake del tema “Dreams come true”, la coreografía y el mv. Este documental forma parte del proyecto de remasterización de SM Entertainment y YouTube, con fines que las nuevas generaciones conozcan más el fenómeno del K-pop.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	1979
	<b>Me gusta</b>	64,053
	<b>Vistas</b>	3,483,016

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Por lo cual se infiere que el teaser del documental ha tenido una buena aceptación por parte del público al contar 3,483,016 vistas, 64,053 me gusta y 1979 comentarios.
-----------------------	--

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 8

<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN “Angel Eyes” MV
<b>DESCRIPCIÓN</b>	El MV remasterizado de la canción de invierno de SMTOWN “Angel Eyes” el cual forma parte del proyecto de remasterización de SM Entertainment y YouTube.

### REDES SOCIALES

<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	1386
	<b>Me gusta</b>	56,057
	<b>Vistas</b>	648,472
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se deduce que el mv ha sido bien recibido por el público espectador ya que al ser una versión remasterizada de un tema antiguo ha generado nostalgia, cuenta con 3,483,016 vistas, 64,053 me gusta y 1979 comentarios.	

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 9

<b>FECHA</b>	17 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	NCT 127 엔씨티 127 “Amino Acid” MV   아날로그 트립 (Analog Trip NCT 127: Escape From Magic Island)
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Tema lanzado en torno al viaje grupal que realizó NCT 127.

### REDES SOCIALES

<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	3624
	<b>Me gusta</b>	56,057
	<b>Vistas</b>	1,181,532
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se deduce que el mv ha sido bien recibido por el público espectador ya que el video tiene tomas del viaje grupal de NCT 127, cuenta con 1,181,532 vistas, 56,057 me gusta y 3624 comentarios.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 10</b>		
<b>FECHA</b>	19 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	[STATION] aespa 에스파 "Dreams Come True" MV Teaser	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se lanzó el teaser del mv "Dreams come true", remake de la canción de S.E.S. de 1998.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	7392
	<b>Me gusta</b>	271,217
	<b>Vistas</b>	2,372,136
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se deduce que el mv ha sido bien recibido por el público espectador ya que el video es una versión remasterizada de un tema muy querido por los fans, esto se ve reflejado en 2,372,136 vistas, 271,217 me gusta y 7392 comentarios.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 11</b>	
<b>FECHA</b>	20 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	[STATION] aespa 에스파 "Dreams Come True" MV

<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se lanzó el mv oficial de “Dreams come true”, remake de la canción de S.E.S. de 1998.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	79,547
	<b>Me gusta</b>	1,7 M
	<b>Vistas</b>	88,462,198
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se infiere que el mv ha sido bien recibido por el público espectador ya que el video es una versión remasterizada de un tema muy querido por los fans, además incluye la participación de Aespa y BoA, esto se ve reflejado en 88,462,198 vistas, 1,7 M me gusta y 79,547 comentarios.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 12</b>		
<b>FECHA</b>	20 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	MINHO 민호 “Heartbreak” MV Teaser	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se ha anunciado el video teaser previo al lanzamiento del mv “Heartbreak” interpretado por Minho.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	2519
	<b>Me gusta</b>	54,809
	<b>Vistas</b>	293,755
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se deduce que el mv ha sido bien recibido por el público espectador ya que es el nuevo single de Minho, esto se ve reflejado en 293,755 vistas, 54,809 me gusta y 2519 comentarios.	

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 13		
<b>FECHA</b>	21 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	MINHO 민호 “Heartbreak” MV	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se ha anunciado el mv oficial del sencillo digital “Heartbreak” interpretado Minho.	
REDES SOCIALES		
<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	28,992
	<b>Me gusta</b>	232,569
	<b>Vistas</b>	9,974,926
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se deduce que el mv ha sido bien recibido por los fans ya que es el nuevo single digital de Minho, esto se ve reflejado en 9,974,926 vistas, 232,569 me gusta y 28,992 comentarios.	

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 14		
<b>FECHA</b>	21 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	The “Beautiful” view on the way to KWANGYA	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se ha publicado un video corto en el que se observa a Doyoung, Yesung, Wendy, Renjun y Kun posando con un pasaporte para Kwangya.	
REDES SOCIALES		
<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	948
	<b>Me gusta</b>	99,852
	<b>Vistas</b>	884,088

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Es posible inferir que el video ha tenido una buena aceptación por parte del público dado que son múltiples artistas de diversos grupos en figurar en el video, esto se ve reflejado en 884,088 vistas, 99,852 me gusta y 948 comentarios.
-----------------------	--

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 15

<b>FECHA</b>	21 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	Passport ✓Ticket ✓□ ✓
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se ha publicado un video corto en el que se observa a Winter, Jaehyun, Yeri, Yuta y Shotaro posando con un pasaporte para Kwangya.

### REDES SOCIALES

<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	722
	<b>Me gusta</b>	199,944
	<b>Vistas</b>	1,433,780
<b>INTERPRETACIÓN</b>	El video ha tenido una buena aceptación por parte del público dado que son múltiples artistas de diversos grupos en figurar en el video, esto se ve reflejado en 1,433,780 vistas, 199,944 me gusta y 722 comentarios.	

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 16

<b>FECHA</b>	21 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	H.O.T. “빛(Hope)” MV
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se lanzó el mv de la canción de H.O.T“Hope” el cual forma parte del proyecto de remasterización de SM Entertainment y YouTube.

<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	1557
	<b>Me gusta</b>	28,108
	<b>Vistas</b>	400,473
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Es posible deducir que el video ha tenido una buena aceptación por parte del público dado que la agencia de entretenimiento está volviendo a subir videos antiguos de artistas de la primera generación, esto se ve reflejado en 400,473 vistas, 28,108 me gusta y 1557 comentarios.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 17</b>		
<b>FECHA</b>	22 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	Yeppi, you gonna love your trip to KWANGYA	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se ha publicado un video corto en el que se observa a Yoona, Irene, Taeyeon y Karina posando con un pasaporte para Kwangya.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	1440
	<b>Me gusta</b>	154,992
	<b>Vistas</b>	1,998,534
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Es posible deducir que el video ha tenido una buena aceptación por parte del público ya que las artistas del video son todas líderes de sus grupos respectivos, esto se ve reflejado en 1,998,534 vistas, 154,992 me gusta y 1440 comentarios.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 18</b>		
-----------------------------------	--	--

<b>FECHA</b>	22 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	Ready to shoot your (Love) Shot?	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se ha publicado un video corto en el que se observa a Taeyong, Minho, Jaemin, Kai, Sungchan y Changmin posando con un pasaporte para Kwangya.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	1779
	<b>Me gusta</b>	143,485
	<b>Vistas</b>	1,272,042
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Es posible señalar que el video ha tenido una buena aceptación por parte de los fans ya que se muestran a varios artistas masculinos de la agencia, esto se ve reflejado en 1,998,534 vistas, 154,992 me gusta y 1440 comentarios.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 19</b>		
<b>FECHA</b>	22 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	"Better" pack your bags and prepare your hearts!	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se ha publicado un video corto en el que se observa a BoA, Yunho, Yuri, Kangta y Hyoyeong posando con un pasaporte para Kwangya.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	772
	<b>Me gusta</b>	129,023
	<b>Vistas</b>	1,257,819
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se puede deducir que el video ha tenido una buena aceptación por parte del público ya que se puede observar a	

	los artistas de las primeras generaciones, esto se ve reflejado en 1,257,819 vistas, 129,023 me gusta y 772 comentarios.
--	--

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 20

<b>FECHA</b>	23 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	Pink Christmas Wishes from KWANGYA
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se publicó un video que recopila los saludos de los artistas por las fiestas navideñas.

### REDES SOCIALES

<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	3878
	<b>Me gusta</b>	86,747
	<b>Vistas</b>	686,266
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se puede deducir que el video ha tenido una buena aceptación por parte del público dado que los artistas brindan algunas palabras por motivo de Navidad, esto se ve reflejado en 686,266 vistas, 86,747 me gusta y 3878 comentarios.	

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 20

<b>FECHA</b>	23 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	Passports ready! All aboard the SMCU Express
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se publicó un video corto en el que participan Kyuhyun, Jungwoo, Taeil, Leeteuk y Haechan mientras posan con un pasaporte a Kwangya.

### REDES SOCIALES

<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	360
	<b>Me gusta</b>	55,591
	<b>Vistas</b>	489,417
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se puede inferir que el video ha tenido una buena aceptación por parte de los fans ya que en el clip se puede observar a distintos artistas masculinos de la agencia, esto se ve reflejado en 686,266 vistas, 86,747 me gusta y 3878 comentarios.	

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 21

<b>FECHA</b>	23 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	Oh my gosh, don't you know I'm off to KWANGYA?
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se publicó un video corto en el que participan Ningning, Key, Xiaojun, Hendery y Onew mientras posan con un pasaporte a Kwangya.

### REDES SOCIALES

<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	504
	<b>Me gusta</b>	71,109
	<b>Vistas</b>	898,801
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se puede inferir que el video ha tenido una buena aceptación por parte de la audiencia al mostrarse a varios de los artistas muy queridos de la agencia, esto se ve reflejado en 898,801 vistas, 71,109 me gusta y 504 comentarios.	

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 22

<b>FECHA</b>	23 de Diciembre del 2021
--------------	--------------------------

<b>TITULAR</b>	Lights, Camera, "POSE"!	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se publicó un video corto en el que participan Joy, Seulgi, Chenle, Jisung y Sunny mientras posan con un pasaporte a Kwangya.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	511
	<b>Me gusta</b>	84,171
	<b>Vistas</b>	952,406
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se puede inferir que el video ha tenido una buena aceptación por parte de la audiencia al mostrarse a artistas de la primera, segunda y tercera generación, esto se ve reflejado en 952,406 vistas, 84,171 me gusta y 511 comentarios.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 23</b>		
<b>FECHA</b>	26 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	#NCT has arrived @KWANGYA STATION!	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se publicó un video en donde participan los integrantes de NCT a modo de promoción del concierto gratuito.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	2,924
	<b>Me gusta</b>	77,424
	<b>Vistas</b>	544,563
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se puede afirmar que el video ha tenido una buena aceptación por parte de los fans ya que se puede apreciar a los integrantes de NCT interactuando entre ellos, esto se ve	

	reflejado en 544,563 vistas, 77,424 me gusta y 2,924 comentarios.
--	---

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 24</b>	
<b>FECHA</b>	26 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	#SHINee has arrived @KWANGYA STATION!
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se publicó un video en donde participa el integrante de SHINee, a fin de hacer promoción del concierto gratuito.
<b>REDES SOCIALES</b>	
<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b> 1,360
	<b>Me gusta</b> 29,536
	<b>Vistas</b> 265,498
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se puede afirmar que el video ha tenido una buena aceptación ya que se puede observar al cantante Minho como representante de SHINee, esto se ve reflejado en 265,498 vistas, 29,536 me gusta y 1,360 comentarios.

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 25</b>	
<b>FECHA</b>	26 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	#NCT #태용 #정우 #찬러 #지성s Pink Blood Is Running!   Pink Blood Quiz Show @SMTOWN LIVE 2022
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se publicó un video en donde participan algunos integrantes de NCT, a fin de responder algunas preguntas respecto a la agencia.
<b>REDES SOCIALES</b>	

<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	1,488
	<b>Me gusta</b>	95,900
	<b>Vistas</b>	910,945
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se puede señalar que el video ha tenido buena aceptación ya que se ve a los integrantes de NCT interactuando entre ellos, esto se ve reflejado en 910,945 vistas, 95,900 me gusta y 1,488 comentarios.	

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 26

<b>FECHA</b>	26 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	<a href="#">#GirlsGeneration's Pink Blood Is Running!</a> <input type="checkbox"/>   Pink Blood Quiz Show @SMTOWN LIVE 2022	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se publicó un video en donde se observa a las integrantes de Girls Generation adivinando nombres de videoclips aleatorios.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	1,049
	<b>Me gusta</b>	44,780
	<b>Vistas</b>	607,573
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se puede afirmar que el video ha tenido una buena aceptación ya que se observa a las artistas adivinando nombres de videoclips de la misma agencia, esto se ve reflejado en 910,945 vistas, 95,900 me gusta y 1,488 comentarios.	

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 27

<b>FECHA</b>	27 de Diciembre del 2021
--------------	--------------------------

<b>TITULAR</b>	GIANT PINK 지아앳트핑크 "PINK" MV Teaser	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se ha revelado el teaser promocional de "Pink".	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	1,185
	<b>Me gusta</b>	69,814
	<b>Vistas</b>	1,187,574
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se puede afirmar que el video ha tenido una buena aceptación por parte de la audiencia, esto se ve reflejado en las 1,187,574 vistas, 69,814 me gusta y 1,185 comentarios.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 28</b>		
<b>FECHA</b>	27 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	#GirlsGeneration has arrived @KWANGYA STATION	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se ha publicado un video en donde se observa a las integrantes de Girls Generation abriendo algunos objetos y hablando sobre el Kwangya.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	608
	<b>Me gusta</b>	18,171
	<b>Vistas</b>	196,318
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se puede afirmar que el video ha sido bien recibido por parte de la audiencia al ver a las integrantes del grupo femenino interactuando, esto se ve reflejado en las 196,318 vistas, 18,171 me gusta y 608 comentarios.	

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 29		
<b>FECHA</b>	27 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	#WayV has arrived @KWANGYA STATION!	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se ha publicado un video en donde se observa a algunos de los integrantes de WayV interactuando entre ellos.	
REDES SOCIALES		
<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	1,068
	<b>Me gusta</b>	38,808
	<b>Vistas</b>	237,000
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se puede afirmar que el video ha sido bien recibido por parte de los fans ya que se muestra a los artistas dialogando entre ellos, esto se ve reflejado en las 237,000 vistas, 38,808 me gusta y 1,068 comentarios.	

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 29		
<b>FECHA</b>	27 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	#aespa's Pink Blood Is Running! <input type="checkbox"/>   Pink Blood Quiz Show @SMTOWN LIVE 2022	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se ha publicado un video en donde se observa a las integrantes de Aespa interactuando entre ellas.	
REDES SOCIALES		
<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	1,359
	<b>Me gusta</b>	71,443
	<b>Vistas</b>	795,172

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Se puede deducir que el video ha sido bien recibido por parte de la audiencia ya que se puede observar a las artistas respondiendo preguntas triviales sobre la agencia, esto se ve reflejado en las 759,172 vistas, 71,443 me gusta y 1,359 comentarios.
-----------------------	---

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 30

<b>FECHA</b>	28 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	GIANT PINK 지아언트핑크 "PINK" MV
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se ha publicado el videoclip "Pink" de la rapera Giant Pink.

### REDES SOCIALES

<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	3,443
	<b>Me gusta</b>	72,309
	<b>Vistas</b>	810,735
<b>INTERPRETACIÓN</b>	El video ha sido bien recibido por la audiencia ya que a través del tema la artista demuestra su valor como rapera, esto se ve reflejado en las 810,735 vistas, 72,309 me gusta y 3,443 comentarios.	

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 31

<b>FECHA</b>	28 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	#NCTha Llegado @KWANGYA STATION!   #태용 #정우 #천러 #지성
<b>DESCRIPCIÓN</b>	En el video publicado se puede apreciar a algunos integrantes de NCT.

### REDES SOCIALES

<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	536
	<b>Me gusta</b>	35,272
	<b>Vistas</b>	271,872
<b>INTERPRETACIÓN</b>	El video ha sido bien recibido por la audiencia ya que se puede observar a los integrantes de NCT interactuando entre ellos, esto se ve reflejado en las 271,872 vistas, 35,272 me gusta y 536 comentarios.	

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 32

<b>FECHA</b>	28 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	#RedVelvet has arrived @KWANGYA STATION
<b>DESCRIPCIÓN</b>	En el video publicado se puede apreciar a las integrantes de Red Velvet.

### REDES SOCIALES

<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	1,896
	<b>Me gusta</b>	51,361
	<b>Vistas</b>	483,626
<b>INTERPRETACIÓN</b>	El video ha tenido buena recepción por parte de los fans ya que en el video se muestra a las integrantes interactuando entre ellas, esto se ve reflejado en las 483,626 vistas, 51,361 me gusta y 1,896 comentarios.	

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 33

<b>FECHA</b>	28 de Diciembre del 2021
--------------	--------------------------

<b>TITULAR</b>	#KAI of #EXO's Pink Blood Is Running!   Pink Blood Quiz Show @SMTOWN LIVE 2022	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	En el video publicado se observa a Kai de EXO respondiendo algunas preguntas sobre la agencia.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	2,500
	<b>Me gusta</b>	54,890
	<b>Vistas</b>	392,070
<b>INTERPRETACIÓN</b>	El video ha tenido buena aceptación por parte de los fans ya que debido a que es el único integrante en representación del grupo, esto se ve reflejado en las 392,070 vistas, 54,890 me gusta y 2,500 comentarios.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 34</b>		
<b>FECHA</b>	28 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	#NCT #자니 #재현 #제노 #성찬 Pink Blood está corriendo!   Pink Blood Quiz Show @SMTOWN LIVE 2022	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	En el video publicado se puede observar a algunos de los integrantes de NCT.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	1,194
	<b>Me gusta</b>	78,972
	<b>Vistas</b>	776,080
<b>INTERPRETACIÓN</b>	El video ha tenido buena aceptación por parte de la audiencia al ser un metraje en donde se observa a los integrantes de NCT interactuando entre ellos, esto se ve	

	reflejado en las 776,080 vistas, 78,972 me gusta y 1,194 comentarios.
--	---

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 35

<b>FECHA</b>	28 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	“SMTOWN EN VIVO 2022” SMCU EXPRESS @KWANGYA   Official Trailer
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se ha revelado el primer teaser oficial sobre Kwangya, así como el próximo concierto gratuito.

### REDES SOCIALES

<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	432
	<b>Me gusta</b>	57,328
	<b>Vistas</b>	456,992

<b>INTERPRETACIÓN</b>	El video ha tenido buena aceptación por parte del público dado que se elogia el nivel de creatividad y producción en el adelanto del universo Kwangya y el concierto gratuito, esto se ve reflejado en las 456,992 vistas, 57,328 me gusta y 432 comentarios.
-----------------------	---

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 36

<b>FECHA</b>	29 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	NCT 127 엔시티 127 “Sticker (Will Not Fear Remix)” MV Teaser
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se publicó un video teaser como adelanto para el lanzamiento del tema “Sticker” de NCT 127.

### REDES SOCIALES

<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	488
	<b>Me gusta</b>	27,236
	<b>Vistas</b>	218,816
<b>INTERPRETACIÓN</b>	El video ha tenido buena aceptación por parte de los fans al ser una vista previa del mv a lanzar, esto se ve reflejado en las 218,816 vistas, 27,236 me gusta y 488 comentarios.	

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 37

<b>FECHA</b>	29 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	#BoA has arrived @KWANGYA STATION!
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se publicó un video en donde aparece la solista BoA.

### REDES SOCIALES

<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	480
	<b>Me gusta</b>	7,218
	<b>Vistas</b>	121,662
<b>INTERPRETACIÓN</b>	El video ha tenido buena aceptación por parte de los fans ya que se muestra a la solista divertirse mientras abre algunos artículos relacionados con Kwangya, esto se ve reflejado en las 121,662 vistas, 7,218 me gusta y 480 comentarios.	

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 38

<b>FECHA</b>	29 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	#Kai of #EXO arrived @KWANGYA STATION!

<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se publicó un video en donde aparece el artista Kai.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	1,091
	<b>Me gusta</b>	24,555
	<b>Vistas</b>	139,436
<b>INTERPRETACIÓN</b>	El video ha tenido buena aceptación por parte de los fans ya que se puede apreciar al artista divertirse, esto se ve reflejado en las 139,436 vistas, 24,555 me gusta y 1,091 comentarios.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 39</b>		
<b>FECHA</b>	30 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	#TVXQ!'s Pink Blood Is Running!   Pink Blood Quiz Show @SMTOWN LIVE 2022	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se publicó un video en el que aparecen los integrantes de TVXQ.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	932
	<b>Me gusta</b>	25,727
	<b>Vistas</b>	299,129
<b>INTERPRETACIÓN</b>	El video ha tenido buena aceptación por parte del público ya que se puede apreciar a los artistas adivinar algunos videoclips y pasando un ameno momento, esto se ve reflejado en las 299,129 vistas, 25,727 me gusta y 932 comentarios.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 40</b>		
<b>FECHA</b>	30 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	Only on U+IDOLLIVE! #SMTOWN_LIVE 2022 Behind The Scenes Teaser	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se publicó un video en adelanto al concierto gratuito.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	1,247
	<b>Me gusta</b>	71,227
	<b>Vistas</b>	573,299
<b>INTERPRETACIÓN</b>	El video ha tenido una buena aceptación por parte de los seguidores ya que muestra el detrás de escena de lo que será el concierto, así como la múltiples colaboraciones entre los artistas y la vibra familiar que transmiten, esto se ve reflejado en las 573,299 vistas, 71,227 me gusta y 1,247 comentarios.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 41</b>		
<b>FECHA</b>	30 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	#KANGTA has arrived @KWANGYA STATION!	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	En el video publicado se puede apreciar al artista Kangta.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	254
	<b>Me gusta</b>	6,211
	<b>Vistas</b>	55,010

<b>INTERPRETACIÓN</b>	El video ha sido bien recibido por los seguidores ya que el artista Kangta participa en eventos de la agencia como es el caso del universo Kwangya, esto se ve reflejado en las 55,010 vistas, 6,211 me gusta y 254 comentarios.
-----------------------	--

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 42

<b>FECHA</b>	30 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	#aespa has arrived @KWANGYA STATION!
<b>DESCRIPCIÓN</b>	En el video publicado se puede apreciar a las integrantes de Aespa.

### REDES SOCIALES

<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	615
	<b>Me gusta</b>	26,391
	<b>Vistas</b>	308,859
<b>INTERPRETACIÓN</b>	El video ha sido bien recibido por los fans ya que se muestra a las artistas mientras adivinan canciones entre ellas, esto se ve reflejado en las 308,859 vistas, 26,391 me gusta y 615 comentarios.	

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 43

<b>FECHA</b>	30 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	#RedVelvet's Pink Blood Is Running!   Pink Blood Quiz Show @SMTOWN LIVE 2022
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se publicó un video en donde participan las integrantes de Red Velvet.

### REDES SOCIALES

<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	1,549
	<b>Me gusta</b>	56,386
	<b>Vistas</b>	675,241
<b>INTERPRETACIÓN</b>	El video ha sido bien recibido por los fans ya que se muestra a las artistas mientras responden algunas preguntas y demuestran ser también fans de algunos artistas de la agencia, esto se ve reflejado en las 675,241 vistas, 56,386 me gusta y 1,549 comentarios.	

#### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 44

<b>FECHA</b>	31 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	2022 SM GLOBAL AUDITION "KWANGYA"
<b>DESCRIPCIÓN</b>	El video publicado es referente al universo Kwangya. La frase " <i>Now is your turn</i> " es una invitación a la audición global que busca reunir nuevos trainees.

#### REDES SOCIALES

<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	2,078
	<b>Me gusta</b>	56,342
	<b>Vistas</b>	514,870
<b>INTERPRETACIÓN</b>	El video ha tenido una buena aceptación ya que se muestra más gráficos de Kwangya, así como se abre una invitación para las audiciones globales de la agencia, esto se ve reflejado en las 514,870 vistas, 56,342 me gusta y 2,078 comentarios.	

#### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 45

<b>FECHA</b>	31 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	#NCT has arrived @ KWANGYA STATION!   #자니#재현#제노 #성찬	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	En el video publicado se puede observar a los integrantes de NCT.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	338
	<b>Me gusta</b>	24,560
	<b>Vistas</b>	227,416
<b>INTERPRETACIÓN</b>	El video ha tenido una buena aceptación al mostrarse a algunos de los integrantes de NCT mientras conversan y abren algunos merchandising, esto se ve reflejado en las 227,416 vistas, 24,560 me gusta y 338 comentarios.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 46</b>		
<b>FECHA</b>	31 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	#TVXQ! has arrived @KWANGYA STATION!	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	En el video publicado se puede observar a los integrantes de TVXQ.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	187
	<b>Me gusta</b>	5,506
	<b>Vistas</b>	72,586
<b>INTERPRETACIÓN</b>	El video ha tenido una buena aceptación al mostrarse a los dos integrantes de TVXQ mientras abren merch de Kwangya	

	y escriben algunos mensajes en una barra, esto se ve reflejado en las 72,586 vistas, 5,506 me gusta y 187 comentarios.
--	--

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 47</b>	
-----------------------------------	--

<b>FECHA</b>	31 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	#SHINee's Pink Blood Is Running!   Pink Blood Quiz Show @SMTOWN LIVE 2022
<b>DESCRIPCIÓN</b>	En el video publicado se puede observar a los integrantes de SHINee.

<b>REDES SOCIALES</b>	
-----------------------	--

<b>YOUTUBE</b>	<b>Comentarios</b>	993
	<b>Me gusta</b>	22,367
	<b>Vistas</b>	277,344
<b>INTERPRETACIÓN</b>	El video ha tenido una buena aceptación al mostrarse a dos integrantes de SHINee mientras se divierten adivinando canciones de la agencia, esto se ve reflejado en las 277,344 vistas, 22,367 me gusta y 993 comentarios.	

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 1		
<b>FECHA</b>	1 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	LEE JINKI ha sido elegido como el personaje principal del contenido de terror de formato corto "4분 44초" Para jugar a "기철", que sufre los ruidos de sus vecinos.	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se anunció la participación de Lee Jinki en una serie de terror de 8 partes.	
REDES SOCIALES		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#이진기#LEEJINKI #사이니#SHINee #4분44초
	<b>Imagen</b>	Plano medio del artista Lee Jinki (Onew de SHINee), orientación vertical, imagen promocional para la historia de terror.
	<b>Me gusta</b>	28,2 mil
	<b>Retuits</b>	7635
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Destaca la imagen de Lee Jinki (Onew de SHINee), promocionando su participación actoral para una serie de terror corta. Por lo cual se infiere que la agencia de entretenimiento, hace promoción a los artistas en sus proyectos individuales y como agrupación.	

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 2	
<b>FECHA</b>	1 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	El MV remasterizado del debut de BoA, "ID; Peace B" se lanzará hoy a las 10 a. m. KST, a través del Proyecto de remasterización de SM.

<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se anunció el lanzamiento de la versión remasterizada del video musical del debut de la solista BoA, por medio del “Proyecto de remasterización de SM”.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#BoA #보아#ID_Peace_B #SM_Remastering_Project #RemasterMV #리마스터링프로젝트 #SMSTATION #SMTOWN
	<b>Imagen</b>	Plano detalle de la artista BoA, orientación horizontal.
	<b>Me gusta</b>	7769
	<b>Retuits</b>	1880
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a una pieza del video musical de la artista BoA, por lo cual se infiere que es una imagen promocional de lanzamiento del videoclip remasterizado. Se evidencia que la agencia de entretenimiento hace promoción a los diversos materiales de sus artistas, como es el caso de la remasterización del tema debut de la artista.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 3</b>		
<b>FECHA</b>	1 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	LIM YOONA en la conferencia de prensa de la película “Happy New Year”. Esta producción llegó a los cines y TVING en diciembre del 2021.	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se da a conocer la presencia de Lim Yoona en la conferencia de prensa para la película “Happy New Year”.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#임윤아#LIMYOONA #윤아#YOONA #해피뉴이어 #happynewyear #소녀시대#GirlsGeneration

	<b>Imagen</b>	La imagen del tuit, promociona la actividad de la artista Lim Yoona (Yoona de Girls Generation), la imagen hace referencia a su participación como actriz en la película "Happy New Year".
	<b>Me gusta</b>	8429
	<b>Retuits</b>	1915
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit pertenece a la conferencia de prensa a la cual asistió Lim Yoona, promocionando su participación en la película "Happy New Year". Por lo cual se infiere que la agencia de entretenimiento, hace promoción a los artistas en sus proyectos individuales y como agrupación.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 4</b>		
<b>FECHA</b>	1 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	CHO JUNYOUNG en la conferencia de prensa de su primera película "Feliz Año Nuevo". La película "Feliz Año Nuevo" llegará a los cines y TVING este diciembre.	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Fue anunciada la participación de Cho Junyoung en la conferencia de prensa "Feliz Año Nuevo".	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#조준영#CHOJUNYOUNG #해피뉴이어 #HappyNewYear
	<b>Imagen</b>	Plano tres cuartos del artista Cho Junyoung, orientación vertical, imagen de la conferencia de prensa para la película "Happy New Year".
	<b>Me gusta</b>	7098
	<b>Retuits</b>	710
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tweet promociona la actividad de Cho Junyoung como actor en la película "Happy New Year", tal	

	imagen corresponde a la conferencia de prensa de dicha película. Por lo cual se infiere que la agencia de entretenimiento, aporta en la promoción de los proyectos actorales del artista Cho Junyoung.
--	--

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 5

<b>FECHA</b>	2 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	NCT 127 y DOYOUNG ganaron el "Álbum del año" y el "Premio al enfoque (actor)" en los "2021 Asia Artist Awards".
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se anuncia como ganador del "Álbum del año" y el "Premio enfoque" a los artistas NCT y Doyoung respectivamente.

### REDES SOCIALES

<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#NCT127 #도영#AAA_올해의앨범_NCT127 #AAA_포커스배우_DOYOUNG #2021AAA #AA #2021AsiaArtistAwards
	<b>Imagen</b>	Plano americano del artista Doyoung de NCT127 sosteniendo los premios, orientación vertical, imagen de los premios Asia Artist Awards 2021.
	<b>Me gusta</b>	1254
	<b>Retuits</b>	36,4 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tweet corresponde al artista Doyoung de NCT127, siendo galardonado en una de las premiaciones más importantes de Asia. Por lo cual se infiere que la agencia de entretenimiento, hace promoción a los artistas en sus proyectos individuales y como agrupación.	

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 6

<b>FECHA</b>	2 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	Aespa ganó los premios "Hot Trend", "Rookie of the Year" y "Stage of the Year" en los "2021 Asia Artist Awards".
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se anunció como ganadora de los premios "Hot Trend", "Rookie of the Year" y "Stage of the Year" a Aespa.

### REDES SOCIALES

<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#aespa #AAA_ 핫트렌드상 #AAA_ 신인상 #AAA_ 올해의 스테이지상 #2021AAA #AAA #2021AsiaArtistAwards
	<b>Imagen</b>	Plano americano de las cuatro integrantes de la agrupación femenina "Aespa" posando con los premios ganados, orientación horizontal, imagen de los premios Asia Artist Awards 2021.
	<b>Me gusta</b>	60,7 mil
	<b>Retuits</b>	16 mil

<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tweet pertenece a las integrantes de Aespa tras recibir los premios ganados en las premiaciones de fin de año, tal caso en los Asia Artist Awards 2021. Por lo cual se puede apreciar que la agencia de entretenimiento hace promoción a los artistas, ya que el grupo novato "Aespa" fue ganador del título Rookie del Año.
-----------------------	--

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 7

<b>FECHA</b>	2 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	Se han revelado fotos de OH SEHUN como el encantador y confiado generador de ánimo "황치형" para el drama "Now

	we are going up". "Now we are going up" se transmite todos los viernes y sábados a las 10 p.m. KST en SBS.	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se anunció como ganadora de los premios "Hot Trend", "Rookie of the Year" y "Stage of the Year" a Aespa.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#OHSEHUN #오세훈 #EXO #엑소 #지금헤어지는중입니다
	<b>Imagen</b>	Collage de imágenes del artista Oh Sehun, plano medio corto, imágenes promocionales para su participación en el K-drama "Now we are going up".
	<b>Me gusta</b>	34,4 mil
	<b>Retuits</b>	12,1 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tweet pertenece al artista Oh Sehun (también miembro de EXO), promocionando su rol como personaje del del K-drama "Now we are going up". Por lo tanto, se deduce que la agencia de entretenimiento promociona la carrera actoral del artista Oh Sehun mediante su red social Twitter.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 8</b>	
<b>FECHA</b>	2 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	KWON YURI gana el "Premio a la Mejor Actuación" en los "2021 Asia Artist Awards".
<b>DESCRIPCIÓN</b>	El tweet anunció como ganadora del "Premio a la Mejor Actuación" a la actriz y cantante Kwon Yuri en los premios de fin de año "2021 Asia Artist Awards".
<b>REDES SOCIALES</b>	

<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#권유리 #KWONYURI #소녀시대 #GirlsGeneration #베스트연기상 #2021AAA #AAA #2021AsiaArtistAwards
	<b>Imagen</b>	Plano medio de la actriz y cantante Kwon Yuri, orientación vertical, imagen de los premios Asia Artist Awards 2021.
	<b>Me gusta</b>	17,3 mil
	<b>Retuits</b>	4451
<b>INTERPRETACIÓN</b>	El tweet muestra la imagen de la actriz y cantante Kwon Yuri, indicando ser la ganadora de un premio en una de las premiaciones más relevantes de fin de año Asia Artist Awards 2021. Por lo cual se infiere que la agencia de entretenimiento, hace promoción a los artistas en sus proyectos individuales y como agrupación.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 9</b>		
<b>FECHA</b>	2 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	[#STATION] 온유X펀치 "별 하나 (Camino)" 2021.12.6. 18:00 KST.	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	"Way" (별 하나) es el tema de colaboración de Onew & Punch. El tweet anuncia su fecha de lanzamiento de STATION el 6 de diciembre de 2021.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#별하나 #Way #ONEW #온유 #SHINee #샤이니 #펀치 #Punch #SMSTATION #SMTOWN
	<b>Imagen</b>	Se muestran dos imágenes del artista Onew, siendo un plano general y medio corto

		respectivamente. Ambas imágenes son lanzadas en promoción del nuevo sencillo del artista para el proyecto STATION.
	<b>Me gusta</b>	28,6 mil
	<b>Retuits</b>	8272
<b>INTERPRETACIÓN</b>	El tweet muestra la imagen de Onew de SHINee, promociona la actividad musical del artista para el lanzamiento del sencillo en colaboración con Punch. Por lo cual se infiere que la agencia a la cual pertenece el artista hace una previa promoción a sus próximos trabajos a presentar.	

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 10		
<b>FECHA</b>	5 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	ONEW X Punch "Way" se lanzará hoy a las 6PM KST a través de SM STATION. ¡Regalo musical de un dúo vocal sentimental!	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	El Tweet señala que "Way" (별 하나) el tema de colaboración de Onew & Punch será revelado mediante SM STATION.	
REDES SOCIALES		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#별하나#Way #ONEW #온유 #SHINee #사이니 #펀치#Punch #SMSTATION #SMTOWN
	<b>Imagen</b>	Se muestran dos imágenes de los artistas Onew y Punch, además de la imagen del tema a lanzar. La primera es una imagen en orientación vertical, plano general y se puede apreciar a ambos artistas. La segunda imagen corresponde a la portada del sencillo, el cual está conformado por gráficos que hacen alusión de una ciudad y el cielo estrellado.

	<b>Me gusta</b>	16,1 mil
	<b>Retuits</b>	4457
<b>INTERPRETACIÓN</b>	El tweet destaca las imágenes promocionales al sencillo "Way", señalando la colaboración de los artistas Onew y Punch. Por lo cual se infiere que la agencia de entretenimiento hace una previa promoción a los trabajos de sus artistas.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 11</b>		
<b>FECHA</b>	7 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	[#STATION] 온유 (ONEW) X 펀치 (Punch) "별 하나 (Way)" Teaser de video en vivo. [STATION] Video en vivo de Onew X Punch "One Star (Way)" 2021.12.8. 18:00 KST.	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	El Tweet señala el video teaser del tema "Way" (별 하나) colaboración de Onew & Punch mediante SM STATION será lanzado por medio el 8.12.2021 KST.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#별하나#Way #ONEW #온유 #SHINee #사이니 #펀치#Punch #SMSTATION #SMTOWN
	<b>Imagen</b>	El video muestra a ambos artistas interpretando una parte del sencillo en colaboración "별 하나 (Way)".
	<b>Me gusta</b>	16,1 mil
	<b>Retuits</b>	4457

<b>INTERPRETACIÓN</b>	El tweet destaca un video promocional del sencillo “Way”, señalando la colaboración entre los artistas Onew y Punch. Por lo tanto se infiere que la agencia de entretenimiento promociona el sencillo próximo a lanzar, en este caso, por medio de un video en vivo.
-----------------------	--

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 12</b>
-----------------------------------

<b>FECHA</b>	7 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	El MV remasterizado de “...지애” de YOO YOUNG JIN se lanzará el 9 de diciembre a las 10 a. m. KST a través del “Remastering Project” de SM ¡Conoce el MV legendario con alta definición y sonido de alta calidad!
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se anunció el lanzamiento de la versión remasterizada del video musical de Yoo Young, por medio del “Proyecto de remasterización de SM”.

<b>REDES SOCIALES</b>
-----------------------

<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#유영진#YOOYOUNGIN #지애 #SM_RemaJstering_Project #RemasterMV #리마스터링프로젝트 #SMSTATION
	<b>Imagen</b>	Se muestran imágenes del artista Yoo Youngin, siendo un primerísimo primer plano y orientación vertical.
	<b>Me gusta</b>	4685
	<b>Retuits</b>	464

<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tweet corresponde una pieza del video musical del artista Yoo Youngin por lo cual se deduce que es una imagen promocional para el lanzamiento del videoclip remasterizado. Se infiere que la agencia de entretenimiento, hace promoción a los diversos materiales de sus artistas,
-----------------------	--

	como es el caso de la remasterización del tema debut de la artista.
--	---

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 13

<b>FECHA</b>	8 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	[#STATION] 온유 (ONEW) X 펀치 (Punch) "별 하나 (Way)" Live Video
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se anunció el lanzamiento de la versión remasterizada del video musical de Yoo Young, por medio del "Proyecto de remasterización de SM".

### REDES SOCIALES

<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#별하나#Way #ONEW #온유#SHINee #샤이니 #펀치#Punch #SMSTATION #SMTOWN
	<b>Imagen</b>	Se muestra una imagen de los artistas Onew y Punch, siendo un plano medio corto. Esta imagen fue lanzada en promoción del nuevo sencillo del artista para el proyecto STATION.
	<b>Me gusta</b>	15.3 mil
	<b>Retuits</b>	5484

<b>INTERPRETACIÓN</b>	El tweet muestra la imagen de Onew de SHINee y Punch, lo que indica que hay una promoción a la actividad musical del artista para el lanzamiento del sencillo en colaboración con Punch. Por lo cual se infiere que la agencia a la cual pertenece el artista hace una previa promoción a sus próximos trabajos a presentar.
-----------------------	--

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 14

<b>FECHA</b>	8 de Diciembre del 2021
--------------	-------------------------

<b>TITULAR</b>	[#STATION] 온유 (ONEW) X 펀치 (Punch) “별 하나 (Way)” Live Video	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se anunció el lanzamiento de la versión remasterizada del video musical de Yoo Young, por medio del “Proyecto de remasterización de SM”.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#별하나#Way #ONEW #온유#SHINee #샤이니 #펀치#Punch #SMSTATION #SMTOWN
	<b>Imagen</b>	Se muestra una imagen del videoclip.
	<b>Me gusta</b>	15.3 mil
	<b>Retuits</b>	5484
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tweet corresponde a una pieza del video musical del artista Yoo Youngin. Se infiere que la agencia de entretenimiento, hace promoción a los diversos materiales de sus artistas, como es el caso de la remasterización del tema debut de la artista.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 15</b>		
<b>FECHA</b>	9 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se anunció el lanzamiento del proyecto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”, las siglas “SMCU” significan “SM Culture Universe” lo que permitiría a los fans de los artista de esta agencia de entretenimiento, vivir una experiencia en el metaverso.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS

		#2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa
	<b>Imagen</b>	Se muestran unos gráficos compuestos por líneas de colores (similar a un mapa) que dan pistas sobre las próximas colaboraciones entre los artistas para el "SMCU EXPRESS". La temática para este proyecto está inspirada en las estaciones de tren que tiene como fin llegar al universo de Kwagya.
	<b>Me gusta</b>	59,8 mil
	<b>Retuits</b>	102,8 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	El tuit muestra el primer poster promocional del ambicioso proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS", un concierto gratuito que ofreció por fin de año en agradecimiento a los fans que apoyan a los artistas de SM Entertainment. El mapa detalla las múltiples estaciones ficticias (lleva nombre de los artistas) que tienen como destino el universo "KWANGYA".	

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 16	
<b>FECHA</b>	9 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	[#STATION] 온유 (ONEW) X 펀치 (Punch) "별 하나 (Way)" Entrevista #비하인더스태이션
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se anunció el lanzamiento de la versión remasterizada del video musical de Yoo Young, por medio del "Proyecto de remasterización de SM".
REDES SOCIALES	

<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#별하나 #Way #ONEW #온유 #SHINee #사이니 @SHINee #펀치 #Punch #SMSTATION #SMTOWN
	<b>Imagen</b>	Se muestra una imagen promocional de los artistas Onew y Punch en un plano americano.
	<b>Me gusta</b>	15,4 mil
	<b>Retuits</b>	4387
<b>INTERPRETACIÓN</b>	El tuit muestra la imagen de Onew de SHINee y Punch para una entrevista, que refuerza la acción promocional de la actividad musical del artista durante el lanzamiento del sencillo en colaboración con Punch.	

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 17

<b>FECHA</b>	9 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	Concierto gratuito en línea "SMTOWN LIVE 2022 : SMCU EXPRESS KWANGYA" 2022/01/01 1PM KST
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se anunció el lanzamiento del proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS", así también el próximo lanzamiento de un álbum de invierno "2021 Winter SMTOWN: SMCU EXPRESS" y el "SMTWON EXPERIENCE PLAY@KWANGYA".

### REDES SOCIALES

<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS
	<b>Imagen</b>	Se muestran unos gráficos compuestos por líneas, los colores representan las diversas agrupaciones que corresponden a la agencia de entretenimiento.
	<b>Me gusta</b>	21,5 mil

	<b>Retuits</b>	47,9 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	El tuit muestra el primer póster promocional para el concierto gratuito en línea por fin de año, así como el anuncio del álbum. Esto refuerza la promoción del evento y próximos lanzamientos musicales del mes.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 18</b>		
<b>FECHA</b>	10 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	“SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” Información de salida	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se anunció el calendario del proyecto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”, donde se detalla la fecha y el artista correspondiente.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa
	<b>Imagen</b>	Se muestra un tablero donde se especifica el día, nombre del tren (artista), remarks y número. La imagen es similar al tablero de salida del tren, manteniendo así el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.
	<b>Me gusta</b>	61,6 mil
	<b>Retuits</b>	146,9 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	En este tuit se puede apreciar un tablero de salida donde se detalla periódicamente los días que se lanzará material promocional para el SMCU EXPRESS, “2021 Winter	

	SMTOWN: SMCU EXPRESS” y el “SMTWON EXPRERIENCE PLAY@KWANGYA”.
--	---

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 19</b>	
-----------------------------------	--

<b>FECHA</b>	10 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	“SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” Información de salida
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se anunció el calendario del proyecto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”, donde se detalla la fecha y el artista correspondiente.

<b>REDES SOCIALES</b>	
-----------------------	--

<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa
	<b>Imagen</b>	Se muestra un tablero donde se especifica el día, nombre del tren (artista), remarks y número. La imagen es similar al tablero de salida del tren, manteniendo así el concepto del viaje en tren con destino en Kwangya.
	<b>Me gusta</b>	61,6 mil
	<b>Retuits</b>	146,9 mil

<b>INTERPRETACIÓN</b>	En este tuit se puede apreciar un tablero de salida (cronograma) donde se detalla periódicamente los días que se lanzará material promocional para el SMCU EXPRESS, “2021 Winter SMTOWN: SMCU EXPRESS” y el “SMTWON EXPRERIENCE PLAY@KWANGYA”.
-----------------------	--

**FICHA DE OBSERVACIÓN N° 20**

<b>FECHA</b>	11 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	<p>“Dreams Come True”, que renace de la mano de Aespa, ¡Se estrenará el 20/12!</p> <p>¡BoA participó activamente en el proyecto de remasterización, desde la producción hasta la coreografía y el aspecto visual!</p> <p>¡También es una canción de prelanzamiento de “2021 Winter SMTOWN: SMCU EXPRESS”, que se lanzará el 27!</p>
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se anunció el lanzamiento del tema “Dreams come true” interpretado por Aespa, siendo una de las canciones del álbum “2021 Winter SMTOWN: SMCU EXPRESS”.

**REDES SOCIALES**

<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	Ninguno
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción del tema “Dreams come true” de Aespa, en la imagen se puede ver a los cuatro miembros en un plano entero.
	<b>Me gusta</b>	61,6 mil
	<b>Retuits</b>	146,9 mil

<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit pertenece a “Dreams come true”, promocionando la versión remasterizada e interpretada por Aespa. Por lo cual se deduce que la agencia de entretenimiento hace una previa promoción al álbum de fin de año “2021 Winter SMTOWN: SMCU EXPRESS”, lanzando un tema de prelanzamiento.
-----------------------	--

**FICHA DE OBSERVACIÓN N° 21**

<b>FECHA</b>	12 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	YouTube Originals: "Re:MASTERPIECE" Poster

	La historia del nacimiento de BoA & Aespa “Dreams Come True” 2021.12.23 23:00 KST Canal de YouTube SMTOWN	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	SM Entertainment lanza el proyecto de remasterización en el que participan BoA y Aespa.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#DreamsComeTrue #aespa #BoA #리마스터피스 #ReMASTERPIECE
	<b>Imagen</b>	Corresponde al póster promocional para el lanzamiento del remake en el que participan BoA y Aespa. En la imagen se ven a las artistas involucradas en el proyecto.
	<b>Me gusta</b>	19 mil
	<b>Retuits</b>	4549
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit pertenece al póster promocional para el proyecto de remasterización del tema “Dreams come true”, hit del popular grupo de los 90’s “S.E.S”, esta vez interpretado por un grupo de la cuarta generación “Aespa”. Para este trabajo, la solista BoA participó en la coreografía, estilo y dirección del remake.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 22</b>		
<b>FECHA</b>	14 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #KANGTA	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del artista Kangta para el proyecto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS

		#2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”. En la imagen se puede apreciar al artista “Kangta” en un plano americano, ángulo contrapicado.
	<b>Me gusta</b>	10,9 mil
	<b>Retuits</b>	1964
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”. De acuerdo al cronograma, es el turno de Kangta en presentar una imagen promocional, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 23</b>		
<b>FECHA</b>	14 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #KANGTA	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del artista Kangta para el proyecto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127

		#NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede apreciar al artista "Kangta" en un plano entero. Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".
	<b>Me gusta</b>	10,5 mil
	<b>Retuits</b>	2017
<b>INTERPRETACIÓN</b>	De acuerdo al cronograma, es el turno de Kangta en presentar una imagen promocional, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya. La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".	

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 24		
<b>FECHA</b>	14 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #KANGTA	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del artista Kangta para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
REDES SOCIALES		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede apreciar al artista "Kangta" en un plano general. Corresponde a la

		promoción de la line-up del concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”.
	<b>Me gusta</b>	12,4 mil
	<b>Retuits</b>	2584
<b>INTERPRETACIÓN</b>	De acuerdo al cronograma, es el turno de Kangta en presentar una imagen promocional, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya. La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser preliminares al concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 25</b>		
<b>FECHA</b>	14 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #BoA	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser de la solista BoA para el proyecto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar a la solista “BoA” en un plano medio corto. Corresponde a la promoción de la line-up del concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”.
	<b>Me gusta</b>	19 mil

	<b>Retuits</b>	4004
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser preliminares al concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”. Según el cronograma, es el turno de BoA en presentar una imagen promocional, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 26</b>		
<b>FECHA</b>	14 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #BoA	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser de la solista BoA para el proyecto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raider
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar a la solista “BoA” en un plano medio. Corresponde a la promoción de la line-up del concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”.
	<b>Me gusta</b>	13,6 mil
	<b>Retuits</b>	2897
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”. De acuerdo a la fecha, es el turno de BoA en presentar una	

	imagen promocional, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.
--	--

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 27</b>	
-----------------------------------	--

<b>FECHA</b>	14 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #BoA
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser de la solista BoA para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.

<b>REDES SOCIALES</b>	
-----------------------	--

<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raider
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". En la imagen se puede observar a la solista "BoA" en un plano general.
	<b>Me gusta</b>	18,2 mil
	<b>Retuits</b>	4032

<b>INTERPRETACIÓN</b>	De acuerdo a la fecha, es el turno de BoA en presentar una imagen promocional, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya. La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".
-----------------------	---

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 28</b>	
-----------------------------------	--

<b>FECHA</b>	14 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #TVXQ!	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del dúo "TVXQ" para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar al integrante de TVXQ "Yunho", en un plano entero. Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".
	<b>Me gusta</b>	28,3 mil
	<b>Retuits</b>	5989
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser preliminares al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". Según el cronograma, es el turno de Yunho de TVXQ en presentar una imagen promocional, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 29</b>	
<b>FECHA</b>	14 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #TVXQ!

<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del dúo "TVXQ" para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raider
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar al integrante de TVXQ "Yunho", en un plano americano. Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".
	<b>Me gusta</b>	16,6 mil
	<b>Retuits</b>	4722
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser anteriores al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". Según el cronograma, es el turno de Yunho de TVXQ en presentar una imagen promocional, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 30</b>	
<b>FECHA</b>	14 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #TVXQ!
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del dúo "TVXQ" para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.
<b>REDES SOCIALES</b>	

<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raider
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar al integrante de TVXQ "Changmin", en un primer plano. Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".
	<b>Me gusta</b>	16,6 mil
	<b>Retuits</b>	4722
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". Según el cronograma, es el turno de Changmin de TVXQ en presentar una imagen promocional, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 31</b>		
<b>FECHA</b>	14 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #TVXQ!	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del dúo "TVXQ" para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127

		#NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar a los integrantes de TVXQ "Changmin y Yunho", en un plano general. Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".
	<b>Me gusta</b>	16,6 mil
	<b>Retuits</b>	4722
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". Según el cronograma, es el turno de los integrantes TVXQ en presentar una imagen promocional, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 32		
<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SUPERJUNIOR	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo "Super Junior" para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
REDES SOCIALES		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden

	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". En la imagen se puede observar a los integrantes de Super Junior, en un plano general.
	<b>Me gusta</b>	29 mil
	<b>Retuits</b>	10,4 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". Según el cronograma, es el turno de Super Junior en presentar una imagen promocional, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 33</b>		
<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SUPERJUNIOR	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo "Super Junior" para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raider
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar al integrante de Super Junior "Eunhyuk", en un plano entero. Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".

	<b>Me gusta</b>	13,4 mil
	<b>Retuits</b>	3655
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Según el cronograma, es el turno de Eunhyuk de Super Junior en presentar una imagen promocional, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya. La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 34</b>		
<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SUPERJUNIOR	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo "Super Junior" para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". En la imagen se puede observar al integrante de Super Junior "Eunhyuk", en un primer plano.
	<b>Me gusta</b>	12,4 mil
	<b>Retuits</b>	3445
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".	

	Según el cronograma, es el turno de Eunhyuk de Super Junior en presentar una imagen promocional, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.
--	---

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 35

<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SUPERJUNIOR
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo “Super Junior” para el proyecto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” de la agencia SM Entertainment.

### REDES SOCIALES

<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”. En la imagen se puede observar al integrante de Super Junior “Kyuhyun”, en un plano entero.
	<b>Me gusta</b>	12,6 mil
	<b>Retuits</b>	3450
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Según el cronograma, es el turno de Kyuhyun de Super Junior en presentar una imagen promocional, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya. La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”.	

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 36		
<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SUPERJUNIOR	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo "Super Junior" para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
REDES SOCIALES		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raider
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". En la imagen se puede observar al integrante de Super Junior "Kyuhyun", en un plano medio.
	<b>Me gusta</b>	12,9 mil
	<b>Retuits</b>	3516
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". Según el cronograma, es el turno de Kyuhyun de Super Junior en presentar una imagen promocional, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 37	
<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SUPERJUNIOR

<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo "Super Junior" para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raideen
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar al integrante de Super Junior "Donghae", en un plano entero. Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".
	<b>Me gusta</b>	13,5 mil
	<b>Retuits</b>	3839
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Según el cronograma, es el turno de Donghae de Super Junior en presentar una imagen promocional, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya. La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 38</b>	
<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SUPERJUNIOR
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo "Super Junior" para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.
<b>REDES SOCIALES</b>	

<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raideen
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”. En la imagen se puede observar al integrante de Super Junior “Donghae”, en un plano medio corto.
	<b>Me gusta</b>	12,9 mil
	<b>Retuits</b>	3756
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”. Según el cronograma, es el turno de Donghae de Super Junior en presentar una imagen promocional, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 39</b>		
<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SUPERJUNIOR	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo “Super Junior” para el proyecto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee

		#EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar al integrante de Super Junior "Leeteuk", en un plano entero. Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".
	<b>Me gusta</b>	11,1 mil
	<b>Retuits</b>	2782
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Según el cronograma, es el turno de Leeteuk de Super Junior en presentar una imagen promocional, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya. La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 40</b>		
<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SUPERJUNIOR	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo "Super Junior" para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden

	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". En la imagen se puede observar al integrante de Super Junior "Leeteuk", en un primer plano.
	<b>Me gusta</b>	10,9 mil
	<b>Retuits</b>	2662
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". Según el cronograma, es el turno de Leeteuk de Super Junior en presentar una imagen promocional, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 41</b>		
<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SUPERJUNIOR	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo "Super Junior" para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". En la imagen se puede observar al integrante de Super Junior "Shindong", en un plano entero.
	<b>Me gusta</b>	10,1 mil

	<b>Retuits</b>	2422
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Según el cronograma, es el turno de Shindong de Super Junior en presentar una imagen promocional, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya. La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 42</b>		
<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SUPERJUNIOR	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo "Super Junior" para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raider
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". En la imagen se puede observar al integrante de Super Junior "Shindong", en un plano medio corto.
	<b>Me gusta</b>	9968
	<b>Retuits</b>	2391
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". Según el cronograma, es el turno de Shindong de Super	

	Junior en presentar una imagen promocional, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.
--	--

**FICHA DE OBSERVACIÓN N° 43**

<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SUPERJUNIOR
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo “Super Junior” para el proyecto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” de la agencia SM Entertainment.

**REDES SOCIALES**

<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raideen
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”. En la imagen se puede observar al integrante de Super Junior “Siwon”, en un plano entero.
	<b>Me gusta</b>	15 mil
	<b>Retuits</b>	4532

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Según el cronograma, es el turno de Siwon de Super Junior en presentar una imagen promocional, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya. La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”.
-----------------------	---

**FICHA DE OBSERVACIÓN N° 44**

<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SUPERJUNIOR
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo “Super Junior” para el proyecto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” de la agencia SM Entertainment.

### REDES SOCIALES

<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar al integrante de Super Junior “Siwon”, en un plano medio corto. Corresponde a la promoción de la line-up del concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”.
	<b>Me gusta</b>	10,7 mil
	<b>Retuits</b>	2768
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”. Según el cronograma, es el turno de Siwon de Super Junior en presentar una imagen promocional, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 45

<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SUPERJUNIOR

<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo “Super Junior” para el proyecto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raideen
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar al integrante de Super Junior “Ryeowook”, en un plano medio corto. Corresponde a la promoción de la line-up del concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”.
	<b>Me gusta</b>	10 mil
	<b>Retuits</b>	2462
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Según el cronograma, es el turno de Ryeowook de Super Junior en presentar una imagen promocional, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya. La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 46</b>	
<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SUPERJUNIOR
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo “Super Junior” para el proyecto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” de la agencia SM Entertainment.
<b>REDES SOCIALES</b>	

<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raideen
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar al integrante de Super Junior "Ryeowook", en un plano medio corto. Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".
	<b>Me gusta</b>	10,2 mil
	<b>Retuits</b>	2432
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". Según el cronograma, es el turno de Ryeowook de Super Junior en presentar una imagen promocional, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 47</b>		
<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SUPERJUNIOR	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo "Super Junior" para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee

		#EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar al integrante de Super Junior "Yesung", en un plano entero. Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".
	<b>Me gusta</b>	15,3 mil
	<b>Retuits</b>	3698
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". Según el cronograma, es el turno de Yesung de Super Junior en presentar una imagen promocional, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 48</b>		
<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SUPERJUNIOR	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo "Super Junior" para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden

	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". En la imagen se puede observar al integrante de Super Junior "Yesung", en un plano medio.
	<b>Me gusta</b>	14,4 mil
	<b>Retuits</b>	3459
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Según el cronograma, es el turno de Yesung de Super Junior en presentar una imagen promocional, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya. La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 49</b>		
<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #GirlsGeneration-OH!GG	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser de la agrupación femenina "Girl Generation-OH!GG" para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". En la imagen se puede observar a la agrupación femenina Girl Generation-OH!GG, en un plano general.

	<b>Me gusta</b>	39,9 mil
	<b>Retuits</b>	15 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”. Según el cronograma, es el turno de Girls Generation-OH!GG, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 50</b>		
<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #GirlsGeneration-OH!GG	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser de la agrupación femenina “Girl Generation-OH!GG” para el proyecto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raider
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”. En la imagen se puede observar a la integrante “Yoona” de Girl Generation-OH!GG, en un plano entero.
	<b>Me gusta</b>	29,3 mil
	<b>Retuits</b>	8551

<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”. Según el cronograma, es el turno de Yoona de Girls Generation-OH!GG, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.
-----------------------	---

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 51</b>
-----------------------------------

<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #GirlsGeneration-OH!GG
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser de la agrupación femenina “Girl Generation-OH!GG” para el proyecto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” de la agencia SM Entertainment.

<b>REDES SOCIALES</b>
-----------------------

<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”. En la imagen se puede observar a la integrante “Yoona” de Girl Generation-OH!GG, en un plano medio.
	<b>Me gusta</b>	30,9 mil
	<b>Retuits</b>	9212

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Según el cronograma, es el turno de Yoona de Girls Generation-OH!GG, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya. La imagen del tuit corresponde a
-----------------------	--

	las imágenes teaser previas al concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”.
--	--

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 52</b>	
-----------------------------------	--

<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #GirlsGeneration-OH!GG
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser de la agrupación femenina “Girl Generation-OH!GG” para el proyecto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” de la agencia SM Entertainment.

<b>REDES SOCIALES</b>	
-----------------------	--

<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar a la integrante “Hyoyeon” de Girl Generation-OH!GG, en un plano medio corto. Corresponde a la promoción de la line-up del concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”.
	<b>Me gusta</b>	20,5 mil
	<b>Retuits</b>	5938

<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”. Según el cronograma, es el turno de Hyoyeon de Girls Generation-OH!GG, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.
-----------------------	---

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 53	
----------------------------	--

<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #GirlsGeneration-OH!GG
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser de la agrupación femenina “Girl Generation-OH!GG” para el proyecto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” de la agencia SM Entertainment.

REDES SOCIALES	
----------------	--

<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar a la integrante “Hyoyeon” de Girl Generation-OH!GG, en un plano entero. Corresponde a la promoción de la line-up del concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”.
	<b>Me gusta</b>	17,7 mil
	<b>Retuits</b>	5303

<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”. Según el cronograma, es el turno de Hyoyeon de Girls Generation-OH!GG, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.
-----------------------	---

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 54	
----------------------------	--

<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021
--------------	--------------------------

<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #GirlsGeneration-OH!GG	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser de la agrupación femenina “Girl Generation-OH!GG” para el proyecto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar a la integrante “Taeyeon” de Girl Generation-OH!GG, en un plano medio. Corresponde a la promoción de la line-up del concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”.
	<b>Me gusta</b>	24,9 mil
	<b>Retuits</b>	7367
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Según el cronograma, es el turno de Taeyeon de Girls Generation-OH!GG, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya. La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 55</b>	
<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #GirlsGeneration-OH!GG

<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser de la agrupación femenina "Girl Generation-OH!GG" para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". En la imagen se puede observar a la integrante "Taeyeon" de Girl Generation-OH!GG, en un plano americano.
	<b>Me gusta</b>	21,5 mil
	<b>Retuits</b>	6612
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". Según el cronograma, es el turno de Taeyeon de Girls Generation-OH!GG, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 56</b>	
<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #GirlsGeneration-OH!GG
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser de la agrupación femenina "Girl Generation-OH!GG" para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.

REDES SOCIALES		
TWITTER	Hashtag	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	Imagen	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". En la imagen se puede observar a la integrante "Sunny" de Girl Generation-OH!GG, en un plano entero.
	Me gusta	16,4 mil
	Retuits	4795
INTERPRETACIÓN	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". Según el cronograma, es el turno de Sunny de Girls Generation-OH!GG, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 57		
FECHA	15 de Diciembre del 2021	
TITULAR	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #GirlsGeneration-OH!GG	
DESCRIPCIÓN	Teaser de la agrupación femenina "Girl Generation-OH!GG" para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
REDES SOCIALES		
TWITTER	Hashtag	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN

		#SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raider
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". En la imagen se puede observar a la integrante "Sunny" de Girl Generation-OH!GG, en un plano americano.
	<b>Me gusta</b>	18,4 mil
	<b>Retuits</b>	5258
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Según el cronograma, es el turno de Sunny de Girls Generation-OH!GG, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya. La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 58</b>		
<b>FECHA</b>	15 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #GirlsGeneration-OH!GG	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser de la agrupación femenina "Girl Generation-OH!GG" para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127

		#NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". En la imagen se puede observar a la integrante "Yuri" de Girl Generation-OH!GG, en un plano medio corto.
	<b>Me gusta</b>	18,7 mil
	<b>Retuits</b>	5376
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". Según el cronograma, es el turno de Yuri de Girls Generation-OH!GG, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 59</b>		
<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #GirlsGeneration-OH!GG	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser de la agrupación femenina "Girl Generation-OH!GG" para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden

	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". En la imagen se puede observar a la integrante "Yuri" de Girl Generation-OH!GG, en un plano entero.
	<b>Me gusta</b>	19,5 mil
	<b>Retuits</b>	5294
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Según el cronograma, es el turno de Yuri de Girls Generation-OH!GG, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya. La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 60</b>		
<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #RedVelvet	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo femenino "Red Velvet" para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". En la imagen se puede observar a la integrante "Yeri" de Red Velvet, en un plano entero.

	<b>Me gusta</b>	20,8 mil
	<b>Retuits</b>	5318
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”. Según el cronograma, es el turno de Yeri de Red Velvet, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 61</b>		
<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #RedVelvet	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo femenino “Red Velvet” para el proyecto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raider
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”. En la imagen se puede observar a la integrante “Yeri” de Red Velvet, en un plano medio corto.
	<b>Me gusta</b>	16,8 mil
	<b>Retuits</b>	5307

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Según el cronograma, es el turno de Yeri de Red Velvet, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya. La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”.
-----------------------	--

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 62</b>
-----------------------------------

<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #RedVelvet
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo femenino “Red Velvet” para el proyecto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” de la agencia SM Entertainment.

<b>REDES SOCIALES</b>
-----------------------

<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raider
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”. En la imagen se puede observar a la integrante “Joy” de Red Velvet, en un plano general.
	<b>Me gusta</b>	17,4 mil
	<b>Retuits</b>	4830

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Según el cronograma, es el turno de Joy de Red Velvet, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya. La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”.
-----------------------	---

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 63		
<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #RedVelvet	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo femenino "Red Velvet" para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
REDES SOCIALES		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raider
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". En la imagen se puede observar a la integrante "Joy" de Red Velvet, en un plano medio.
	<b>Me gusta</b>	19,1 mil
	<b>Retuits</b>	5294
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". Según el cronograma, es el turno de Joy de Red Velvet, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 64	
<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #RedVelvet

<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo femenino “Red Velvet” para el proyecto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”. En la imagen se puede observar a la integrante “Wendy” de Red Velvet, en un plano entero.
	<b>Me gusta</b>	23,1 mil
	<b>Retuits</b>	6205
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”. Según el cronograma, es el turno de Wendy de Red Velvet, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 65</b>	
<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #RedVelvet
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo femenino “Red Velvet” para el proyecto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” de la agencia SM Entertainment.
<b>REDES SOCIALES</b>	

<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raider
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". En la imagen se puede observar a la integrante "Wendy" de Red Velvet, en un primer plano.
	<b>Me gusta</b>	21, 6 mil
	<b>Retuits</b>	6132
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Según el cronograma, es el turno de Wendy de Red Velvet, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya. La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 66</b>		
<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #RedVelvet	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo femenino "Red Velvet" para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127

		#NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar a la integrante "Seulgi" de Red Velvet, en un primer americano. Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".
	<b>Me gusta</b>	20,8 mil
	<b>Retuits</b>	6001
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". Según el cronograma, es el turno de Seulgi de Red Velvet, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 67</b>		
<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #RedVelvet	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo femenino "Red Velvet" para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar a la integrante "Seulgi" de Red Velvet, en un plano entero.

		Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".
	<b>Me gusta</b>	21,4 mil
	<b>Retuits</b>	5872
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". Según el cronograma, es el turno de Seulgi de Red Velvet, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 68		
<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #RedVelvet	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo femenino "Red Velvet" para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
REDES SOCIALES		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar a la integrante "Irene" de Red Velvet, en un plano medio. Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".
	<b>Me gusta</b>	20,7 mil

	<b>Retuits</b>	6199
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Según el cronograma, es el turno de Irene de Red Velvet, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya. La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".	

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 69

<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #RedVelvet
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo femenino "Red Velvet" para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.

### REDES SOCIALES

<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raider
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". En la imagen se puede observar a la integrante "Irene" de Red Velvet, en un plano medio.
	<b>Me gusta</b>	24,5 mil
	<b>Retuits</b>	6948
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". Según el cronograma, es el turno de Irene de Red Velvet,	

	siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.
--	--

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 70

<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #RedVelvet
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo femenino “Red Velvet” para el proyecto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” de la agencia SM Entertainment.

### REDES SOCIALES

<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raider
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”. En la imagen se puede observar al grupo femenino Red Velvet, en un plano general.
	<b>Me gusta</b>	34,1 mil
	<b>Retuits</b>	11,1 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Según el cronograma, es el turno de Red Velvet, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya. La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”.	

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 71

<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #EXO #Kai	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo #EXO #Kai para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". En la imagen se puede observar a #Kai de #EXO, en un plano americano.
	<b>Me gusta</b>	35,2 mil
	<b>Retuits</b>	10,4
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". Según el cronograma, es el turno de Kai de Exo, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 72</b>		
<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #EXO #Kai	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo #EXO #Kai para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	

REDES SOCIALES		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raider
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". En la imagen se puede observar a #Kai de #EXO, en un plano entero.
	<b>Me gusta</b>	25,2 mil
	<b>Retuits</b>	8190
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". Según el cronograma, es el turno de Kai de Exo, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 73		
<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #EXO #Kai	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo #EXO #Kai para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
REDES SOCIALES		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee

		#EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raider
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". En la imagen se puede observar a #Kai de #EXO, en un plano general.
	<b>Me gusta</b>	24,6 mil
	<b>Retuits</b>	8700
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Según el cronograma, es el turno de Kai de Exo, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya. La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 74</b>		
<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SHINee	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo masculino #SHINee para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raider
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".

		En la imagen se puede observar a Minho de "SHINee", en un plano entero.
	<b>Me gusta</b>	14,1 mil
	<b>Retuits</b>	3723
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". Según el cronograma, es el turno de Minho de SHINee, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 75		
<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SHINee	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo masculino #SHINee para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
REDES SOCIALES		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". En la imagen se puede observar a Minho de "SHINee", en un plano medio.
	<b>Me gusta</b>	15,4 mil

	<b>Retuits</b>	4102
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”. Según el cronograma, es el turno de Minho de SHINee, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 76</b>		
<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SHINee	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo masculino #SHINee para el proyecto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raider
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”. En la imagen se puede observar a Key de “SHINee”, en un plano medio.
	<b>Me gusta</b>	14,8 mil
	<b>Retuits</b>	4079
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”.	

	Según el cronograma, es el turno de Key de SHINee, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.
--	---

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 77</b>	
-----------------------------------	--

<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SHINee
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo masculino #SHINee para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.

<b>REDES SOCIALES</b>	
-----------------------	--

<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raideen
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar a Key de "SHINee", en un plano medio. Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".
	<b>Me gusta</b>	14,7 mil
	<b>Retuits</b>	4060

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Según el cronograma, es el turno de Key de SHINee, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya. La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".
-----------------------	---

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 78		
<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SHINee	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo masculino #SHINee para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
REDES SOCIALES		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar a Onew de "SHINee", en un plano entero. Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".
	<b>Me gusta</b>	15,5 mil
	<b>Retuits</b>	4241
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". Según el cronograma, es el turno de Onew de SHINee, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 79	
<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SHINee

<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo masculino #SHINee para el proyecto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”. En la imagen se puede observar a Onew de “SHINee”, en un plano entero.
	<b>Me gusta</b>	16,4 mil
	<b>Retuits</b>	4534
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Según el cronograma, es el turno de Onew de SHINee, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya. La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 80</b>	
<b>FECHA</b>	16 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #SHINee
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo masculino #SHINee para el proyecto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” de la agencia SM Entertainment.
<b>REDES SOCIALES</b>	

<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”. En la imagen se puede observar a la agrupación “SHINee”, en un plano entero.
	<b>Me gusta</b>	22,7 mil
	<b>Retuits</b>	7687
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”. Según el cronograma, es el turno de SHINee, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 81</b>		
<b>FECHA</b>	17 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	[STATION] aespa 에스파 “Dreams Come True” ⇨ 2021.12.20 6PM KST	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser de la integrante “Ningning” por el lanzamiento del tema “Dreams come true” interpretado por Aespa.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#NINGNING #닝닝#aespa #æspa #에스파 #DreamsComeTrue

	<b>Imagen</b>	Collage de imágenes promocionales de la artista Ningning. Corresponde a la promoción del lanzamiento del tema “Dreams come true” interpretado por Aespa.
	<b>Me gusta</b>	21,9 mil
	<b>Retuits</b>	5670
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser por el lanzamiento del tema “Dreams come true” interpretado por Aespa.	

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 82		
<b>FECHA</b>	17 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	[STATION] aespa 에스파 “Dreams Come True” ↔ 2021.12.20 6PM KST	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser de la integrante “Winter” por el lanzamiento del tema “Dreams come true” interpretado por Aespa.	
REDES SOCIALES		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#WINTER #윈터 #aespa #æspa #에스파 #DreamsComeTrue
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción del lanzamiento del tema “Dreams come true” interpretado por Aespa. Collage de imágenes promocionales de la artista Winter.
	<b>Me gusta</b>	22,8 mil
	<b>Retuits</b>	5569
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser por el lanzamiento del tema “Dreams come true” interpretado por	

	Aespa, por lo cual se infiere que la agencia de entretenimiento hace una previa campaña antes de lanzar un proyecto.
--	--

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 83

<b>FECHA</b>	17 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	[STATION] aespa 에스파 "Dreams Come True" ⇨ 2021.12.20 6PM KST
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser de la integrante "Giselle" por el lanzamiento del tema "Dreams come true" interpretado por Aespa.

### REDES SOCIALES

<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#GISELLE #지젤 #aespa #æspa #에스파 #DreamsComeTrue
	<b>Imagen</b>	Collage de imágenes promocionales de la artista Giselle. Corresponde a la promoción del lanzamiento del tema "Dreams come true" interpretado por Aespa.
	<b>Me gusta</b>	13,9 mil
	<b>Retuits</b>	4028
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser por el lanzamiento del tema "Dreams come true" interpretado por Aespa, por lo cual se infiere que la agencia de entretenimiento hace una previa campaña antes de lanzar un proyecto.	

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 84

<b>FECHA</b>	17 de Diciembre del 2021
--------------	--------------------------

<b>TITULAR</b>	[STATION] aespa 에스파 "Dreams Come True" ⇒ 2021.12.20 6PM KST	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser de la integrante "Karina" por el lanzamiento del tema "Dreams come true" interpretado por Aespa.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#KARINA #카리나  #aespa #æspa #에스파 #DreamsComeTrue
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción del lanzamiento del tema "Dreams come true" interpretado por Aespa. Collage de imágenes promocionales de la artista Karina.
	<b>Me gusta</b>	15,3 mil
	<b>Retuits</b>	3728
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser por el lanzamiento del tema "Dreams come true" interpretado por Aespa, por lo cual se infiere que la agencia de entretenimiento hace una previa campaña antes de lanzar un proyecto.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 85</b>		
<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Daytime Pass	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo masculino #NCT para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS

		#2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". En la imagen se puede observar a todos los integrantes "NCT", en un plano general.
	<b>Me gusta</b>	50,8 mil
	<b>Retuits</b>	23 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". Según el cronograma, es el turno de NCT, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 86</b>		
<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Daytime Pass	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo masculino #NCT para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127

		#NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". En la imagen se puede observar a dos imágenes Renjun de "NCT", en un primer plano y plano medio respectivamente.
	<b>Me gusta</b>	48,9 mil
	<b>Retuits</b>	19,3 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Según el cronograma, es el turno de Renjun de NCT, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya. La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 87</b>		
<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Daytime Pass	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo masculino #NCT para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden

	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". En la imagen se puede observar a dos imágenes Sungchan de "NCT", en un plano americano y plano medio respectivamente.
	<b>Me gusta</b>	31,2 mil
	<b>Retuits</b>	9617
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". Según el cronograma, es el turno de Sungchan de NCT, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 88</b>		
<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Daytime Pass	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo masculino #NCT para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". En la imagen se puede observar a dos

		imágenes Yangyang de “NCT”, en un plano entero y plano medio respectivamente.
	<b>Me gusta</b>	82,4 mil
	<b>Retuits</b>	10,6
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”. Según el cronograma, es el turno de Yangyang de NCT, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 89</b>		
<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Daytime Pass	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo masculino #NCT para el proyecto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”. En la imagen se puede observar a dos imágenes Jaemin de “NCT”, ambas en plano medio.

	<b>Me gusta</b>	59,3 mil
	<b>Retuits</b>	21,2 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”. Según el cronograma, es el turno de Jaemin de NCT, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 90</b>		
<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Daytime Pass	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo masculino #NCT para el proyecto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raider
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”. En la imagen se puede observar a dos imágenes Xiaojun “NCT”, en plano medio y entero respectivamente.
	<b>Me gusta</b>	31,3 mil
	<b>Retuits</b>	9820

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Según el cronograma, es el turno de Xiaojun de NCT, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya. La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”.
-----------------------	--

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 91</b>
-----------------------------------

<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Daytime Pass
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo masculino #NCT para el proyecto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” de la agencia SM Entertainment.

<b>REDES SOCIALES</b>
-----------------------

<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raidern
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”. En la imagen se puede observar a dos imágenes Ten “NCT”, en plano medio y primer plano respectivamente.
	<b>Me gusta</b>	41,6 mil
	<b>Retuits</b>	15,5 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Según el cronograma, es el turno de Ten de NCT, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya. La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”.	

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 92		
<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Daytime Pass	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo masculino #NCT para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
REDES SOCIALES		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". En la imagen se puede observar a dos imágenes Jisung "NCT", en plano entero y medio corto respectivamente.
	<b>Me gusta</b>	36,8 mil
	<b>Retuits</b>	11,9 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". Según el cronograma, es el turno de Jisung de NCT, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 93	
<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021

<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Daytime Pass	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo masculino #NCT para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar a dos imágenes Hendery "NCT", en plano entero y medio corto respectivamente. Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".
	<b>Me gusta</b>	36,8 mil
	<b>Retuits</b>	9286
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". Según el cronograma, es el turno de Hendery de NCT, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 94</b>	
<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Daytime Pass

<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo masculino #NCT para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar a dos imágenes Chenle "NCT", en un primer plano y americano respectivamente. Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".
	<b>Me gusta</b>	29,5 mil
	<b>Retuits</b>	8920
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". Según el cronograma, es el turno de Chenle de NCT, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 95</b>	
<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Daytime Pass
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo masculino #NCT para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.

<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". En la imagen se puede observar a dos imágenes Winwin "NCT", en un plano medio corto y plano medio respectivamente.
	<b>Me gusta</b>	64,3 mil
	<b>Retuits</b>	17,6 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". Según el cronograma, es el turno de Winwin de NCT, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 96</b>		
<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Daytime Pass	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo masculino #NCT para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN

		#SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raizen
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". En la imagen se puede observar a dos imágenes Shotaro "NCT", en un plano medio y plano entero respectivamente.
	<b>Me gusta</b>	27,5 mil
	<b>Retuits</b>	1769
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Según el cronograma, es el turno de Shotaro de NCT, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya. La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 97</b>		
<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Daytime Pass	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo masculino #NCT para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127

		#NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". En la imagen se puede observar a dos imágenes Kun "NCT", en un plano medio y plano americano respectivamente.
	<b>Me gusta</b>	27,4 mil
	<b>Retuits</b>	8008
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". Según el cronograma, es el turno de Kun de NCT, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 98</b>		
<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Nighttime Pass	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo masculino #NCT para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".

		En la imagen se puede observar al grupo masculino NCT”, en un plano general.
	<b>Me gusta</b>	37 mil
	<b>Retuits</b>	13,8 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”. Según el cronograma, es el turno del grupo masculino NCT, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 99</b>		
<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Nighttime Pass	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo masculino #NCT para el proyecto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar a dos imágenes de Jaehyun de “NCT”, en un primer primerísimo plano y plano medio respectivamente. Corresponde a la promoción de la line-up del concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”.

	<b>Me gusta</b>	44,2 mil
	<b>Retuits</b>	14,3 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”. Según el cronograma, es el turno de Jaehyun de NCT, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 100</b>		
<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Nighttime Pass	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo masculino #NCT para el proyecto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar a dos imágenes de Taeil de “NCT”, en un plano medio corto y un plano entero respectivamente. respectivamente. Corresponde a la promoción de la line-up del concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”.
	<b>Me gusta</b>	28,6 mil
	<b>Retuits</b>	8312

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Según el cronograma, es el turno de Taeil de NCT, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya. La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”.
-----------------------	--

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 101</b>
------------------------------------

<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Nighttime Pass
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo masculino #NCT para el proyecto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” de la agencia SM Entertainment.

<b>REDES SOCIALES</b>
-----------------------

<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raider
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar a dos imágenes de Taeyeong de “NCT”, en un primer plano y plano medio respectivamente. respectivamente. Corresponde a la promoción de la line-up del concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”.
	<b>Me gusta</b>	36,2 mil
	<b>Retuits</b>	11,2 mil

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Según el cronograma, es el turno de Taeyeong de NCT, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya. La imagen del tuit corresponde a las imágenes
-----------------------	---

	teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".
--	---

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 102</b>	
------------------------------------	--

<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Nighttime Pass
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo masculino #NCT para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.

<b>REDES SOCIALES</b>	
-----------------------	--

<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raidern
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar a dos imágenes de Yuta de "NCT", en plano medio ambas imágenes. Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".
	<b>Me gusta</b>	30,8 mil
	<b>Retuits</b>	9023

<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". Según el cronograma, es el turno de Yuta de NCT, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.
-----------------------	---

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 107		
<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Nighttime Pass	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo masculino #NCT para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
REDES SOCIALES		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar a dos imágenes de Jungwoo de "NCT", en plano medio y plano entero respectivamente. Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".
	<b>Me gusta</b>	29,6 mil
	<b>Retuits</b>	8839
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Según el cronograma, es el turno de Jungwoo de NCT, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya. La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".	

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 108	
<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021

<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Nighttime Pass	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo masculino #NCT para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". En la imagen se puede observar a dos imágenes de Doyoung de "NCT", en plano medio y plano entero respectivamente.
	<b>Me gusta</b>	29,1 mil
	<b>Retuits</b>	9396
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Según el cronograma, es el turno de Doyoung de NCT, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya. La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 109</b>	
<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Nighttime Pass

<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo masculino #NCT para el proyecto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar a dos imágenes de Johnny de “NCT”, en un plano medio y plano entero respectivamente. Corresponde a la promoción de la line-up del concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”.
	<b>Me gusta</b>	29,1 mil
	<b>Retuits</b>	9396
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Según el cronograma, es el turno de Johnny de NCT, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya. La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 110</b>	
<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Nighttime Pass
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo masculino #NCT para el proyecto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” de la agencia SM Entertainment.

<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar a dos imágenes de Johnny de "NCT", en un plano medio y plano entero respectivamente. Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".
	<b>Me gusta</b>	26,9 mil
	<b>Retuits</b>	2759
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Según el cronograma, es el turno de Johnny de NCT, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya. La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 111</b>		
<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Nighttime Pass	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo masculino #NCT para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN

		#SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raideen
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". En la imagen se puede observar a dos imágenes de Mark de "NCT", en un plano medio y primer plano respectivamente.
	<b>Me gusta</b>	34,3 mil
	<b>Retuits</b>	10,4 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Según el cronograma, es el turno de Mark de NCT, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya. La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".	

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 112		
<b>FECHA</b>	18 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #NCT - Nighttime Pass	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser del grupo masculino #NCT para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
REDES SOCIALES		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127

		#NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". En la imagen se puede observar a dos imágenes de Haechan de "NCT", en un plano medio y plano entero respectivamente.
	<b>Me gusta</b>	35,9 mil
	<b>Retuits</b>	11,3 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". Según el cronograma, es el turno de Haechan de NCT, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 113</b>		
<b>FECHA</b>	19 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #aespa	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser de la agrupación femenina #Aespa para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden

	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". En la imagen se puede observar a todos los integrantes "Aespa", en un plano general.
	<b>Me gusta</b>	26,3 mil
	<b>Retuits</b>	8285
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Según el cronograma, es el turno de Aespa, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya. La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 114</b>		
<b>FECHA</b>	19 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #aespa	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser de la agrupación femenina #Aespa para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raider
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". En la imagen se puede observar a dos imágenes de Karina de "Aespa", en un plano medio y medio corto respectivamente.

	<b>Me gusta</b>	19,5 mil
	<b>Retuits</b>	4646
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”. Según el cronograma, es el turno de Karina de Aespa, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 115</b>		
<b>FECHA</b>	19 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #aespa	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser de la agrupación femenina #Aespa para el proyecto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raider
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”. En la imagen se puede observar a dos imágenes de Ningning de “Aespa”, en un plano medio y plano entero respectivamente.
	<b>Me gusta</b>	15,8 mil
	<b>Retuits</b>	3667

<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”. Según el cronograma, es el turno de Ningning de Aespa, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.
-----------------------	---

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 116</b>
------------------------------------

<b>FECHA</b>	19 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #aespa
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser de la agrupación femenina #Aespa para el proyecto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS” de la agencia SM Entertainment.

<b>REDES SOCIALES</b>
-----------------------

<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raidern
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”. En la imagen se puede observar a dos imágenes de Winter de “Aespa”, en un plano entero y primer plano respectivamente.
	<b>Me gusta</b>	24,7 mil
	<b>Retuits</b>	5424

<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto “SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS”. Según el cronograma, es el turno de Winter de Aespa,
-----------------------	--

	siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.
--	--

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 117</b>	
------------------------------------	--

<b>FECHA</b>	19 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #GINJO #IMLAY #Raiden
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser de los Dj's para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.

<b>REDES SOCIALES</b>	
-----------------------	--

<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar a los Dj's GINJO, IMLAY y Raiden, en un plano general. Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".
	<b>Me gusta</b>	9587
	<b>Retuits</b>	2119

<b>INTERPRETACIÓN</b>	Según el cronograma, es el turno de los Dj's GINJO, IMLAY y Raiden, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya. La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".
-----------------------	--

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 118		
<b>FECHA</b>	19 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #GINJO	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser de los Dj's para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
REDES SOCIALES		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raider
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar al Dj GINJO, ambas imágenes en plano general. Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".
	<b>Me gusta</b>	7708
	<b>Retuits</b>	1182
<b>INTERPRETACIÓN</b>	Según el cronograma, es el turno del Dj GINJO, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya. La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".	

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 119	
<b>FECHA</b>	19 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #IMLAY

<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser de los Dj's para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raiden
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar al Dj IMLAY, en plano general y primer plano. Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS".
	<b>Me gusta</b>	9150
	<b>Retuits</b>	1284
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". Según el cronograma, es el turno del Dj IMLAY, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 120</b>		
<b>FECHA</b>	19 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS #Raiden	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teaser de los Dj's para el proyecto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS" de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN

		#SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA #KANGTA #BoA #TVXQ #SUPERJUNIOR #GirlsGeneration #SHINee #EXO #RedVelvet #NCT #NCT127 #NCTDREAM #WayV #aespa #GINJO #IMLAY #Raider
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción de la line-up del concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". En la imagen se puede observar al Dj Raider, en plano americano y plano general.
	<b>Me gusta</b>	11,5 mil
	<b>Retuits</b>	1998
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes teaser previas al concierto "SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS". Según el cronograma, es el turno del Dj Raider, siguiendo el concepto de viaje en tren con destino en Kwangya.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 121</b>		
<b>FECHA</b>	19 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	[STATION] aespa 에스파 Dreams Come True - 2021.12.20 6PM KST	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Imágenes previas de la agrupación femenina #Aespa para el de la canción "Dreams come true" de la agencia SM Entertainment.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#aespa #æspa #에스파 #DreamsComeTrue
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción del lanzamiento del tema "Dreams come true" interpretado por Aespa. Collage de imágenes promocionales de la agrupación femenina.

	<b>Me gusta</b>	19 mil
	<b>Retuits</b>	3415
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde a las imágenes promocionales por el lanzamiento de la canción “Dreams come true” interpretado por Aespa.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 122</b>		
<b>FECHA</b>	21 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	Pink Christmas Wishes from KWANGYA Wishing You a Pink Christmas from KWANGYA	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Imagen de un fragmento del video navideño “Pink Christmas from KWAGYA”	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#Pink_Christmas_Wishes_from_KWANGYA #SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU #KWANGYA
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción del video navideño por parte de los artistas de SM Entertainment. En la imagen se puede observar a la cantante Taeyeon de Girls Generation.
	<b>Me gusta</b>	86,7 mil
	<b>Retuits</b>	26,9 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde al video navideño protagonizado por los artistas de SM Entertainment, tal video es previo al concierto de fin de año “SMCU : EXPRESS”.	

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 123		
<b>FECHA</b>	23 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	¡Concierto gratuito en línea 'SMTOWN LIVE 2022: SMCU EXPRESS@KWANGYA' que se llevará a cabo el 2022.01.01 1PM KST!	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	¡Se presentarán varios escenarios de colaboración de artistas de SM! En vivo en SMTOWN YouTube / Beyond LIVE / TikTok / Twitter / Instagram / Facebook / Twitch	
REDES SOCIALES		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN_LIVE #SMCU_EXPRESS
	<b>Imagen</b>	Corresponde a la promoción del video navideño por parte de los artistas de SM Entertainment. En la imagen se puede observar a la cantante Taeyeon de Girls Generation.
	<b>Me gusta</b>	86,7 mil
	<b>Retuits</b>	26,9 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit corresponde al video navideño protagonizado por los artistas de SM Entertainment, tal video es previo al concierto de fin de año "SMCU : EXPRESS".	

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 124		
<b>FECHA</b>	23 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	¡Concierto gratuito en línea "SMTOWN LIVE 2022: SMCU EXPRESS@KWANGYA" que se llevará a cabo el 2022.01.01 1PM KST!	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	¡Se presentarán varios escenarios de colaboración de artistas de SM! En vivo en SMTOWN YouTube / Beyond LIVE / TikTok / Twitter / Instagram / Facebook / Twitch	

REDES SOCIALES		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN_LIVE #SMCU_EXPRESS
	<b>Imagen</b>	La imagen corresponde a la promoción del concierto online gratuito “SMTOWN LIVE 2022: SMCU EXPRESS@KWANGYA”, el material visual está compuesto por textos que explican el horario y los medios por donde se podrá disfrutar del concierto.
	<b>Me gusta</b>	37,3 mil
	<b>Retuits</b>	15,9 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit es lanzada a fin de promocionar el concierto virtual, así también, informar a los seguidores sobre los artistas que se presentarán, los medios de difusión del concierto y el horario.	

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 125		
<b>FECHA</b>	23 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	2021 Winter SMTOWN : SMCU EXPRESS - #NCT - Nighttime Pass Ver. Detalles	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Lanzamiento del álbum “2021 Winter SMTOWN: SMCU EXPRESS” - 2021.12.27 6PM KST “SMTOWN LIVE 2022: SMCU EXPRESS@KWANGYA” Concierto gratuito en línea - 2022.01.01 1PM KST	
REDES SOCIALES		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN_LIVE #SMCU_EXPRESS
	<b>Imagen</b>	La imagen corresponde a las previsualizaciones del álbum a lanzar, en este caso se muestran algunas imágenes del cover, booklet, folder poster, cd y postcard, postcard, passcard y el póster, todo relacionado a NCT.

	<b>Me gusta</b>	43,1 mil
	<b>Retuits</b>	15,6 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit se visualiza en las imágenes previas antes del lanzamiento del álbum versión NCT, esto a fin de promocionar el álbum “2021 Winter SMTOWN : SMCU EXPRESS”.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 126</b>		
<b>FECHA</b>	23 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	2021 Winter SMTOWN : SMCU EXPRESS - #SMTOWN Ver. Detalles	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Lanzamiento del álbum “2021 Winter SMTOWN: SMCU EXPRESS” - 2021.12.27 6PM KST “SMTOWN LIVE 2022: SMCU EXPRESS@KWANGYA” Concierto gratuito en línea - 2022.01.01 1PM KST	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN_LIVE #SMCU_EXPRESS
	<b>Imagen</b>	La imagen corresponde a las previsualizaciones del álbum a lanzar, en este caso se muestran algunas imágenes del cover, booklet, folder poster, cd y postcard, postcard, passcard y el póster, relacionado con todos los artistas de SM Entertainment.
	<b>Me gusta</b>	20,3 mil
	<b>Retuits</b>	8881
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit se visualiza en las imágenes previas antes del lanzamiento del álbum versión SMTOWN (todos los artistas de la agencia), esto a fin de promocionar el álbum “2021 Winter SMTOWN : SMCU EXPRESS”.	

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 127		
<b>FECHA</b>	23 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	2021 Winter SMTOWN : SMCU EXPRESS - #aespa Ver. Detalles	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Lanzamiento del álbum "2021 Winter SMTOWN: SMCU EXPRESS" - 2021.12.27 6PM KST "SMTOWN LIVE 2022: SMCU EXPRESS@KWANGYA" Concierto gratuito en línea - 2022.01.01 1PM KST	
REDES SOCIALES		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN_LIVE #SMCU_EXPRESS
	<b>Imagen</b>	La imagen corresponde a las previsualizaciones del álbum a lanzar, en este caso se muestran algunas imágenes del cover, booklet, folder poster, cd y postcard, postcard, passcard y el póster, relacionado con la agrupación de chicas Aespa.
	<b>Me gusta</b>	26,9 mil
	<b>Retuits</b>	7788
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit se visualiza en las imágenes previas antes del lanzamiento del álbum versión Aespa, esto a fin de promocionar el álbum "2021 Winter SMTOWN : SMCU EXPRESS".	

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 128	
<b>FECHA</b>	23 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	2021 Winter SMTOWN : SMCU EXPRESS - #KAI de #EXO Ver. Detalles
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Lanzamiento del álbum "2021 Winter SMTOWN: SMCU EXPRESS" - 2021.12.27 6PM KST

	"SMTOWN LIVE 2022: SMCU EXPRESS@KWANGYA" Concierto gratuito en línea - 2022.01.01 1PM KST	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN_LIVE #SMCU_EXPRESS
	<b>Imagen</b>	La imagen corresponde a las previsualizaciones del álbum a lanzar, en este caso se muestran algunas imágenes del cover, booklet, folder poster, cd y postcard, postcard, passcard y el póster, relacionado con Kai de EXO.
	<b>Me gusta</b>	25,9 mil
	<b>Retuits</b>	9322
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit se visualiza en las imágenes previas antes del lanzamiento del álbum versión Kai de EXO, esto a fin de promocionar el álbum "2021 Winter SMTOWN : SMCU EXPRESS".	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 129</b>		
<b>FECHA</b>	23 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	2021 Winter SMTOWN : SMCU EXPRESS - #ONEW, #KEY, #MINHO of #SHINee Ver. Album Details	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Lanzamiento del álbum "2021 Winter SMTOWN: SMCU EXPRESS" - 2021.12.27 6PM KST "SMTOWN LIVE 2022: SMCU EXPRESS@KWANGYA" Concierto gratuito en línea - 2022.01.01 1PM KST	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN_LIVE #SMCU_EXPRESS

	<b>Imagen</b>	La imagen corresponde a las previsualizaciones del álbum a lanzar, en este caso se muestran algunas imágenes del cover, booklet, folder poster, cd y postcard, postcard, passcard y el póster, relacionado con Onew, Key, Minho de SHINee.
	<b>Me gusta</b>	12,7 mil
	<b>Retuits</b>	3777
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit se visualiza en las imágenes previas antes del lanzamiento del álbum versión Onew, Key, Minho de SHINee, esto a fin de promocionar el álbum "2021 Winter SMTOWN : SMCU EXPRESS".	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 130</b>		
<b>FECHA</b>	23 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	¡Girls Generation SUNNY, NCT JUNGWOO, RENJUN colaborarán para el álbum "2021 Winter SMTOWN: SMCU EXPRESS"!	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	¡Para cantar juntos la pista del lado B de R&B pop "Goodbye"! Lanzamiento del álbum - 2021.12.27 6PM KST	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN_LIVE #SMCU_EXPRESS
	<b>Imagen</b>	Se muestran unos gráficos compuestos por líneas de colores (similar a un mapa) que dan pistas sobre las próximas colaboraciones entre los artistas para el "SMCU EXPRESS", en este caso es la colaboración entre Sunny, Jungwoo y Renjun.
	<b>Me gusta</b>	19,5 mil

	<b>Retuits</b>	5924
<b>INTERPRETACIÓN</b>	En la imagen del tuit se visualiza los gráficos compuestos por líneas referente a los artistas y colaboraciones entre ellos para el concierto online gratuito "SMCU EXPRESS".	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 131</b>		
<b>FECHA</b>	24 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	¡Feliz navidad! de #SHOTARO & #JAEMIN de #NCT	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Álbum 2021.12.27 6PM KST Concierto gratuito en línea - 2022.01.01 1PM KST En vivo en SMTOWN YouTube / Beyond LIVE / TikTok / Twitter / Instagram / Facebook / Twitch	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN_LIVE #SMCU_EXPRESS #NCTDREAM
	<b>Imagen</b>	En la imagen se visualiza a Shotaro y Jaemin situados en un ambiente navideño, en un plano entero y americano respectivamente.
	<b>Me gusta</b>	93,5 mil
	<b>Retuits</b>	31,9 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit se visualiza a los artistas de NCT, Shotaro y Jaemin, esta fotografía es lanzada para saludar a los fans por navidad y reforzar la promoción del próximo concierto.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 132</b>	
<b>FECHA</b>	24 de Diciembre del 2021

<b>TITULAR</b>	¡Feliz navidad! de #CHENLE & #TAEYEON de #NCT	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Álbum 2021.12.27 6PM KST Concierto gratuito en línea - 2022.01.01 1PM KST En vivo en SMTOWN YouTube / Beyond LIVE / TikTok / Twitter / Instagram / Facebook / Twitch	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN_LIVE #SMCU_EXPRESS #NCT127 #NCTDREAM
	<b>Imagen</b>	En la imagen se visualiza a Chenle y Taeyong situados en un ambiente navideño, en un plano entero y americano respectivamente.
	<b>Me gusta</b>	87,8 mil
	<b>Retuits</b>	21,9 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit se visualiza a los artistas de NCT, Chenle y Taeyong, esta fotografía es lanzada para saludar a los fans por navidad y reforzar la promoción del próximo concierto.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 133</b>		
<b>FECHA</b>	24 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	¡Feliz navidad! de #JISUNG & #JUNGWOO de #NCT	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Álbum 2021.12.27 6PM KST Concierto gratuito en línea - 2022.01.01 1PM KST En vivo en SMTOWN YouTube / Beyond LIVE / TikTok / Twitter / Instagram / Facebook / Twitch	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN_LIVE #SMCU_EXPRESS #NCT127 #NCTDREAM

	<b>Imagen</b>	En la imagen se visualiza a Jisung y Jungwoo situados en un ambiente navideño, en un plano entero y americano respectivamente.
	<b>Me gusta</b>	93,6 mil
	<b>Retuits</b>	31,8 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit se visualiza a los artistas de NCT, Jisung y Jungwoo, esta fotografía es lanzada para saludar a los fans por navidad y reforzar la promoción del próximo concierto.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 134</b>		
<b>FECHA</b>	24 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	¡Feliz navidad! de #MARK & #YUTA de #NCT	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Álbum 2021.12.27 6PM KST Concierto gratuito en línea - 2022.01.01 1PM KST En vivo en SMTOWN YouTube / Beyond LIVE / TikTok / Twitter / Instagram / Facebook / Twitch	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN_LIVE #SMCU_EXPRESS #NCT127 #NCTDREAM
	<b>Imagen</b>	En la imagen se visualiza a Mark y Yuta situados en un ambiente navideño, en un plano entero y americano respectivamente.
	<b>Me gusta</b>	100,7 mil
	<b>Retuits</b>	32 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit se visualiza a los artistas de NCT, Mark y Yuta, esta fotografía es lanzada para saludar a los fans por navidad y reforzar la promoción del próximo concierto.	

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 135		
<b>FECHA</b>	24 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	¡Feliz navidad! de #DOYOUNG & #RENJUN de #NCT	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<p>Álbum 2021.12.27 6PM KST</p> <p>Concierto gratuito en línea - 2022.01.01 1PM KST</p> <p>En vivo en SMTOWN YouTube / Beyond LIVE / TikTok / Twitter / Instagram / Facebook / Twitch</p>	
REDES SOCIALES		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN_LIVE #SMCU_EXPRESS #NCT127 #NCTDREAM
	<b>Imagen</b>	En la imagen se visualiza a Doyoung y Renjun situados en un ambiente navideño, en un plano entero y americano respectivamente.
	<b>Me gusta</b>	96,6 mil
	<b>Retuits</b>	35,6 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit se visualiza a los artistas de NCT, Doyoung y Renjun, esta fotografía es lanzada para saludar a los fans por navidad y reforzar la promoción del próximo concierto.	

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 136	
<b>FECHA</b>	24 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	¡Feliz navidad! de #GISELLE & #NINGNING de #Aespa
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<p>Álbum 2021.12.27 6PM KST</p> <p>Concierto gratuito en línea - 2022.01.01 1PM KST</p> <p>En vivo en SMTOWN YouTube / Beyond LIVE / TikTok / Twitter / Instagram / Facebook / Twitch</p>
REDES SOCIALES	

<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN_LIVE #SMCU_EXPRESS #NCT127 #NCTDREAM
	<b>Imagen</b>	En la imagen se visualiza a Giselle y Ningning situadas en un ambiente navideño, en un plano entero y americano respectivamente.
	<b>Me gusta</b>	51,9 mil
	<b>Retuits</b>	14,7 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit se visualiza a los artistas de NCT, Giselle y Ningning, esta fotografía es lanzada para saludar a los fans por navidad y reforzar la promoción del próximo concierto.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 137</b>		
<b>FECHA</b>	24 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	¡Feliz navidad! de #HENDERY & #YANGYANG de #WayV	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Álbum 2021.12.27 6PM KST Concierto gratuito en línea - 2022.01.01 1PM KST En vivo en SMTOWN YouTube / Beyond LIVE / TikTok / Twitter / Instagram / Facebook / Twitch	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN_LIVE #SMCU_EXPRESS #NCT127 #NCTDREAM
	<b>Imagen</b>	En la imagen se visualiza a Hendery y Yangyang situadas en un ambiente navideño, en un plano entero y americano respectivamente.
	<b>Me gusta</b>	68,5 mil
	<b>Retuits</b>	21,2 mil

<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit se visualiza a los artistas de NCT, Hendery y Yangyang, esta fotografía es lanzada para saludar a los fans por navidad y reforzar la promoción del próximo concierto.
-----------------------	--

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 138

<b>FECHA</b>	24 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	¡Feliz navidad! de #XIAOJUN & #KUN de #WayV
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<p>Álbum 2021.12.27 6PM KST</p> <p>Concierto gratuito en línea - 2022.01.01 1PM KST</p> <p>En vivo en SMTOWN YouTube / Beyond LIVE / TikTok / Twitter / Instagram / Facebook / Twitch</p>

### REDES SOCIALES

<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN_LIVE #SMCU_EXPRESS #NCT127 #NCTDREAM
	<b>Imagen</b>	En la imagen se visualiza a Xiajun y Kun situadas en un ambiente navideño, en un plano entero y americano respectivamente.
	<b>Me gusta</b>	70,6 mil
	<b>Retuits</b>	21,3 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit se visualiza a los artistas de NCT, Xiajun y Kun, esta fotografía es lanzada para saludar a los fans por navidad y reforzar la promoción del próximo concierto.	

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 139

<b>FECHA</b>	24 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	¡Feliz navidad! de #IRENE, #SEULGI & #WENDY

<b>DESCRIPCIÓN</b>	Álbum 2021.12.27 6PM KST Concierto gratuito en línea - 2022.01.01 1PM KST En vivo en SMTOWN YouTube / Beyond LIVE / TikTok / Twitter / Instagram / Facebook / Twitch	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN_LIVE #SMCU_EXPRESS #NCT127 #NCTDREAM
	<b>Imagen</b>	En la imagen se visualiza a Irene, Seukgi y Wendy situadas en un ambiente navideño, en un plano entero y americano respectivamente.
	<b>Me gusta</b>	57 mil
	<b>Retuits</b>	18,8 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit se visualiza a los artistas de NCT, Irene, Seukgi y Wendy, esta fotografía es lanzada para saludar a los fans por navidad y reforzar la promoción del próximo concierto.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 140</b>		
<b>FECHA</b>	24 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	¡Feliz navidad! de #KAI de #EXO	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Álbum 2021.12.27 6PM KST Concierto gratuito en línea - 2022.01.01 1PM KST En vivo en SMTOWN YouTube / Beyond LIVE / TikTok / Twitter / Instagram / Facebook / Twitch	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN_LIVE #SMCU_EXPRESS #NCT127 #NCTDREAM
	<b>Imagen</b>	En la imagen se visualiza a Kai de EXO en un ambiente navideño, en un plano entero y americano respectivamente.

	<b>Me gusta</b>	70,1 mil
	<b>Retuits</b>	25,5 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit se visualiza al artista Kai de EXO, esta fotografía es lanzada para saludar a los fans por navidad y reforzar la promoción del próximo concierto.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 141</b>		
<b>FECHA</b>	24 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	¡Feliz navidad! de #KANGTA	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Álbum 2021.12.27 6PM KST Concierto gratuito en línea - 2022.01.01 1PM KST En vivo en SMTOWN YouTube / Beyond LIVE / TikTok / Twitter / Instagram / Facebook / Twitch	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN_LIVE #SMCU_EXPRESS #NCT127 #NCTDREAM
	<b>Imagen</b>	En la imagen se visualiza a Kangta en un ambiente navideño, en un plano entero y americano respectivamente.
	<b>Me gusta</b>	70,1 mil
	<b>Retuits</b>	25,5 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit se visualiza al artista Kangta, esta fotografía es lanzada para saludar a los fans por navidad y reforzar la promoción del próximo concierto.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 142</b>
------------------------------------

<b>FECHA</b>	25 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	SMTOWN 2022 : SMCU EXPRESS	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Lanzamiento del álbum - 2021.12.27 6PM KST Concierto gratuito en línea - 2022.01.01 1PM KST En vivo en SMTOWN YouTube / Beyond LIVE / TikTok / Twitter / Instagram / Facebook / Twitch ¡Sintonízalo en vivo en todas las cuentas de redes sociales de SMTOWN!	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN_LIVE #SMCU_EXPRESS
	<b>Imagen</b>	En la imagen se visualiza al universo propio de SM Entertainment donde habitan todos los artistas de la agencia, este espacio es llamado "KWANGYA".
	<b>Me gusta</b>	171 mil
	<b>Retuits</b>	70,9 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit se puede observar el "KWANGYA", esta imagen es lanzada a favor de intensificar la promoción del próximo álbum a lanzar y el concierto online..	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 143</b>		
<b>FECHA</b>	26 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	¡#NCT ha llegado @KWANGYA STATION! #태일#하찬#재민 #쇼타로	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Lanzamiento del álbum - 2021.12.27 6PM KST Concierto gratuito en línea - 2022.01.01 1PM KST En vivo en SMTOWN YouTube / Beyond LIVE / TikTok / Twitter / Instagram / Facebook / Twitch	

	¡Sintonízalo en vivo en todas las cuentas de redes sociales de SMTOWN!	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN_LIVE #SMCU_EXPRESS #SMTOWN2022 #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMCU #KWANGYA#NCT127 #NCTDREAM
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar a Jaemin, Haechan, Shotaro y Taeil en la estación Kwagya, todos los integrantes se encuentran en plano medio.
	<b>Me gusta</b>	67 mil
	<b>Retuits</b>	21,1 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit es referente a la estación Kwangya a fin de promocionar los próximos lanzamientos, en donde participan los integrantes de NCT Jaemin, Haechan, Shotaro y Taeil.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 144</b>		
<b>FECHA</b>	26 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	¡La Pink Blood de #NCT #태용#정우#천리#지성 está corriendo! Pink Blood Quiz Show SMTOWN LIVE 2022	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Los integrantes de NCT, Chenle, Jisung, Taeyong y Jungwoo en el segmento Pink Blood Quiz Show del SMTOWN LIVE 2022.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN_LIVE #SMCU_EXPRESS #SMTOWN2022 #2021_WINTER_SMTOWN

		#SMTOWN #SMCU #KWANGYA #PinkBlood #PinkBlood_QuizShow #NCT127 #NCTDREAM
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar a Chenle, Jisung, Taeyong y Jungwoo, todos los integrantes se encuentran en plano entero.
	<b>Me gusta</b>	56,7 mil
	<b>Retuits</b>	17,1 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit es referente al segmento de preguntas y respuestas de Pink Blood Quiz Show del SMTOWN LIVE 2022 para el cual participaron Chenle, Jisung, Taeyong y Jungwoo.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 145</b>		
<b>FECHA</b>	26 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	¡El álbum “2021 Winter SMTOWN: SMCU EXPRESS” se lanzará hoy a las 6 p.m. KST!	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	¡10 pistas de diversos géneros y colaboraciones de unidades únicas! Concierto gratuito en línea “SMTOWN LIVE 2022: SMCU EXPRESS@KWANGYA” que se llevará a cabo el 2022.01.01. 1 p.m. KST!	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN_LIVE #SMCU_EXPRESS
	<b>Imagen</b>	En la imagen se visualiza al universo propio de SM Entertainment donde habitan todos los artistas de la agencia, este espacio es llamado “KWANGYA”.
	<b>Me gusta</b>	40 mil

	<b>Retuits</b>	11,6 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tweet promociona el lanzamiento del álbum “2021 Winter SMTOWN: SMCU EXPRESS”, tal imagen corresponde al universo Kwangya. Por lo cual se infiere que la agencia de entretenimiento, impulsa la promoción de sus actividades.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 146</b>		
<b>FECHA</b>	26 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	La presentación final del Smile Music Festival 2021 se completó con éxito. Gracias a todos los profesores de formación vocal/danza, mentores de artistas #최강창민 y seguidores de video que hicieron que 20201 SMF fuera genial .	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	SMile Music Festival 2021 fue realizado con éxito, contando con el apoyo de los maestros de danza y mentores. Este programa está destinado a brindar la oportunidad de realizar los sueños de muchos jóvenes en situaciones difíciles.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#MAX_CHANGMIN
	<b>Imagen</b>	Se puede visualizar un collage de imágenes sobre las actividades realizadas por participantes y mentores en el evento “Smile Music Festival 2021”.
	<b>Me gusta</b>	1,5 mil
	<b>Retuits</b>	1645
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tweet da a conocer la labor social que realizó la agencia SM Entertainment al apoyar a jóvenes talentos que se encuentran en situaciones complicadas.	

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 147		
<b>FECHA</b>	26 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	No cuenta con un titular de imagen.	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	SMile Music Festival 2021 fue realizado con éxito, contando con el apoyo de los maestros de danza y mentores. Este programa está destinado a brindar la oportunidad de realizar los sueños de muchos jóvenes en situaciones difíciles.	
REDES SOCIALES		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SM #SM엔터테인먼트 #SMTOWN #SMile #SMF #SMileMusicFestival #스마일뮤직페스티벌 #MAX_CHANGMIN
	<b>Imagen</b>	Se puede visualizar un collage de imágenes que corresponden a las actividades realizadas por participantes y mentores en el evento "Smile Music Festival 2021".
	<b>Me gusta</b>	4085
	<b>Retuits</b>	465
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tweet da a conocer la labor social que realizó la agencia SM Entertainment al apoyar a jóvenes talentos que se encuentran en situaciones complicadas. Al mismo tiempo, las imágenes muestran algunas de las presentaciones del evento.	

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 148	
<b>FECHA</b>	26 de Diciembre del 2021

<b>TITULAR</b>	<p>SMile Music Festival es el programa de contribución social representativo de SM para niños/jóvenes que están alimentando sus sueños a través de la música.</p> <p>También pedimos su interés y apoyo para el SMF 2022.</p> <p>¡Feliz año nuevo!</p> <p>(Foto de Hong Yu-ran, Kim Seong-gu, Kim Jong-sun)</p>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<p>SMile Music Festival 2021 es un programa de apoyo social a niños y jóvenes que buscan cumplir sus sueños en torno a la música.</p>	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	<p>#SM #SM엔터테인먼트 #SMTOWN #SMile #SMF</p> <p>#SMileMusicFestival #스마일뮤직페스티벌</p> <p>#MAX_CHANGMIN</p>
	<b>Imagen</b>	<p>Se puede visualizar un collage de imágenes que corresponden a las actividades realizadas por participantes y mentores en el evento “Smile Music Festival 2021”.</p>
	<b>Me gusta</b>	1320
	<b>Retuits</b>	122
<b>INTERPRETACIÓN</b>	<p>La imagen del tuit revela la labor social de SM Entertainment apoyando a jóvenes talentos con dificultades.</p>	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 149</b>	
<b>FECHA</b>	26 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	<p>¡#SHINee ha llegado @KWANGYA STATION! #태일#하찬</p> <p>#재민#쇼타로</p>
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<p>SHINee llegó al Kwagya Station, sumándose a otros artistas de la agencia en participar del proyecto.</p>

REDES SOCIALES		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN_LIVE #SMCU_EXPRESS #SMTOWN2022 #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMCU #KWANGYA#NCT127 #NCTDREAM
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar a Onew de SHINee, el cual se encuentra en plano medio.
	<b>Me gusta</b>	21,8 mil
	<b>Retuits</b>	375 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit es referente a la estación Kwangya a fin de promocionar los próximos lanzamientos, en donde participa Onew, integrante de SHINee. La agencia refuerza el contenido del mensaje al repetirlo, siendo el hashtag lo único que cambia.	

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 150		
<b>FECHA</b>	27 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	Álbum de invierno de SMTOWN “2021 Winter SMTOWN: SMCU EXPRESS”. ¡Escucha ahora en tu plataforma favorita!	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	El álbum especial de SM Entertainment “2021 Winter SMTOWN: SMCU EXPRESS” fue lanzado.	
REDES SOCIALES		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#WinterSMTOWN_6시발매 #SMTOWN_LIVE #SMCU_EXPRESS #SMTOWN2022 #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMCU #KWANGYA

	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar la portada del álbum el cual está compuesto por gráficos y colores representativos de cada grupo o solista de la agencia SM Entertainment.
	<b>Me gusta</b>	75,5 mil
	<b>Retuits</b>	25,2 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit es referente al lanzamiento del álbum especial de fin de año "2021 Winter SMTOWN: SMCU EXPRESS", el cual fue lanzado y se encuentra disponible en múltiples plataformas musicales. Por lo cual se infiere que la agencia de entretenimiento hace una promoción previa al lanzamiento de cualquier material.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 151</b>		
<b>FECHA</b>	27 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	¡El SMCU EXPRESS ahora se acerca! Nos vemos en SMTOWN LIVE 2022: SMCU EXPRESS @ KWANGYA Sintonízalo en vivo el 1 de enero de 2022 a la 1 p. m. (KST) en Twitter!	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Hace referencia a los pocos días restantes al concierto en línea.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN_LIVE #SMCU_EXPRESS
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar una pieza gráfica similar a una hoja de pasaporte en el cual anuncia el horario de inicio de concierto online "SMTOWN LIVE 2022: SMCU EXPRESS @ KWANGYA".
	<b>Me gusta</b>	22,7 mil

	<b>Retuits</b>	6693
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit se refiere a la pronta realización del concierto "SMTOWN LIVE 2022: SMCU EXPRESS @ KWANGYA". Por lo cual se infiere que la agencia de entretenimiento hace una promoción al concierto de fin de año.	

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 152		
<b>FECHA</b>	26 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	¡#WayV ha llegado @KWANGYA STATION! #태일#해찬#재민 #쇼타로	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	WayV llegó al Kwangya Station, sumándose a otros artistas de la agencia en participar del proyecto.	
REDES SOCIALES		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN_LIVE #SMCU_EXPRESS #SMTOWN2022 #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMCU #KWANGYA#NCT127 #NCTDREAM
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar a Xiaojun, Yangyang, Hendery y Kun, los cuales se encuentran en plano medio.
	<b>Me gusta</b>	49,9 mil
	<b>Retuits</b>	14,1 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit es referente a la estación Kwangya a fin de promocionar los próximos lanzamientos, en donde participan Xiaojun, Yangyang, Hendery y Kun. integrantes de WayV.	

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 152		
<b>FECHA</b>	26 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	¡#WayV ha llegado @KWANGYA STATION! #태일#하찬#재민 #쇼타로	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	WayV llegó al Kwangya Station, sumándose a otros artistas de la agencia en participar del proyecto.	
REDES SOCIALES		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN_LIVE #SMCU_EXPRESS #SMTOWN2022 #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMCU #KWANGYA#NCT127 #NCTDREAM
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar a Xiaojun, Yangyang, Hendery y Kun, los cuales se encuentran en plano medio.
	<b>Me gusta</b>	49,9 mil
	<b>Retuits</b>	14,1 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit es referente a la estación Kwangya a fin de promocionar los próximos lanzamientos, en donde participan Xiaojun, Yangyang, Hendery y Kun. integrantes de WayV.	

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 153	
<b>FECHA</b>	28 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	“SMTOWN EXPERIENCE: PLAY @ KWANGYA” se estrenará el 30/12 en la sede de Seongsu. ¡Contenido multimedia del universo SMCU que muestra artistas de SM a bordo del “SMCU EXPRESS”!

<b>DESCRIPCIÓN</b>	Anuncia una nueva exhibición llamado "SMTOWN EXPERIENCE: PLAY @ KWANGYA", el cual se proyectará en el barrio de Seungsu.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN2022 #SMCU_EXPRESS #SMTOWN #SMCU #KWANGYA
	<b>Imagen</b>	En la imagen se visualiza al universo propio de SM Entertainment donde habitan todos los artistas de la agencia, este espacio es llamado "KWANGYA".
	<b>Me gusta</b>	23,6 mil
	<b>Retuits</b>	4805
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit es referente al universo Kwagya, esto a fin de promocionar la exhibición en medios "SMTOWN EXPERIENCE: PLAY @ KWANGYA".	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 154</b>		
<b>FECHA</b>	28 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	¡La película "Feliz Año Nuevo" se estrenó hoy!	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se estrenó la película "Feliz año nuevo" protagonizada por Lim Yoona.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#임윤아#LIMYOONA #윤아#YOONA #해피뉴이어#HappyNewYear #A_YEAR_END_MEDLEY_2021 #소녀시대#GirlsGeneration

	<b>Imagen</b>	En la imagen se visualiza el poster promocional de la película, la cual protagoniza Lim Yoona.
	<b>Me gusta</b>	12,3 mil
	<b>Retuits</b>	2681
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit es referente al estreno de la película “Feliz año nuevo” protagonizada por Lim Yoona. Se puede inferir que la agencia apoya promocionando los proyectos individuales de los artistas.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 155</b>		
<b>FECHA</b>	28 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	¡#RedVelvet ha llegado @KWANGYA STATION! #태일#하찬 #재민#쇼타로	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Red Velvet llegó al Kwangya Station, sumándose a otros artistas de la agencia en participar del proyecto.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN_LIVE #SMCU_EXPRESS #SMTOWN2022 #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMCU #KWANGYA
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar a Irene, Yeri, Seulgi, Joy y Wendy, las cuales se encuentran en plano medio.
	<b>Me gusta</b>	28,5 mil
	<b>Retuits</b>	9814
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit es referente a la estación Kwangya a fin de promocionar los próximos lanzamientos, en donde	

	participan Irene, Yeri, Seulgi, Joy y Wendy, integrantes de Red Velvet.
--	---

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 156

<b>FECHA</b>	29 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	¡#Kai de #EXO ha llegado @KWANGYA STATION! #태일 #하찬 #재민 #쇼타로
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Kai de EXO llegó al Kwagya Station, sumándose a otros artistas de la agencia en participar del proyecto.

### REDES SOCIALES

<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN_LIVE #SMCU_EXPRESS #SMTOWN2022 #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMCU #KWANGYA
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar a Kai de EXO, el cual se encuentra en un plano medio.
	<b>Me gusta</b>	37,8 mil
	<b>Retuits</b>	11 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit es referente a la estación Kwangya a fin de promocionar los próximos lanzamientos, en donde participa Kai de EXO.	

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 157

<b>FECHA</b>	29 de Diciembre del 2021
--------------	--------------------------

<b>TITULAR</b>	<p>¡GOT the beat y MAX CHANGMIN interpretarán su nueva canción por primera vez en “SMTOWN LIVE 2022”!</p> <p>¡Presentaciones especiales que incluyen actuaciones de unidades de balada y rap que se mostrarán solo en “SMTOWN LIVE 2022”!</p> <p>Concierto Gratis Online</p> <p>“SMTOWN EN VIVO 2022” SMCU EXPRESS @ KWANGYA - 2022.01.01 1PM KST</p>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<p>Se anuncia la colaboración entre GOT the beat y MAX CHANGMIN para el concierto “SMTOWN LIVE 2022”.</p>	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	No hay hashtag.
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar una pieza gráfica idéntica a una hoja de pasaporte en el cual se detalla los artistas a presentar, las plataformas de transmisión y el horario del concierto online “SMTOWN LIVE 2022: SMCU EXPRESS @ KWANGYA”.
	<b>Me gusta</b>	19,9 mil
	<b>Retuits</b>	5140
<b>INTERPRETACIÓN</b>	<p>La imagen del tuit se debe a la promoción del “SMTOWN LIVE 2022: SMCU EXPRESS @ KWANGYA”. Por lo cual se infiere que la agencia de entretenimiento hace una promoción al concierto a presentar.</p>	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 158</b>	
<b>FECHA</b>	29 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	<p>¡#NCT ha llegado @KWANGYA STATION! #태일 #해찬 #재민</p> <p>#쇼타로</p>

<b>DESCRIPCIÓN</b>	NCT llegó al Kwagya Station, sumándose a otros artistas de la agencia en participar del proyecto.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN_LIVE #SMCU_EXPRESS #SMTOWN2022 #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMCU #KWANGYA
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar a Yuta, Doyoung, Mark y Renjun, las cuales se encuentran en plano medio.
	<b>Me gusta</b>	50,4 mil
	<b>Retuits</b>	14,8 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit es referente a la estación Kwangya a fin de promocionar los próximos lanzamientos, en donde participan los integrantes de EXO Yuta, Doyoung, Mark y Renjun.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 159</b>		
<b>FECHA</b>	29 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	¡#BoA ha llegado @KWANGYA STATION! #태일#하찬#재민 #쇼타로	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	BoA llegó al Kwagya Station, sumándose a otros artistas de la agencia en participar del proyecto.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN_LIVE #SMCU_EXPRESS #SMTOWN2022 #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMCU #KWANGYA

	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar a la solista BoA, la cuales se encuentran en plano americano.
	<b>Me gusta</b>	8486 mil
	<b>Retuits</b>	1162 mil
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit es referente a la estación Kwangya a fin de promocionar los próximos lanzamientos, en donde participa la solista BoA.	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 160</b>		
<b>FECHA</b>	30 de Diciembre del 2021	
<b>TITULAR</b>	¡#Kangta ha llegado @KWANGYA STATION! #태일#하찬 #재민#쇼타로	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Kangta llegó al Kwagya Station, sumándose a otros artistas de la agencia en participar del proyecto.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN_LIVE #SMCU_EXPRESS #SMTOWN2022 #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMCU #KWANGYA
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar al artista Kangta, la cuales se encuentran en plano medio.
	<b>Me gusta</b>	5706
	<b>Retuits</b>	583

<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit es referente a la estación Kwangya a fin de promocionar los próximos lanzamientos, en donde participa el artista Kangta.
-----------------------	---

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 161

<b>FECHA</b>	30 de Diciembre del 2021
<b>TITULAR</b>	¡#Aespa ha llegado @KWANGYA STATION! #태일#하찬#재민 #쇼타로
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Aespa llegó al Kwagya Station, sumándose a otros artistas de la agencia en participar del proyecto.

### REDES SOCIALES

<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN_LIVE #SMCU_EXPRESS #SMTOWN2022 #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMCU #KWANGYA
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar al grupo femenino Aespa, la cuales se encuentran en plano medio.
	<b>Me gusta</b>	12,5 mil
	<b>Retuits</b>	2653

<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit es referente a la estación Kwangya a fin de promocionar los próximos lanzamientos, en donde participa el grupo femenino Aespa.
-----------------------	---

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 162

<b>FECHA</b>	30 de Diciembre del 2021
--------------	--------------------------

<b>TITULAR</b>	¡#Aespa ha llegado @KWANGYA STATION! #태일#하찬#재민 #쇼타로	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Aespa llegó al Kwagya Station, sumándose a otros artistas de la agencia en participar del proyecto.	
<b>REDES SOCIALES</b>		
<b>TWITTER</b>	<b>Hashtag</b>	#SMTOWN_LIVE #SMCU_EXPRESS #SMTOWN2022 #2021_WINTER_SMTOWN #SMTOWN #SMCU #KWANGYA
	<b>Imagen</b>	En la imagen se puede observar al grupo femenino Aespa, la cuales se encuentran en plano medio.
	<b>Me gusta</b>	12,5 mil
	<b>Retuits</b>	2653
<b>INTERPRETACIÓN</b>	La imagen del tuit es referente a la estación Kwangya a fin de promocionar los próximos lanzamientos, en donde participa el grupo femenino Aespa.	



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CC. COMUNICACION**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, ADOLFO MANUEL MEDRANO CARBAJAL, docente de la FACULTAD DE CC. COMUNICACION de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, asesor de Tesis titulada: "ANÁLISIS DE TRES REDES SOCIALES EN LA PROMOCIÓN DEL K-POP: CASO DE UNA AGENCIA DE ENTRETENIMIENTO, 2021", cuyo autor es PALACIOS GALINDO LEIDY, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 14.00%, 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 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, 02 de Noviembre del 2022

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
ADOLFO MANUEL MEDRANO CARBAJAL <b>DNI:</b> 06294067 <b>ORCID:</b> 0000-0003-3167-967X	Firmado electrónicamente por: AMEDRANOC el 07- 12-2022 21:32:14

Código documento Trilce: TRI - 0437148