

Discursos mediáticos en K-dramas y K-pop: construcción de identidades juveniles en el contexto de la Hallyu en Guayaquil

Claudia Pezo Cunalata*
Laura Medina Andrade*
Lucy Piguave Soledispa*

Resumen

En las últimas décadas, la expansión global de la cultura popular surcoreana, conocida como Hallyu, ha incrementado el consumo de productos mediáticos como los K-dramas y el K-pop entre audiencias juveniles de distintos contextos culturales. Este fenómeno ha generado nuevas formas de interacción cultural y procesos de identificación simbólica mediados por plataformas digitales y comunidades de fans. El objetivo de este estudio es analizar los discursos presentes en los K-dramas y el K-pop y su relación con la construcción de identidades juveniles en estudiantes universitarios de la ciudad de Guayaquil. La investigación adopta un enfoque mixto de alcance descriptivo-analítico. La muestra estuvo conformada por jóvenes universitarios consumidores de contenidos asociados al Hallyu. Se emplearon encuestas estructuradas para identificar motivaciones y gratificaciones de consumo, así como un análisis discursivo de productos mediáticos representativos basado en categorías relacionadas con narrativa, estética visual y representaciones sociales.

* Mgs. en Gobernabilidad y Gerencia Política, Universidad de Guayaquil – Universidad Complutense de Madrid. Claudia.pezo@ug.edu.ec <http://orcid.org/0000-0002-5571-4321>

* Magíster en Comunicación, Universidad de Guayaquil Laura.medinaa@ug.edu.ec
<http://orcid.org/0000-0003-2338-736X>

* Magíster en Publicidad, Universidad de Guayaquil Lucy.piguaves@ug.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0006-6948-5116>

Los resultados evidencian que los discursos presentes en los K-dramas y el K-pop transmiten valores asociados a la superación personal, la disciplina, las relaciones afectivas y la estética juvenil, elementos que influyen en los procesos de identificación cultural de los participantes. La discusión sugiere que estos contenidos funcionan como referentes simbólicos que son reinterpretados por los jóvenes en su contexto local. Se concluye que el consumo de cultura popular coreana contribuye a la construcción de identidades juveniles mediadas por dinámicas de globalización cultural y participación digital.

Palabras clave: Hallyu, K-pop, K-dramas, discurso mediático, identidad juvenil.

Media discourses in K-dramas and K-pop: constructing youth identities in the context of Hallyu in Guayaquil

Abstract

In recent decades, the global expansion of South Korean popular culture, known as Hallyu, has increased the consumption of media products such as K-dramas and K-pop among young audiences in diverse cultural contexts. This phenomenon has generated new forms of cultural interaction and symbolic identification processes mediated by digital platforms and fan communities.

The objective of this study is to analyze the discourses present in K-dramas and K-pop and their relationship with the construction of youth identities among university students in the city of Guayaquil. The research adopts a mixed-method approach with a descriptive-analytical scope. The sample consisted of university students who consume Hallyu-related media content. Structured surveys were used to identify motivations and gratifications associated with media

consumption, as well as a discourse analysis of representative media products based on categories related to narrative, visual aesthetics, and social representations.

The results indicate that the discourses present in K-dramas and K-pop transmit values associated with self-improvement, discipline, affective relationships, and youth aesthetics, elements that influence the cultural identification processes of the participants. The discussion suggests that these media contents function as symbolic references that are reinterpreted by young audiences within their local context.

It is concluded that the consumption of Korean popular culture contributes to the construction of youth identities mediated by processes of cultural globalization and digital participation.

Keywords: Hallyu, K-pop, K-dramas, media discourse, youth identity.

.

Received : 11-10-2025

Approved: 22-12-2025

INTRODUCCIÓN

Durante las últimas dos décadas, la expansión internacional de la cultura popular surcoreana ha transformado las dinámicas contemporáneas de circulación cultural, generando un creciente interés académico por el fenómeno conocido como Hallyu. Este proceso se caracteriza por la circulación internacional de productos culturales como el K-pop, los K-dramas, el cine, los videojuegos y otros contenidos audiovisuales producidos en Corea del Sur, los cuales han logrado posicionarse en múltiples mercados culturales alrededor del mundo (Jin, 2016; Shim, 2006). Diversos estudios sostienen que esta expansión responde tanto a estrategias industriales y políticas culturales impulsadas por el Estado surcoreano como a la creciente interconectividad mediática que

permite la circulación digital de contenidos a escala global (Lie, 2015; Jin, 2016).

Desde el campo de los estudios de comunicación y cultura mediática, el interés por el fenómeno del Hallyu se ha centrado en comprender cómo estos productos culturales no solo funcionan como mercancías culturales globalizadas, sino también como vehículos de circulación de discursos culturales, representaciones sociales y modelos identitarios que influyen en las audiencias internacionales (Otmazgin & Lyan, 2014). En este sentido, los contenidos audiovisuales como los K-dramas y el K-pop pueden ser analizados como sistemas de representación cultural que transmiten valores, imaginarios sociales y narrativas sobre relaciones afectivas, éxito social, género y estilos de vida.

De acuerdo con Stuart Hall (1997), los medios de comunicación no solo reflejan la realidad social, sino que participan activamente en la producción y circulación de significados culturales, configurando marcos interpretativos a través de los cuales las audiencias comprenden el mundo social. En esta línea, los discursos mediáticos presentes en los productos culturales globales pueden influir en la construcción de identidades, particularmente entre los públicos jóvenes, quienes suelen participar activamente en procesos de apropiación cultural y resignificación de contenidos mediáticos.

La relación entre consumo mediático e identidad ha sido ampliamente estudiada en el campo de la comunicación y los estudios culturales. Según Jenkins (2006), las audiencias contemporáneas no se limitan a consumir contenidos mediáticos de forma pasiva, sino que participan en comunidades interpretativas que producen significados colectivos alrededor de los productos culturales. Estas dinámicas se evidencian especialmente en las comunidades de fans del K-pop y los K-

dramas, donde los jóvenes desarrollan prácticas culturales compartidas que incluyen la reinterpretación de narrativas, la producción de contenido en redes sociales y la construcción de identidades culturales híbridas.

Por su parte, la teoría de usos y gratificaciones plantea que las audiencias seleccionan determinados contenidos mediáticos en función de necesidades sociales, emocionales y simbólicas específicas (Katz, Blumler & Gurevitch, 1973). Desde esta perspectiva, el consumo de K-dramas y K-pop puede interpretarse como una práctica cultural que permite a los jóvenes explorar modelos identitarios, establecer vínculos simbólicos con comunidades globales y construir sentidos de pertenencia cultural.

A pesar del creciente número de investigaciones sobre la expansión global de la cultura pop coreana, la mayoría de los estudios se han concentrado en Asia, Europa o Norteamérica, mientras que el análisis de su recepción en América Latina continúa siendo limitado. Algunos trabajos recientes sugieren que la cultura pop coreana ha logrado consolidar comunidades de fans activas en diversos países latinoamericanos, impulsadas por la circulación de contenidos a través de plataformas digitales y redes sociales (Otmazgin & Lyan, 2014). Sin embargo, en el contexto ecuatoriano aún existe escasa investigación académica sistemática que examine el impacto cultural de estos contenidos en las audiencias juveniles.

En ciudades como Guayaquil, el consumo de K-dramas y K-pop entre jóvenes ha aumentado significativamente en los últimos años, evidenciado en la proliferación de comunidades de fans, eventos culturales, prácticas de cosplay y actividades relacionadas con la cultura coreana. No obstante, más allá de su popularidad cultural, todavía se conoce poco acerca de cómo los discursos presentes en estos productos mediáticos influyen en los procesos de construcción identitaria de los jóvenes.

En este contexto, surge el siguiente problema de investigación: la limitada comprensión académica sobre el papel que desempeñan los discursos culturales presentes en los K-dramas y el K-pop en la construcción de identidades juveniles dentro de contextos urbanos latinoamericanos, particularmente en la ciudad de Guayaquil.

A partir de este planteamiento, la investigación se orienta por la siguiente pregunta de investigación:

¿De qué manera los discursos presentes en los K-dramas y el K-pop influyen en la construcción de identidades juveniles entre los jóvenes de la ciudad de Guayaquil?

Con base en esta pregunta, el objetivo general del estudio es analizar los discursos presentes en K-dramas y producciones musicales de K-pop y examinar cómo estos contenidos mediáticos articulan representaciones culturales que pueden contribuir a la construcción de identidades juveniles y gratificaciones simbólicas entre jóvenes de Guayaquil.

Como objetivos específicos se plantean:

Identificar los principales discursos culturales presentes en los K-dramas y el K-pop consumidos por jóvenes guayaquileños.

Analizar las representaciones sociales y valores culturales transmitidos en estos contenidos mediáticos.

Examinar las formas en que los jóvenes interpretan, negocian y resignifican dichos discursos en sus procesos de construcción identitaria.

La relevancia de esta investigación radica en que contribuye a ampliar el campo de estudio de la comunicación cultural y los estudios de audiencia en América Latina, proporcionando evidencia empírica sobre la recepción de la cultura pop coreana en contextos locales. Asimismo, el estudio permite comprender cómo

los flujos culturales globales influyen en la construcción de identidades juveniles, evidenciando las dinámicas de apropiación cultural que emergen en entornos mediáticos globalizados.

En términos teóricos, el análisis se sustenta en tres enfoques principales: los estudios culturales y la teoría de la representación (Hall, 1997), que permiten analizar los discursos mediáticos como sistemas de producción de significado; la teoría de la cultura participativa y los fandoms (Jenkins, 2006), que explica la participación activa de las audiencias en la reinterpretación de contenidos mediáticos; y la teoría de usos y gratificaciones (Katz et al., 1973), que permite comprender las motivaciones que orientan el consumo mediático juvenil.

A partir de este marco teórico, la investigación busca aportar una comprensión más profunda sobre la interacción entre cultura mediática global, discursos culturales y procesos de construcción identitaria juvenil en contextos urbanos latinoamericanos.

Durante las últimas dos décadas, la expansión internacional de la cultura popular surcoreana ha sido objeto de creciente atención académica bajo el concepto de Hallyu o Korean Wave, término que describe la circulación global de productos culturales provenientes de Corea del Sur, particularmente la música K-pop y las series televisivas conocidas como K-dramas. Este fenómeno ha sido analizado desde diferentes perspectivas disciplinarias, incluyendo los estudios culturales, la economía política de la comunicación, la sociología de la juventud y los estudios de medios digitales (Chua & Iwabuchi, 2008; Jin, 2016).

Los primeros estudios sobre el Hallyu se centraron en comprender su consolidación como un proceso de internacionalización de las industrias culturales surcoreanas. En este sentido, Jin (2016) sostiene que la expansión global del K-pop y los K-dramas no puede entenderse únicamente como un fenómeno de consumo

cultural, sino como el resultado de políticas estratégicas de promoción cultural, innovación tecnológica y modelos de distribución digital que han permitido la circulación transnacional de estos productos mediáticos. De forma complementaria, Oh y Park (2012) destacan que la utilización de plataformas digitales y redes sociales ha transformado los mecanismos tradicionales de distribución de la música popular, permitiendo que industrias culturales emergentes alcancen audiencias globales.

Posteriormente, el interés académico se desplazó hacia el papel de las audiencias en la difusión del fenómeno Hallyu. Desde la perspectiva de la cultura participativa, Jenkins (2006) plantea que el desarrollo de ecosistemas mediáticos digitales ha convertido a las audiencias en actores activos dentro de los procesos de circulación cultural, generando nuevas dinámicas de interacción entre productores y consumidores de contenidos. Este enfoque resulta especialmente relevante para el estudio del K-pop, donde las comunidades de fans desempeñan un papel fundamental en la promoción, traducción y difusión de contenidos en plataformas digitales.

Diversos estudios han demostrado que los fandoms del K-pop funcionan como comunidades culturales transnacionales caracterizadas por altos niveles de participación digital. Jung (2011) sostiene que estas comunidades desarrollan prácticas colaborativas que incluyen la producción de contenidos audiovisuales, la organización de campañas en redes sociales y la creación de redes globales de interacción entre fans. Estas dinámicas evidencian cómo las audiencias juveniles no solo consumen productos culturales, sino que también contribuyen activamente a su circulación y resignificación en contextos culturales diversos.

Otra línea de investigación ha explorado el impacto del Hallyu en los procesos de construcción de identidades juveniles. Desde los

estudios culturales, se ha señalado que la música popular y las narrativas audiovisuales constituyen espacios simbólicos donde los jóvenes negocian significados culturales, aspiraciones sociales y formas de expresión identitaria. En este sentido, los K-dramas presentan narrativas centradas en relaciones afectivas, aspiraciones profesionales y conflictos sociales que pueden influir en la forma en que las audiencias interpretan valores culturales y modelos de comportamiento.

Asimismo, algunos autores han destacado que el K-pop propone representaciones estéticas y modelos de género que difieren de los patrones tradicionales presentes en la industria musical occidental. Jung (2011) señala que la estética visual de los ídolos del K-pop, caracterizada por una fuerte producción visual y por representaciones de masculinidades menos rígidas, ha contribuido a ampliar los marcos simbólicos a través de los cuales los jóvenes construyen sus referentes culturales.

En investigaciones más recientes, el fenómeno Hallyu ha sido analizado desde la perspectiva de la globalización cultural, enfatizando la forma en que los contenidos mediáticos circulan a través de redes digitales y son reinterpretados por audiencias en distintos contextos sociales. En este sentido, Yoon (2022) señala que el consumo de cultura popular coreana contribuye a la formación de comunidades culturales transnacionales donde los jóvenes desarrollan formas de identificación cultural que trascienden las fronteras nacionales.

Sin embargo, a pesar del crecimiento significativo de investigaciones sobre el Hallyu en diversas regiones del mundo, la mayor parte de estos estudios se ha concentrado en contextos asiáticos, europeos y norteamericanos. En América Latina, la producción académica sobre el impacto cultural del K-pop y los K-dramas sigue siendo relativamente limitada, especialmente en lo

que respecta al análisis de las audiencias juveniles desde una perspectiva comunicacional.

Además, gran parte de los estudios existentes se ha centrado en el análisis del consumo cultural, las prácticas de fandom o la expansión de la industria cultural coreana, mientras que son menos frecuentes las investigaciones que examinan los discursos presentes en estos productos mediáticos y su relación con la construcción de identidades juveniles.

En este contexto, el presente estudio busca contribuir a esta línea de investigación mediante el análisis de los discursos presentes en los K-dramas y el K-pop y su relación con los procesos de construcción identitaria de jóvenes universitarios en la ciudad de Guayaquil. De esta manera, la investigación pretende aportar evidencia empírica sobre la influencia simbólica de la cultura popular coreana en contextos urbanos latinoamericanos, incorporando una perspectiva de análisis discursivo que permita comprender cómo estos productos mediáticos transmiten valores, representaciones sociales y modelos culturales que son reinterpretados por las audiencias juveniles.

La globalización mediática ha transformado profundamente los procesos de circulación cultural contemporáneos, permitiendo que productos audiovisuales y musicales producidos en contextos nacionales específicos alcancen audiencias globales. Dentro de este escenario, la expansión de la cultura popular surcoreana, conocida como Hallyu o “Ola Coreana”, se ha consolidado como uno de los fenómenos culturales transnacionales más influyentes del siglo XXI (Jin, 2016).

El término Hallyu comenzó a utilizarse a finales de la década de 1990 para describir la creciente popularidad de los dramas televisivos, la música pop y otros productos culturales surcoreanos en diversos países asiáticos. Con el desarrollo de internet, las

plataformas digitales y las redes sociales, esta expansión se extendió posteriormente hacia Europa, América y otras regiones del mundo (Jin, 2016; Shim, 2006).

Según Dal Yong Jin (2016), el éxito global de la cultura pop coreana no puede explicarse únicamente por factores de mercado, sino que responde a una combinación de estrategias industriales, políticas culturales del Estado surcoreano y dinámicas propias del ecosistema digital contemporáneo. En este sentido, el autor sostiene que la industria cultural coreana ha desarrollado un modelo de producción mediática altamente profesionalizado que integra música, televisión, cine y plataformas digitales en un sistema transmediático capaz de generar contenidos culturalmente atractivos para audiencias globales.

Por su parte, Koichi Iwabuchi (2002) plantea que la circulación internacional de productos culturales asiáticos debe analizarse dentro del marco de los procesos de globalización cultural, donde las industrias mediáticas producen contenidos capaces de trascender fronteras nacionales. El autor introduce el concepto de "desodorización cultural", señalando que ciertos productos culturales logran reducir o neutralizar elementos culturales demasiado específicos para facilitar su circulación internacional. No obstante, investigaciones posteriores han señalado que, en el caso de la cultura pop coreana, muchos contenidos mantienen rasgos culturales propios que, lejos de dificultar su circulación global, se convierten en elementos de atractivo cultural para las audiencias internacionales (Jin, 2016).

Desde esta perspectiva, la Hallyu puede entenderse como un fenómeno cultural que combina dinámicas de globalización y glocalización, donde contenidos producidos en Corea del Sur son reinterpretados y apropiados por audiencias locales en diferentes contextos socioculturales.

El análisis de los discursos presentes en los productos mediáticos constituye un elemento central dentro de los estudios de comunicación y cultura. Desde la perspectiva de los estudios culturales, los medios de comunicación no solo transmiten información o entretenimiento, sino que participan activamente en la producción y circulación de significados sociales.

Stuart Hall (1997) sostiene que la representación es un proceso fundamental a través del cual las sociedades producen significado y construyen marcos interpretativos sobre la realidad social. En este sentido, los discursos mediáticos funcionan como sistemas simbólicos que articulan narrativas, valores culturales y representaciones sociales que pueden influir en la forma en que los individuos interpretan el mundo y construyen su identidad.

En el caso de los productos culturales como los K-dramas y el K-pop, estos discursos se manifiestan a través de diversos recursos narrativos y audiovisuales, incluyendo estructuras narrativas, diálogos, música, estética visual, coreografías y representaciones de relaciones sociales. Estos elementos funcionan como recursos semióticos que transmiten valores asociados con el éxito personal, el sacrificio, las relaciones afectivas, la disciplina y la construcción del proyecto de vida.

Diversos estudios han señalado que los K-dramas suelen estructurarse alrededor de narrativas melodramáticas centradas en conflictos emocionales, relaciones románticas y procesos de superación personal, mientras que el K-pop se caracteriza por una combinación de música, performance escénica y estética visual cuidadosamente producida que proyecta modelos de identidad juvenil asociados con el talento, la disciplina y el éxito global (Jin, 2016; Lie, 2015).

En este contexto, el análisis del discurso mediático permite comprender cómo estos productos culturales construyen

representaciones simbólicas que pueden ser interpretadas y apropiadas por las audiencias en distintos contextos culturales.

El auge de las plataformas digitales ha transformado profundamente la relación entre las audiencias y los contenidos mediáticos. En contraste con los modelos tradicionales de comunicación masiva, donde las audiencias eran concebidas como receptores pasivos, las investigaciones contemporáneas han destacado el papel activo de los usuarios en la producción y circulación de significados culturales.

Henry Jenkins (2006) introduce el concepto de cultura participativa para describir los entornos mediáticos donde los usuarios no solo consumen contenidos, sino que también participan activamente en su reinterpretación, circulación y resignificación. En este contexto, las comunidades de fans desempeñan un papel central en la expansión de los productos culturales globales, ya que contribuyen a difundir contenidos, traducir materiales, producir interpretaciones colectivas y generar nuevas formas de interacción cultural.

Las comunidades de fans del K-pop y los K-dramas representan un ejemplo significativo de estas dinámicas participativas. Diversas investigaciones han documentado cómo los seguidores de la cultura pop coreana participan en actividades como la producción de contenido en redes sociales, la organización de eventos culturales, la traducción de materiales audiovisuales y la creación de espacios de interacción digital donde se construyen identidades colectivas (Jenkins, 2006; Jin, 2016).

Estas comunidades no solo funcionan como espacios de consumo cultural, sino también como entornos de socialización y construcción identitaria, donde los jóvenes desarrollan sentidos de pertenencia y afinidad cultural que trascienden las fronteras nacionales.

El análisis del consumo mediático desde la perspectiva de las audiencias ha sido abordado ampliamente por la teoría de usos y gratificaciones, desarrollada inicialmente por Katz, Blumler y Gurevitch (1973). Este enfoque plantea que los individuos no consumen medios de manera pasiva, sino que seleccionan determinados contenidos en función de necesidades psicológicas, sociales y culturales específicas.

Según este enfoque, el consumo mediático puede generar diversas formas de gratificación, entre las cuales se incluyen la gratificación cognitiva (búsqueda de información y aprendizaje), la gratificación afectiva (experiencias emocionales), la gratificación social (interacción con otros individuos) y la gratificación de evasión o entretenimiento.

En el caso del consumo de K-dramas y K-pop, estas gratificaciones pueden manifestarse en múltiples dimensiones. Por ejemplo, los jóvenes pueden experimentar gratificaciones emocionales a través de las narrativas románticas presentes en los K-dramas, gratificaciones estéticas relacionadas con la producción visual del K-pop, o gratificaciones sociales derivadas de la participación en comunidades de fans.

Diversos estudios han señalado que el consumo de productos culturales globales puede desempeñar un papel significativo en la construcción de identidades juveniles, ya que permite a los individuos explorar modelos culturales alternativos, establecer vínculos simbólicos con comunidades transnacionales y desarrollar nuevas formas de expresión cultural (Jenkins, 2006; Jin, 2016).

La construcción de identidades juveniles en contextos contemporáneos se encuentra profundamente influenciada por los procesos de globalización cultural y por la creciente presencia de medios digitales en la vida cotidiana. En este contexto, los jóvenes

participan activamente en procesos de apropiación cultural que combinan elementos locales y globales.

Los productos culturales globales, como los K-dramas y el K-pop, ofrecen marcos narrativos y simbólicos que pueden ser reinterpretados por las audiencias en función de sus propias experiencias sociales y culturales. De esta manera, el consumo mediático se convierte en un espacio donde los jóvenes exploran valores, estilos de vida y modelos identitarios que pueden influir en su percepción de sí mismos y de su entorno social.

En este sentido, el análisis de los discursos presentes en la cultura pop coreana permite comprender cómo los flujos culturales globales interactúan con contextos locales específicos, generando procesos de resignificación cultural que influyen en la construcción de identidades juveniles.

METODOLOGÍA

La presente investigación se desarrolla bajo un enfoque metodológico mixto, que combina técnicas de análisis cualitativo y cuantitativo con el propósito de examinar tanto las características discursivas de los contenidos mediáticos como las formas en que estos son interpretados por las audiencias juveniles. El enfoque mixto permite integrar diferentes fuentes de información empírica para comprender fenómenos comunicacionales complejos vinculados con la producción y recepción de significados culturales (Creswell & Plano Clark, 2018).

Desde el punto de vista del alcance, el estudio se inscribe en un nivel descriptivo-analítico, orientado a identificar los discursos presentes en productos culturales de la llamada Hallyu — particularmente K-dramas y K-pop— y analizar su relación con los

procesos de construcción de identidades juveniles en el contexto urbano de la ciudad de Guayaquil.

El diseño metodológico combina análisis de contenido discursivo de productos mediáticos con técnicas de investigación social aplicadas a audiencias, permitiendo contrastar los discursos presentes en los contenidos audiovisuales con las interpretaciones y percepciones de los jóvenes que consumen estos productos culturales.

La investigación contempla dos tipos de unidades de análisis: por un lado, los contenidos mediáticos pertenecientes a la cultura pop coreana, y por otro, los jóvenes consumidores de dichos contenidos en la ciudad de Guayaquil.

En el caso del análisis mediático, se seleccionó un corpus audiovisual compuesto por K-dramas y videoclips de K-pop, debido a que estos formatos constituyen dos de los productos culturales más representativos dentro de la expansión internacional de la cultura pop coreana (Jin, 2016). El corpus de análisis discursivo se conformó mediante un muestreo intencional basado en relevancia cultural y alcance de audiencia, seleccionando producciones audiovisuales y musicales del fenómeno Hallyu que registraron altos niveles de consumo en plataformas digitales de streaming durante el periodo de estudio. Este criterio permite analizar discursos mediáticos con alta circulación global y mayor probabilidad de influencia simbólica en las audiencias juveniles.

Para la selección de los K-dramas se consideraron las producciones con mayor visibilidad y audiencia en plataformas de streaming internacional como Netflix, Viki Rakuten y Viu, debido a su papel en la distribución global de contenidos audiovisuales coreanos. En el caso del K-pop, se seleccionaron canciones que registraron altos

niveles de reproducción y circulación en plataformas musicales globales como YouTube, Spotify y rankings internacionales de popularidad musical.

El corpus analizado se compone de seis K-dramas y seis canciones de K-pop seleccionadas a partir de su alta visibilidad en plataformas de distribución digital durante el periodo de estudio. La selección se realizó considerando indicadores de popularidad en tres plataformas de streaming audiovisual (Netflix, Viki y Rakuten Viki) y tres plataformas de música digital (Spotify, YouTube Music y Billboard Global Charts), con el propósito de identificar contenidos representativos del fenómeno Hallyu con mayor alcance entre audiencias internacionales. Este criterio de selección permite analizar productos culturales que han alcanzado una circulación global significativa y que, por tanto, tienen mayor probabilidad de influir en los imaginarios culturales de las audiencias juveniles.

Tabla 1. *Corpus de análisis discursivo*

Tipo de contenido	Título	Año	Plataforma de referencia
K-drama	Crash Landing on You	2019	Netflix
K-drama	Goblin (Guardian: The Lonely and Great God)	2016	Viki / Netflix
K-drama	Descendants of the Sun	2016	Viki
K-drama	Itaewon Class	2020	Netflix
K-drama	True Beauty	2020	Viki
K-drama	Extraordinary Attorney Woo	2022	Netflix
K-pop	"Dynamite" – BTS	2020	YouTube / Spotify
K-pop	"How You Like That" – BLACKPINK	2020	YouTube / Spotify
K-pop	"Love Scenario" – iKON	2018	YouTube / Spotify

Tipo de contenido	Título	Año	Plataforma de referencia
K-pop	"Next Level" – aespa	2021	YouTube / Spotify
K-pop	"God's Menu" – Stray Kids	2020	YouTube / Spotify
K-pop	"Feel Special" – TWICE	2019	YouTube / Spotify

Fuente: Elaboración de autoras

En cuanto al estudio de audiencias, la muestra estuvo integrada por 200 jóvenes residentes en la ciudad de Guayaquil entre 18 y 25 años que consumen regularmente contenidos asociados con la cultura pop coreana. La selección de participantes se realizó mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, estrategia metodológica común en estudios exploratorios sobre audiencias culturales específicas (Bryman, 2012).

La investigación incluyó la aplicación de encuestas a jóvenes consumidores de K-dramas y K-pop, así como la realización de un grupo focal con participantes seleccionados entre los encuestados, con el propósito de profundizar en las interpretaciones y percepciones que estos construyen a partir de los discursos presentes en dichos contenidos mediáticos.

Para la obtención de la información empírica se emplearon tres técnicas de investigación complementarias: encuesta, grupo focal y análisis discursivo de contenidos audiovisuales.

La encuesta se aplicó mediante un cuestionario estructurado dirigido a jóvenes consumidores de cultura pop coreana. El instrumento incluyó preguntas orientadas a identificar la frecuencia

de consumo de K-dramas y K-pop, las motivaciones asociadas a dicho consumo, las percepciones sobre los valores y representaciones culturales presentes en estos contenidos, así como posibles influencias en la construcción de identidad juvenil. El diseño del cuestionario se fundamentó en la teoría de usos y gratificaciones, la cual plantea que las audiencias seleccionan determinados contenidos mediáticos en función de necesidades sociales, emocionales y cognitivas específicas (Katz, Blumler & Gurevitch, 1973).

La segunda técnica empleada fue el grupo focal, que permitió explorar de manera cualitativa las interpretaciones colectivas que los participantes construyen a partir de los contenidos analizados. Este tipo de técnica resulta especialmente útil para comprender procesos de construcción de significado en contextos de interacción social, ya que facilita el intercambio de percepciones, experiencias y opiniones entre los participantes (Morgan, 1997).

De forma complementaria, se realizó un análisis discursivo de los contenidos audiovisuales seleccionados, considerando elementos narrativos, visuales y simbólicos presentes en los K-dramas y videoclips de K-pop.

El desarrollo de la investigación se llevó a cabo en varias etapas. En una primera fase se realizó la identificación y selección del corpus audiovisual, considerando criterios de popularidad, circulación digital y presencia en comunidades de fans asociadas con la cultura pop coreana.

Posteriormente, se diseñaron y aplicaron los instrumentos de recolección de datos dirigidos a las audiencias, incluyendo el cuestionario de encuesta y la organización del grupo focal con jóvenes consumidores de K-dramas y K-pop.

En una tercera fase se llevó a cabo el análisis del discurso mediático, examinando las estructuras narrativas, los valores culturales y las representaciones identitarias presentes en los contenidos audiovisuales seleccionados. Este análisis se desarrolló a partir de principios del análisis crítico del discurso aplicado a medios, entendido como un enfoque que permite examinar la manera en que los textos mediáticos producen representaciones sociales y transmiten significados culturales (Van Dijk, 1998).

Finalmente, los resultados obtenidos en el análisis mediático fueron contrastados con los datos obtenidos a partir de las encuestas y del grupo focal, con el fin de identificar posibles relaciones entre los discursos presentes en los contenidos culturales analizados y las interpretaciones construidas por los jóvenes participantes del estudio.

La matriz de análisis constituye una herramienta metodológica que permite operacionalizar los conceptos teóricos en categorías observables dentro del corpus mediático analizado. En el presente estudio, las categorías fueron construidas a partir del marco teórico desarrollado previamente, desde los aportes de los estudios culturales sobre representación (Hall, 1997), la teoría de cultura participativa (Jenkins, 2006) y los estudios sobre la expansión global de la cultura pop coreana (Jin, 2016).

Estas categorías permiten identificar de qué manera los discursos presentes en los K-dramas y el K-pop articulan valores culturales, representaciones sociales y modelos identitarios que pueden ser interpretados por las audiencias juveniles.

La selección de estas categorías responde a la necesidad de identificar los principales elementos discursivos presentes en los productos culturales analizados. Desde la perspectiva de Hall

(1997), los medios de comunicación funcionan como sistemas de representación que producen significados culturales mediante narrativas, símbolos e imágenes. En este sentido, las categorías de análisis permiten examinar cómo estos significados se articulan dentro de los contenidos mediáticos.

Por otra parte, la categoría de comunidad y pertenencia se vincula con los planteamientos de Jenkins (2006) sobre cultura participativa, donde los consumidores de medios se convierten en participantes activos dentro de comunidades interpretativas que comparten intereses culturales comunes.

Finalmente, las categorías relacionadas con discursos de éxito, disciplina e identidad juvenil se articulan con los estudios sobre la expansión global de la cultura pop coreana, los cuales han señalado que estos contenidos suelen proyectar modelos culturales asociados con el esfuerzo, la profesionalización artística y el éxito global (Jin, 2016).

Tabla 2. *Matriz de categorías de análisis discursivo*

Categoría analítica	Definición conceptual	Indicadores de análisis	Manifestación en K-dramas	Manifestación en K-pop
Narrativas de superación personal	Discursos que representan el esfuerzo individual, la resiliencia y la superación de obstáculos como elementos centrales del	Tramas de sacrificio, esfuerzo, disciplina y logro personal.	Personajes que enfrentan dificultades sociales, económicas o emocionales para alcanzar metas personales.	Letras y narrativas visuales que enfatizan el trabajo duro, la perseverancia y el éxito.

Categoría analítica	Definición conceptual	Indicadores de análisis	Manifestación en K-dramas	Manifestación en K-pop
	desarrollo narrativo.			
Representación de relaciones afectivas	Formas en que los contenidos representan relaciones románticas, familiares o de amistad.	Diálogos emocionales, conflictos sentimentales, vínculos familiares.	Desarrollo de historias románticas y conflictos afectivos entre personajes.	Interacciones simbólicas entre miembros del grupo y con los fans.
Discursos sobre éxito y disciplina	Representaciones culturales que asocian el éxito con el esfuerzo, la dedicación y la constancia.	Mensajes explícitos sobre logro personal, entrenamiento o disciplina.	Personajes que alcanzan metas mediante esfuerzo continuo.	Narrativas visuales del entrenamiento o artístico y la profesionalización.
Construcción de identidad juvenil	Modelos simbólicos de identidad proyectados a través de los personajes o artistas.	Estilo de vida, aspiraciones, valores y formas de autoexpresión.	Personajes jóvenes que representan aspiraciones sociales o emocionales.	Imagen pública de los idols, estilos de moda, estética visual.
Estética visual y performatividad	Elementos visuales y performativos utilizados para transmitir significados culturales.	Vestuario, coreografía, encuadres, iluminación, escenografía.	Ambientaciones visuales que refuerzan emociones o conflictos narrativos.	Coreografías, escenografía, estética visual del videoclip.
Valores culturales y	Representaciones de	Escenas que	Relaciones familiares,	Representaciones de

Categoría analítica	Definición conceptual	Indicadores de análisis	Manifestación en K-dramas	Manifestación en K-pop
normas sociales	normas sociales, valores familiares y códigos culturales.	enfatan respeto, jerarquía social, lealtad o compromiso.	respeto intergeneracional, ética del trabajo.	trabajo colectivo, respeto y cohesión grupal.
Comunidad y pertenencia	Discursos que promueven la identificación con comunidades o colectivos.	Interacciones grupales, discursos de unión o solidaridad.	Grupos de amigos o comunidades dentro de la narrativa.	Relación simbólica entre idols y fandom.

Fuente: Elaboración de las autoras a partir de Hall (1997), Jenkins (2006) y Jin (2016).

RESULTADOS

El análisis discursivo del corpus permitió identificar patrones narrativos y simbólicos recurrentes presentes tanto en los K-dramas como en las producciones musicales del K-pop. A partir de la aplicación de las categorías analíticas definidas en la matriz de análisis discursivo, se identificaron cinco dimensiones principales que estructuran los discursos presentes en los contenidos analizados: narrativas de superación personal, representación de relaciones afectivas, discursos sobre éxito y disciplina, construcción de identidad juvenil y valores culturales asociados con la comunidad. Estas dimensiones permiten comprender cómo los productos culturales de la Hallyu articulan significados simbólicos

que pueden ser interpretados por las audiencias juveniles en sus procesos de identificación cultural.

Como plantea Van Dijk (1999), el análisis del discurso permite comprender cómo los textos mediáticos producen y reproducen significados sociales que influyen en la construcción de percepciones e identidades en las audiencias. En este sentido, los principales resultados del análisis discursivo se presentan en la Tabla 3.

Tabla3. Resultados del análisis discursivo del corpus

Corpus	Obra analizada	Estrategia discursiva identificada	Interpretación desde Van Dijk
K-drama	Crash Landing on You	Romanticización de diferencias culturales	Construcción de identidad positiva del “nosotros” a través del amor y la reconciliación
K-drama	Squid Game	Representación de desigualdad social extrema	Discurso crítico sobre estructuras de poder y exclusión social
K-drama	Itaewon Class	Narrativa de superación frente a injusticia	Resistencia discursiva frente a jerarquías sociales
K-drama	Goblin	Idealización del amor eterno	Construcción simbólica del destino y la conexión emocional
K-drama	The King: Eternal Monarch	Dualidad de mundos y poder político	Representación de estructuras de autoridad y legitimidad
K-drama	Descendants of the Sun	Heroísmo y sacrificio	Reproducción de valores nacionales y del deber colectivo
K-pop	Dynamite – BTS	Discurso de optimismo y energía colectiva	Producción de identidad positiva y cohesión social
K-pop	How You Like That – BLACKPINK	Empoderamiento y resiliencia	Estrategia de afirmación identitaria
K-pop	Love Scenario – iKON	Narrativa emocional de ruptura	Representación de experiencias afectivas compartidas

Corpus	Obra analizada	Estrategia discursiva identificada	Interpretación desde Van Dijk
K-pop	Gangnam Style – PSY	Sátira social y cultural	Crítica implícita a estilos de vida elitistas
K-pop	Boy With Luv – BTS	Amor juvenil y conexión emocional	Construcción discursiva de cercanía con el público
K-pop	Next Level – aespa	Narrativa futurista e identidad digital	Integración de imaginarios tecnológicos y culturales

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis discursivo del corpus.

Como se observa en la Tabla 3, los contenidos analizados presentan discursos relacionados con la superación personal, la construcción de identidad juvenil y la importancia de los vínculos afectivos. De acuerdo con Van Dijk (1999), los discursos mediáticos estructuran significados sociales a través de narrativas y representaciones que influyen en la forma en que las audiencias interpretan la realidad social.

Con base en el análisis discursivo del corpus, se identificaron relaciones entre las narrativas mediáticas presentes en los K-dramas y el K-pop y los procesos de construcción de identidad juvenil. Estas relaciones también pueden interpretarse a partir de la teoría de usos y gratificaciones, la cual explica cómo las audiencias obtienen beneficios simbólicos del consumo mediático. La Tabla 4 sintetiza estas conexiones entre discurso, identidad juvenil y gratificaciones.

Tabla 4. *Relación entre discurso mediático, identidad juvenil y gratificaciones*

Dimensión analítica	Elementos observados en K-dramas y K-pop	Relación con la identidad juvenil	Gratificaciones obtenidas
Narrativas emocionales	Historias de amor, amistad,	Refuerzan la identificación	Gratificación afectiva y

Dimensión analítica	Elementos observados en K-dramas y K-pop	Relación con la identidad juvenil	Gratificaciones obtenidas
	superación personal	emocional de los jóvenes con personajes e historias	entretenimiento
Representaciones de éxito y resiliencia	Personajes que superan desigualdades o adversidades	Construyen modelos aspiracionales de esfuerzo y movilidad social	Motivación personal e inspiración
Estética cultural coreana	Moda, música, lenguaje visual, coreografías	Apropiación cultural y construcción de gustos juveniles globales	Gratificación estética y cultural
Discursos de comunidad	Fandoms, interacción en redes sociales, consumo colectivo	Fortalecimiento del sentido de pertenencia a comunidades juveniles globales	Gratificación social e interacción
Narrativas de identidad y modernidad	Representaciones de juventud, tecnología y vida urbana	Contribuyen a la construcción de identidades juveniles contemporáneas	Gratificación de identidad personal

Fuente: elaboración propia basada en el análisis discursivo del corpus.

A partir de los patrones discursivos identificados en el corpus analizado y sintetizados en la Tabla 4, fue posible identificar un conjunto de categorías temáticas recurrentes que estructuran las

narrativas presentes tanto en los K-dramas como en los videoclips de K-pop seleccionados. Estas categorías emergen del proceso de análisis del discurso aplicado al corpus audiovisual y textual, considerando elementos narrativos, visuales y simbólicos presentes en las escenas, diálogos, letras musicales y construcciones estéticas de los contenidos analizados. Siguiendo el enfoque del análisis crítico del discurso propuesto por Teun A. van Dijk, se examinaron las estructuras de significado que organizan estas narrativas mediáticas y los valores culturales que transmiten a las audiencias. A partir de este procedimiento analítico se identificaron cinco dimensiones discursivas principales: narrativas de superación personal, representaciones de relaciones afectivas, discursos sobre éxito y disciplina, construcción de identidad juvenil y valores culturales asociados con comunidad y pertenencia. En los apartados siguientes se describen estas categorías con mayor detalle a partir de ejemplos representativos del corpus analizado.

Una de las categorías discursivas más recurrentes identificadas en el corpus analizado corresponde a las narrativas de superación personal. En los K-dramas examinados, las tramas suelen estructurarse alrededor de personajes que enfrentan obstáculos sociales, emocionales o económicos, los cuales son superados mediante esfuerzo individual, resiliencia y perseverancia.

En varias escenas analizadas se observa que los personajes principales atraviesan procesos de desarrollo personal que implican enfrentar adversidades familiares, conflictos laborales o dificultades económicas. Estas narrativas refuerzan discursos asociados con el valor del trabajo, la disciplina y la determinación como elementos fundamentales para alcanzar metas personales.

Este tipo de representación narrativa coincide con lo señalado por Jin (2016), quien sostiene que gran parte de los productos

culturales asociados con la ola coreana proyectan imaginarios de éxito contruidos a partir del esfuerzo individual, la perseverancia y la profesionalización artística dentro de la industria cultural surcoreana.

En el caso de los videoclips de K-pop, esta narrativa aparece principalmente a través de las letras de las canciones y la construcción visual de los artistas, donde se proyectan mensajes relacionados con la confianza personal, la perseverancia y la búsqueda del éxito artístico.

Otra dimensión relevante identificada en el análisis corresponde a la representación de relaciones afectivas, particularmente en los K-dramas, donde las narrativas románticas constituyen uno de los ejes centrales del desarrollo narrativo.

Las historias analizadas muestran relaciones caracterizadas por dinámicas emocionales intensas, conflictos sentimentales y procesos de reconciliación que estructuran el desarrollo de la trama. Estas representaciones suelen enfatizar valores como la lealtad, el compromiso emocional y el sacrificio personal en las relaciones interpersonales.

Desde la perspectiva de los estudios culturales, estas narrativas pueden entenderse como sistemas de representación que articulan significados emocionales y sociales en los productos mediáticos, tal como plantea Hall (1997) al analizar la función de los medios en la construcción simbólica de las relaciones sociales.

En el caso del K-pop, aunque las narrativas románticas no siempre aparecen de forma explícita en los videoclips analizados, sí se identifican discursos relacionados con las emociones, el afecto y las experiencias sentimentales en las letras de las canciones.

El análisis también permitió identificar discursos asociados con el éxito personal y la disciplina, particularmente visibles en la representación de trayectorias profesionales y procesos de formación artística.

En los K-dramas analizados, varios personajes principales desarrollan sus trayectorias personales a través de procesos de aprendizaje, entrenamiento o esfuerzo profesional, lo que refuerza una narrativa donde el éxito se presenta como resultado del trabajo constante y la dedicación.

De manera similar, en los videoclips de K-pop se observa una fuerte presencia de discursos relacionados con la profesionalización artística. La coreografía, la puesta en escena y la estética visual de los artistas proyectan una imagen de disciplina, precisión y excelencia técnica, elementos que forman parte del modelo cultural asociado con la industria musical coreana.

Este énfasis en la disciplina artística y la profesionalización del desempeño escénico ha sido identificado como una característica estructural de la industria del K-pop, donde el entrenamiento intensivo de los artistas forma parte del modelo de producción cultural desarrollado por las agencias de entretenimiento coreanas (Jin, 2016).

Los contenidos analizados también presentan representaciones que pueden asociarse con modelos simbólicos de identidad juvenil. Estas representaciones incluyen estilos de vida, aspiraciones personales y formas de autoexpresión que aparecen tanto en los personajes de los K-dramas como en la imagen pública de los artistas de K-pop.

En este sentido, los productos mediáticos asociados con la cultura pop coreana pueden funcionar como referentes simbólicos dentro

de las culturas juveniles globalizadas, donde las audiencias reinterpretan estos contenidos en sus propios procesos de construcción identitaria (Jenkins, 2006).

En los K-dramas, los personajes jóvenes suelen ser representados como individuos que enfrentan procesos de búsqueda personal, desarrollo profesional y construcción de relaciones sociales. Estas narrativas reflejan preocupaciones vinculadas con el crecimiento personal, la búsqueda de propósito y la construcción del proyecto de vida.

Por su parte, en el K-pop, la identidad juvenil se construye a través de elementos estéticos como el vestuario, el estilo visual, la coreografía y la performance escénica, los cuales proyectan modelos culturales asociados con la creatividad, la autenticidad y la expresión individual.

Finalmente, el análisis permitió identificar discursos relacionados con valores culturales y sentido de comunidad. En los K-dramas analizados se observa una presencia significativa de representaciones vinculadas con la importancia de la familia, el respeto intergeneracional y la solidaridad entre amigos.

Estos valores también aparecen en el K-pop a través de representaciones simbólicas de trabajo colectivo y cohesión grupal dentro de los grupos musicales. Las interacciones entre los miembros de los grupos y la relación simbólica con los fans contribuyen a construir discursos de pertenencia y comunidad que forman parte del fenómeno cultural asociado con la cultura pop coreana.

Este tipo de construcción simbólica de comunidad coincide con lo planteado por Iwabuchi (2002), quien señala que los productos culturales asiáticos que circulan globalmente pueden funcionar

como espacios de intercambio cultural donde se articulan sentidos de pertenencia transnacional entre audiencias diversas.

El análisis del corpus audiovisual y musical seleccionado permite observar cómo determinados patrones discursivos presentes en los contenidos de la Hallyu se articulan con procesos de interpretación cultural por parte de las audiencias juveniles en contextos locales.

Los resultados obtenidos muestran diversas dimensiones discursivas presentes en los K-dramas y el K-pop que contribuyen a la construcción de significados culturales e identitarios entre las audiencias juveniles. Estas dimensiones incluyen narrativas de superación personal, representaciones de relaciones afectivas, discursos asociados con el éxito y la disciplina, así como valores culturales vinculados con la comunidad y el sentido de pertenencia.

Desde la perspectiva de los estudios culturales, estos hallazgos pueden interpretarse a partir del planteamiento de Hall (1997), quien sostiene que los medios de comunicación funcionan como sistemas de representación que producen y circulan significados culturales. En este sentido, los contenidos mediáticos analizados no solo cumplen una función de entretenimiento, sino que también articulan discursos simbólicos que transmiten valores, aspiraciones y modelos de comportamiento social.

Las narrativas de superación personal identificadas en los K-dramas y en los contenidos musicales del K-pop refuerzan representaciones culturales asociadas con la resiliencia, el esfuerzo individual y la disciplina. Este tipo de discurso coincide con lo señalado por Jin (2016), quien argumenta que la industria cultural coreana ha desarrollado un modelo narrativo en el que el éxito personal se presenta como resultado del trabajo constante y la dedicación. En este sentido, los productos culturales de la Hallyu no solo proyectan

entretenimiento global, sino también imaginarios culturales que enfatizan valores asociados con el esfuerzo y la profesionalización.

Por otra parte, la presencia de representaciones intensas de relaciones afectivas en los K-dramas refleja la importancia del componente emocional dentro de estas narrativas. Las historias románticas y los conflictos sentimentales constituyen un elemento central en la construcción narrativa de estos contenidos, lo que contribuye a generar experiencias de identificación emocional entre los espectadores. Este fenómeno puede interpretarse a partir de la teoría de usos y gratificaciones, que plantea que las audiencias consumen determinados contenidos mediáticos en función de necesidades emocionales, sociales o simbólicas (Katz, Blumler & Gurevitch, 1973).

Asimismo, los resultados evidencian que el K-pop proyecta modelos de identidad juvenil a través de la estética visual, la performance escénica y la construcción de la imagen pública de los artistas. Estos elementos contribuyen a la formación de imaginarios culturales asociados con estilos de vida contemporáneos, creatividad, disciplina artística y expresión individual. En este sentido, los artistas de K-pop funcionan como referentes simbólicos dentro de las culturas juveniles globalizadas.

Estos hallazgos también pueden analizarse desde la perspectiva de la cultura participativa propuesta por Jenkins (2006), quien señala que las audiencias contemporáneas no se limitan a consumir contenidos mediáticos de forma pasiva, sino que participan activamente en la interpretación y circulación de significados culturales. Las comunidades de fans asociadas con la cultura pop coreana constituyen espacios donde los jóvenes construyen sentidos de pertenencia cultural y comparten interpretaciones colectivas sobre los contenidos mediáticos que consumen.

Finalmente, la presencia de valores culturales relacionados con la comunidad, el respeto y la cohesión social refleja elementos propios de la cultura coreana que continúan presentes dentro de estos productos mediáticos, incluso en su circulación global. Este aspecto coincide con lo señalado por Iwabuchi (2002), quien sostiene que los productos culturales asiáticos que circulan internacionalmente no necesariamente pierden sus características culturales originales, sino que pueden convertirse en vehículos de intercambio cultural dentro de contextos globalizados.

En conjunto, estos resultados sugieren que los discursos presentes en los K-dramas y el K-pop contribuyen a la construcción de significados culturales que pueden influir en las formas en que los jóvenes interpretan valores sociales, relaciones afectivas y modelos de identidad dentro de un entorno mediático globalizado.

A partir de los resultados obtenidos, surgen diversas líneas potenciales de investigación que podrían ampliar la comprensión del fenómeno analizado. En primer lugar, futuros estudios podrían profundizar en el análisis comparativo entre distintas ciudades o contextos socioculturales de América Latina con el fin de examinar si los procesos de apropiación cultural asociados con la Hallyu presentan características similares o divergentes según el contexto local.

Asimismo, resultaría pertinente explorar con mayor detalle el papel que desempeñan las plataformas digitales y las redes sociales en la consolidación de comunidades de fans y en la circulación de discursos culturales vinculados con el K-pop y los K-dramas.

Del mismo modo, nuevas investigaciones podrían analizar de manera más específica cómo las audiencias juveniles negocian o resignifican los valores culturales presentes en estos contenidos

mediáticos, particularmente en relación con cuestiones como género, aspiraciones profesionales y estilos de vida contemporáneos. Estas líneas de investigación abren preguntas relevantes para el campo de la comunicación y los estudios culturales, tales como: ¿de qué manera los discursos de la cultura pop coreana son reinterpretados dentro de contextos culturales latinoamericanos?, ¿qué papel desempeñan las comunidades digitales de fans en la construcción de identidades juveniles transnacionales?, y ¿cómo influyen los algoritmos y plataformas de streaming en la expansión y visibilidad de estos contenidos culturales a nivel global?

En conjunto, estas preguntas sugieren la necesidad de continuar explorando la relación entre globalización mediática, circulación cultural y procesos de construcción identitaria juvenil en entornos digitales contemporáneos.

CONCLUSIONES

El análisis de los discursos presentes en los K-dramas y el K-pop permite comprender que estos productos culturales no funcionan únicamente como formas de entretenimiento global, sino como espacios simbólicos donde se articulan valores, narrativas y representaciones que participan en la construcción de significados sociales entre las audiencias juveniles. A partir del estudio realizado en el contexto de la ciudad de Guayaquil, se evidencia que los contenidos asociados con la cultura pop coreana proyectan discursos vinculados con la superación personal, la disciplina, las relaciones afectivas y la construcción de aspiraciones individuales, elementos que forman parte de los imaginarios culturales que circulan en estos productos mediáticos.

Los resultados del estudio sugieren que los jóvenes consumidores de K-dramas y K-pop interactúan con estos contenidos no solo desde una lógica de entretenimiento, sino también como parte de procesos de interpretación cultural en los que se negocian valores, aspiraciones y modelos identitarios. En este sentido, los discursos presentes en estos productos culturales pueden convertirse en referentes simbólicos que contribuyen a la configuración de imaginarios juveniles asociados con el esfuerzo, la creatividad, la expresión personal y la búsqueda de proyectos de vida.

Desde una perspectiva teórica, los hallazgos refuerzan la importancia de analizar los contenidos mediáticos desde enfoques que integren la dimensión discursiva, las prácticas de consumo cultural y los procesos de construcción identitaria. En consonancia con los planteamientos de los estudios culturales, los medios de comunicación deben ser entendidos como espacios de producción de significado donde las audiencias participan activamente en la interpretación y resignificación de los mensajes que circulan en la cultura mediática contemporánea.

Asimismo, el estudio evidencia la relevancia de las comunidades de fans y de las dinámicas de interacción digital asociadas con la cultura pop coreana como espacios donde se fortalecen procesos de identificación cultural y pertenencia simbólica entre los jóvenes. Estas dinámicas reflejan la creciente interconexión entre cultura global y prácticas culturales locales, fenómeno que caracteriza a los entornos mediáticos contemporáneos.

Finalmente, el análisis desarrollado contribuye a ampliar la comprensión del impacto de los flujos culturales globales en contextos latinoamericanos, mostrando cómo productos mediáticos provenientes de otras regiones del mundo pueden ser apropiados, reinterpretados y resignificados por audiencias locales.

En este sentido, el estudio aporta evidencia empírica para el campo de los estudios de comunicación y cultura mediática, al evidenciar la manera en que los discursos culturales de la Hallyu interactúan con procesos de construcción identitaria juvenil en contextos urbanos latinoamericanos.

No obstante, este estudio presenta algunas limitaciones asociadas con el tamaño del corpus analizado y con el carácter exploratorio del enfoque discursivo aplicado. Futuros estudios podrían ampliar el corpus de análisis o incorporar metodologías comparativas que permitan examinar con mayor profundidad la recepción de estos contenidos en distintos contextos culturales.

REFERENCES

- Bryman, A. (2012). *Social research methods*. Oxford University Press.
- Chua, B. H., & Iwabuchi, K. (2008). *East Asian pop culture: Analysing the Korean wave*. Hong Kong University Press.
- Creswell, J., & Plano Clark, V. (2018). *Designing and conducting mixed methods research*. Sage.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Sage.
- Iwabuchi, K. (2002). *Recentring globalization: Popular culture and Japanese transnationalism*. Duke University Press.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. NYU Press.
- Jin, D. Y. (2016). *New Korean Wave: Transnational cultural power in the age of social media*. University of Illinois Press.
- Jung, S. (2011). *K-pop, Indonesian fandom, and social media*. Transformative Works and Cultures.
- Katz, E., Blumler, J., & Gurevitch, M. (1973). *Uses and gratifications research*. Public Opinion Quarterly.

- Kim, H., & Cho, S. (2024). Impact of Hallyu on language acquisition and cultural identity among youth. *Journal of Linguistics and Communication Studies*.
- Lee, S. (2020). The globalization of K-pop and Korean cultural industries. *International Journal of Cultural Studies*.
- Lie, J. (2015). K-Pop: Popular music, cultural amnesia, and economic innovation in South Korea. University of California Press.
- Morgan, D. (1997). *Focus groups as qualitative research*. Sage.
- Oh, I., & Park, G. (2012). From B2C to B2B: Selling Korean pop music in the age of new social media. *Korea Observer*.
- Otmazgin, N., & Lyan, I. (2014). Hallyu across the desert: Korean pop culture in the Middle East. *Cross-Currents*.
- Shim, D. (2006). Hybridity and the rise of Korean popular culture in Asia. *Media, Culture & Society*.
- Van Dijk, T. A. (1998). *Ideology: A multidisciplinary approach*. Sage.
- Valenciana, C., & Pudjibudojo, J. (2022). Korean Wave and millennial youth culture. *International Journal of Cultural Studies*.
- Yoon, K. (2022). *Diasporic Hallyu: The Korean Wave in Korean Canadian youth culture*. Palgrave Macmillan.
- Zhang, Q., & Negus, K. (2020). Global market segmentation and the Korean Wave. *Journal of Asian Business and Economic Studies*.