



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE
LACOMUNICACIÓN**

**Animación japonesa y su influencia en el estilo de vida de
jóvenes, caso de un centro comercial, Lima, 2022**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

AUTORES:

Arias Acho, Zack Angelo (orcid.org/0000-0001-6993-9735)

Cutipa Solis, Johana Mariella (orcid.org/0000-0003-1728-4540)

ASESOR:

Mg. Santillan Arruz, Jose Santos (orcid.org/0000-0002-5658-9710)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

Lima - Perú

2022

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo a toda persona que persiste en la búsqueda de conocimiento, todo aquel joven que persigue sus sueños. Asimismo, a docentes, familiares y amigos que nos brindaron apoyo incondicional en cada etapa de nuestro camino académico. El siguiente trabajo representa el fruto de nuestro esfuerzo, compromiso y dedicación. Gracias por ser parte de este logro.

AGRADECIMIENTO

Expresamos nuestro sincero agradecimiento a cada docente que impartió conocimiento, dedicación y paciencia en nuestro proceso formativo. Asimismo, a nuestra familia y amigos, que siempre se encontraron junto a nosotros, brindándonos su cariño, amor y apoyo. Muchas gracias por formar parte de nuestras vidas.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos	vi
Resumen	vii
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	6
III. METODOLOGÍA	25
3.1 Tipo y Diseño de Investigación	25
3.2 Variable y Operacionalización de la variable	26
3.3 Población, muestra y muestreo	29
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	31
3.5 Procedimientos	34
3.6 Métodos de análisis de datos	35
3.7 Aspectos éticos	36
IV. RESULTADOS	37
V. DISCUSIÓN	43
VI. CONCLUSIONES	47
VII. RECOMENDACIONES	49
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	50
ANEXOS	58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 01: Identificación de variables	26
Tabla 02: Dimensiones e indicadores (Variable 1)	27
Tabla 03: Dimensiones e indicadores (Variable 2)	29
Tabla 04: Delimitación de la Población	30
Tabla 05: Composición de la muestra por género	31
Tabla 06: Separación de la muestra por edad	31
Tabla 07: V de Aiken	33
Tabla 08: Aprobación de juicio de expertos (V de Aiken)	33
Tabla 09: Alfa de Cronbach	34
Tabla 10: Resumen de procesamiento de casos	34
Tabla 11: Nivel de confiabilidad	34
Tabla 12: Ficha Técnica del instrumento de investigación	34
Tabla 13: Tabla de frecuencia Objetivo General	37
Tabla 14: Tabla de frecuencia Objetivo Específico 01	38
Tabla 15: Tabla de frecuencia Objetivo Específico 02	40
Tabla 16: Tabla de frecuencia Objetivo Específico 03	41

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 01: Gráfico de barras - Objetivo General	37
Gráfico 02: Gráfico de barras - Objetivo Especifico 01	39
Gráfico 03: Gráfico de barras - Objetivo Especifico 02	40
Gráfico 04: Gráfico de barras - Objetivo Especifico 03	42

RESUMEN

El presente proyecto de investigación se centra en el análisis de los elementos que componen a la animación japonesa como producto audiovisual y cómo estos influyen en el estilo de vida de jóvenes que asisten al Centro Comercial Arenales. De tal modo, se describe la relación de su mensaje, examina la relación de la narrativa audiovisual e identifica la relación del uso de plataformas digitales, esto tomando en cuenta la problemática mencionada. Asimismo, se hizo uso de la metodología de enfoque cuantitativo, siendo una investigación de tipo aplicada, con un diseño no experimental de corte transversal. Por otro lado, se utilizó un cuestionario como instrumento de recopilación de datos, teniendo una muestra conformada por 93 individuos pertenecientes a un grupo de 124 jóvenes que asisten con regularidad al mencionado centro comercial.

PALABRAS CLAVE: Animación japonesa, influencia, estilo de vida, mensaje, narrativa audiovisual, plataformas digitales.

ABSTRACT

This research project focuses on the analysis of the elements that make up Japanese animation as an audiovisual product and how these influence the lifestyle of young people who attend the Arenales Shopping Center. In this way, the relationship of its message is described, it examines the relationship of the audiovisual narrative and identifies the relationship of the use of digital platforms, this taking into account the aforementioned problems. Likewise, the quantitative approach methodology was used, being an applied type of research, with a non-experimental cross-sectional design. On the other hand, a questionnaire was used as a data collection instrument, with a sample made up of 93 individuals belonging to a group of 124 young people who regularly attend the aforementioned shopping center.

KEYWORDS: Japanese animation, influence, lifestyle, message, audiovisual narrative, digital platforms.

I. INTRODUCCIÓN

La animación japonesa como tal, es compleja en definición y origen, puesto que en la actualidad existen numerosos artículos relacionados a su historia, que no terminan por identificar o localizar sus principios. Sin embargo, se menciona a Astroboy, creado en 1963 por Osamu Tezuka, como el primer anime fundador de las bases que hoy en día conforman el lenguaje audiovisual de la animación japonesa.

El anime, como producto de la cultura nipona, ha tenido gran repercusión dentro de América Latina, estableciéndose como un fenómeno comunicacional, social y cultural. En este sentido, Perú fue uno de los primeros países en emitir el anime, establecido y reconocido con tal denominación, presentando a través de señal abierta en 1967, Astroboy, actuando como principal referente de la cultura nipona, logrando así, dar paso a posteriores animaciones que surgieron con el pasar del tiempo. De este modo, es factible mencionar a entregas como Dragon Ball Z, Candy, Marco, Heidi, entre otros, que formaron parte de la infancia de nuestros padres e incluso abuelos, generación que desde entonces, ya se sentían atraídos por el estilo de animación y narrativa que proponía el país asiático.

Asimismo, a través de los años el avance de la tecnología se ha visto reflejada en su estrecha brecha con la sociedad, plasmando su evolución en diversos aspectos que simplifican ciertas actividades, llegando a satisfacer y representar una necesidad para el pleno desarrollo de la vida cotidiana del hombre. En tal sentido, el ejemplo más resaltante de hoy en día, se centra en el uso de la internet, facilitando la adquisición de información almacenada digitalmente, la importancia de este proceso recae en generar grandes oportunidades de difusión, donde las culturas y costumbres se dispersan a través de la red, a la velocidad de un click.

Los aspectos plasmados a través de factores artísticos que caracterizan a la comunicación, como el ritmo, puesta en escena, presentación de los personajes, animación, dibujo, sonorización, doblaje, construcción y evolución de la narrativa, han ayudado a la expansión de la cultura japonesa a ganar notoriedad, debido al formato por el cual se transmite, planteando al anime como el medio propicio para

la promoción de dicha cultura, donde se expone factores costumbristas del país asiático como la comida, las locaciones, las festividades, los rituales, entre otros.

En este sentido se plasma al anime como un acercamiento a la identidad japonesa, abriendo sus puertas al conocimiento del mundo, teniendo como base el manga o representación gráfica, para luego adaptarse al formato de video, logrando de esta manera su popularidad entre los espectadores debido a su versatilidad en estilos de animación como en temáticas, desarrollando problemáticas reales en escenarios fantásticos, ceñidos al estilo que el autor desea dar a conocer en su obra.

La respuesta positiva por parte de los espectadores crece de forma exponencial, señalando a la animación japonesa como una ventana de escape, de tal forma que se crean comunidades con este único interés en común, aceptando al anime como parte de su día a día, identificándose con los personajes o con la historia detrás.

Entre los seguidores de esta cultura que se extiende en distintos países, también se encuentran compatriotas con los mismos afines, aquellos que tienen la posibilidad de contar con un espacio para compartir junto a otras personas, su aceptación al anime. En Lima, los curiosos que se acercan a esta cultura suelen visitar con espontaneidad, el Centro Comercial Arenales, lugar que se mantiene en apogeo debido a que cuenta con distintos comercios enfocados a la animación japonesa, entre otros negocios dedicados a la cultura popular, tales como la venta de comics, videojuegos, moda asiática y más. Sin embargo, predomina la colección de mangas, figuras de acción y vestimenta orientada a los animes emitidos a nivel mundial, puesto que la esencia de dicho centro comercial, resurgió con este tipo de cultura en los años 90 's.

No obstante, el Centro Comercial Arenales no es solo un lugar de compra y venta, sino, como se mencionó en un inicio, un espacio para compartir el gusto por el anime y sus distintas vertientes. Cada día, especialmente los fines de semana, las tiendas y los pasillos, se convierten en el lugar idóneo para que grupos de jóvenes puedan conversar y vivir una experiencia amena, junto a gente con las mismas aficiones.

Sin embargo, el acercamiento a una cultura puede significar el alejamiento de sus raíces y la aceptación de la cultura japonesa como propia, afectando su percepción de identidad cultural.

Los múltiples cambios que suscitan en la sociedad, intervienen en el pensamiento individual de cada persona, cambiando la perspectiva que tienen del mundo, de acuerdo a su propio entorno. Perú no es ajeno a tal fenómeno, siendo las olas culturales y globalización, factores influyentes e inevitables del consumo de sus ciudadanos, por ende, de la forma en la que perciben el mundo (Pachas, 2020, p. 4).

Es de suma importancia llevar a cabo un monitoreo estable, con la finalidad de obtener datos estadísticos específicos, en relación al anime como referente de la cultura popular japonesa. Por ello, el desarrollo del siguiente estudio de investigación, busca ser una opción para presentar el grado de influencia en el desenvolvimiento de actitudes y/o comportamientos por parte de jóvenes que visitan el Centro Comercial Arenales, teniendo en cuenta el análisis de aspectos audiovisuales, tales como el mensaje, narrativa y el medio por el cual se transmite el producto.

Ante lo expuesto, se formula como **problema general** de la investigación: ¿Cuál es la relación de la animación japonesa y su influencia en el estilo de vida de jóvenes, caso de un centro comercial, Lima, 2022? Asimismo, se plantean como **problemas específicos**, las siguientes interrogantes:

- ¿Cuál es la relación del mensaje en la animación japonesa y su influencia en el estilo de vida de jóvenes, caso de un centro comercial, Lima, 2022?
- ¿Cuál es la relación de la narrativa audiovisual en la animación japonesa y su influencia en el estilo de vida de jóvenes, caso de un centro comercial, Lima, 2022?
- ¿Cuál es la relación del uso de plataformas digitales en la animación japonesa y su influencia en el estilo de vida de jóvenes, caso de un centro comercial, Lima, 2022?

La evolución de la tecnología ha repercutido notablemente en la gestión y creación de nuevo contenido basado en la animación japonesa, dando paso a su viralización a través de las plataformas streaming e incluso los canales de televisión por cable. De este modo, con el paso de la globalización, las costumbres del país asiático en base al entretenimiento, han surgido como nueva fuente de desarrollo personal en nuestra sociedad, siendo cada vez mayor la cantidad de personas que se incorporan a dicho movimiento. Por lo tanto, el anime como producto audiovisual, representa parte fundamental de este proceso, pues a raíz de ello, se generan nuevos escenarios en base a los distintos fragmentos que componen una animación japonesa, tales como su categoría, historia, mensaje, sonido, entre otros aspectos que terminan por fidelizar una cultura que no está arraigada a nuestro país.

La investigación es conveniente porque los resultados que se obtendrán a raíz del estudio darán a conocer como los elementos que componen el anime, logran influir en el estilo de vida que mantienen los jóvenes del Centro Comercial Arenales, a raíz de la aceptación del producto como parte de su vida cotidiana. De este modo, la presente investigación surge de la necesidad de estudiar los conflictos mencionados, abarcando un proceso comunicacional en base a la influencia del mensaje y narrativa que se emite mediante un producto audiovisual.

Como justificación práctica, se toma en cuenta la relevancia de la investigación, como una fuente de análisis para futuros comunicadores que pretendan estudiar un fenómeno comunicacional sujeto a un material audiovisual con elementos innovadores predispuestos en su elaboración, constatando la percepción y cambios a los que se encuentran expuestos los jóvenes a través de sus elementos. Es decir, la determinación de factores, como la frecuencia de asistentes al centro comercial, los cambios optados por los jóvenes en el estilo de vida, cómo su influencia llega a afectar a su comportamiento, acciones, pensamientos y gustos, permitiendo que se acerquen a la cultura japonesa, la cual es promovida dentro del anime en cuestión.

Teóricamente la investigación hace uso de la teoría de estudios culturales, permitiendo conocer en mayor medida la relación entre el receptor y su percepción de los productos culturales que se exponen en grandes masas.

Gracias a la recopilación de información, se permitirá dar a conocer la importancia de los elementos fundamentales que componen la animación japonesa, en base a la formación de los estilos de vida de sus seguidores. Para ello se hace uso de las variables de animación japonesa y estilo de vida, además se incluyen dimensiones que servirán como antecedentes para futuros trabajos de investigación.

En el caso de la metodología, se justifica un enfoque de investigación cuantitativa, de tipo aplicada y nivel descriptivo, ya que se estudiará la realidad del contexto, del cual se elaborarán resultados y conclusiones de acuerdo a los objetivos planteados.

En este sentido, se establece como **objetivo principal** del presente documento académico: Analizar la animación japonesa y su influencia en el estilo de vida de jóvenes, caso de un centro comercial, Lima, 2022. Cuyos **objetivos específicos** se determinan de acuerdo a las dimensiones de la investigación:

- Describir la relación del mensaje en la animación japonesa y su influencia en el estilo de vida de jóvenes, caso de un centro comercial, Lima, 2022
- Examinar la relación de la narrativa audiovisual en la animación japonesa y su influencia en el estilo de vida de jóvenes, caso de un centro comercial, Lima, 2022
- Identificar la relación del uso de plataformas digitales en la animación japonesa y su influencia en el estilo de vida de jóvenes, caso de un centro comercial, Lima, 2022

De igual modo, la presente investigación posee como **hipótesis general**: La animación japonesa tiene una influencia positiva en el estilo de vida de jóvenes, caso de un centro comercial, Lima, 2022. Asimismo, cuenta con las siguientes **hipótesis específicas**:

- Existe una relación positiva del mensaje en la animación japonesa y su influencia en el estilo de vida de jóvenes, caso de un centro comercial, Lima, 2022

- Existe una relación positiva de la narrativa audiovisual en la animación japonesa y su influencia en el estilo de vida de jóvenes, caso de un centro comercial, Lima, 2022
- Existe una relación positiva del uso de plataformas digitales en la animación japonesa y su influencia en el estilo de vida de jóvenes, caso de un centro comercial, Lima, 2022

II. MARCO TEÓRICO

Con la finalidad de ayudar a fundamentar nuestro tema de estudio, en el siguiente capítulo se hará uso de diversas exposiciones de trabajos de investigación que guarden relación con el tema principal de este proyecto, por lo tanto se hace uso de tesis nacionales e internacionales. A su vez, se analizarán los trabajos mencionados de manera rigurosa, con la intención de aportar conocimientos en base al tema de investigación. Por lo tanto, entre los principales estudios, se encuentran a los siguientes autores.

A continuación, los **antecedentes nacionales**:

Rojas (2019) en su investigación titulada **“La influencia del anime en la conducta de los jóvenes que visitan el Centro Comercial Arenales en el año 2019”**, tesis para optar por el título profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

Su objetivo fue conocer cuál es la influencia que logra causar el anime en la conducta de jóvenes de 18 a 25 años, que visitaron reiteradamente el centro comercial, en el año 2019. Para ello, usó un diseño de investigación no experimental, de tipo transversal, descriptivo y explicativo, con un enfoque cuantitativo, utilizando como técnica de estudio, la encuesta.

Finalmente obtuvo como conclusión que la influencia del anime en las acciones de los jóvenes, es positiva, puesto que sus elementos visuales generan un mayor desarrollo en la inteligencia emocional, además de fortalecer su empatía.

Maguiña (2021) en su investigación denominada **“El anime y la identidad otaku en jóvenes universitarios. El caso de “Ukato no Sekai”**, estudio realizado para la obtención de grado de licenciada.

Su objetivo fue dar a conocer cuál y cómo es la relación que se da entre la animación japonesa y la construcción de identidad denominada otaku, en los jóvenes universitarios del grupo “Ukato no Sekai”. Para su investigación, se hizo uso de un estudio tipo descriptivo, basándose en una metodología de enfoque cualitativo, el cual fue de tipo fenomenológico, ya que se tomaron las experiencias de los jóvenes en base a un proceso común.

Posteriormente, se concluyó que la identidad es un proceso que se va construyendo con el pasar de los años, por lo tanto, la identidad otaku de los participantes en el estudio, comenzaron a formarse desde la infancia, siendo desarrollados en la adolescencia y afirmándose en la juventud.

Gonzales (2021) en su tesis titulada como **“La serie japonesa “Dragon Ball z” y su influencia en la conducta social de los jóvenes y adultos de 20 a 40 años en el distrito de Lince: Año 2021”**.

Su objetivo general fue determinar de qué manera la serie Dragon Ball Z, influyó en la Conducta Social de los jóvenes y adultos de 20 a 40 años, en el Distrito de Lince, en el año 2021. De tal modo, el autor utilizó una metodología hipotético-deductivo. Asimismo, posee un enfoque cualitativo, utilizando la encuesta como técnica de estudio.

Como conclusión de la investigación, el autor menciona que el anime tiene una influencia positiva en el accionar de los jóvenes, pues desarrollan en ellos, valores como la empatía, amistad y el aprendizaje.

Yache (2020) en su investigación **“Las funciones del leitmotiv musical como componente narrativo de los géneros de animación japonesa Shonen y Seinen”**, tesis para optar por el título profesional de Licenciado en Comunicación Audiovisual en Medios Digitales.

Su investigación tiene como objetivo, determinar cuales son las funciones que cumple el leitmotiv musical, esto, como un componente narrativo de la animación

japonesa, en la categoría de Shonen y Seinen. Por otro lado, realizó un estudio cualitativo, de tipo descriptivo, ya que comprendió la lectura y análisis de discursos audiovisuales.

Se concluyó que el leitmotiv musical cumple diversas funciones dentro de la animación japonesa, tales como la descriptiva, indicativa y sustantiva, posicionándose así como un componente narrativo. Asimismo, el sonido posee un sentido predominante en la narración de la animación.

Chirinos (2020) en su investigación **“Análisis de la narrativa audiovisual del anime “Tu nombre” como contribución al reflejo de su identidad cultural japonés. Lima. 2020”**, para obtener el título profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

Su objetivo consta de identificar de qué manera la narrativa audiovisual del anime “Tu nombre”, apoya a su identidad cultural japonés. Asimismo, propone el análisis de elementos visuales, sonoros y narrativos. Asimismo, la investigación tuvo un enfoque cualitativo, además de presentar una técnica de interpretación y descripción de los sujetos de estudio.

Se concluye que los planos, ángulos, sonido, elementos visuales en general, contribuyen en el reflejo de la identidad cultural japonesa, actuando como transmisores que destacan al producto audiovisual.

Por otro lado, a continuación se presentan los **antecedentes internacionales**:

Balderrama (2019) en su investigación titulada **“El proceso de consumo cultural de los usuarios del grupo de Facebook Los Mugiwara (One Piece) del manga y anime One Piece durante el 2019”**.

Su objetivo fue determinar el proceso de consumo cultural de los usuarios del grupo de Facebook Los Mugiwara (One Piece) del manga y anime One Piece, tomando aspectos como el contenido, su aplicación, producción, además de la construcción de conocimiento de los usuarios del grupo en cuestión. Su investigación es de enfoque cualitativo, de tipo explicativa, pues engloba técnicas de grupos focales, entrevistas, análisis del discurso y netnografía.

Finalmente, como conclusión, se demuestra que los usuarios pertenecientes a la población tienen un rol que va más allá de ser un simple espectador, pues brindan al producto, un valor especial. De tal modo, proceden a buscar más información, creando y replicando el contenido del anime, expandiendo el proceso de consumo cultural.

Sosa (2020) presenta un artículo de investigación titulado como **“Anime, globalización y adaptaciones”**.

Como objetivo, buscó analizar el fenómeno de las adaptaciones temáticas del manga-anime a la lógica de la industria cinematográfica occidental. Para ello, se reconstruyó la historia del anime y su industria en relación al mercado occidental, además de ejecutar un análisis de una cinta japonesa adaptada al cine tradicional.

Finalmente concluye que en la adaptación estadounidense, los conflictos centrales del protagonista y personajes secundarios, son resueltos en base a la venganza, teniendo una visión individualista, acción típica de la industria occidental. Sin embargo, en la versión original existe una idea de evolución, es decir, se resuelven los conflictos centrales en torno al conocimiento y redescubrimiento de uno mismo, realizando un sacrificio individual en beneficio a la causa social, siendo este un elemento representativo de la cultura oriental.

Intriago y Rodriguez (2018) en su investigación titulada **“Influencia cultural del anime japonés en la recepción de estudiantes de Diseño gráfico de la Universidad de Guayaquil”**.

Su objetivo dentro del estudio, es determinar la influencia cultural que tiene el anime en la recepción comunicológica en los estudiantes de primer semestre a tercer semestre de la carrera de Diseño gráfico de la Universidad de Guayaquil en 2017, analizando sus nuevas formas de socialización. Asimismo, la investigación posee un diseño no experimental-transeccional, de tipo descriptivo.

Como conclusión, los autores determinaron que la construcción de las aficiones de los jóvenes, se generan a partir de la visualización de la forma de expresión de los fanáticos (grupos sociales, formas de vida, intereses) además de generar procesos de transculturación e interculturalidad.

Arias, Robledo y Cobos (2020) en su investigación titulada “**Consumo de anime en la población universitaria de Cartagena**”.

Su objetivo fue analizar el consumo de anime en la población universitaria de Cartagena (Colombia). Para la investigación, se hizo uso de un enfoque mixto, de tipo exploratorio y descriptivo, además de utilizar la encuesta como técnica.

Como conclusión, gran cantidad de participantes que consumen la animación japonesa, conciben el producto como una guía para su propia vida, puesto que se identifican con las historias y personajes, sobre todo con los valores como la perseverancia, responsabilidad y espíritu de lucha.

Para culminar con las antecedentes internacionales, se presenta a:

Gómez (2018) en su tesis titulada “**Globalización animada. Latinización del anime japonés y su asimilación en México**”.

En él, resalta como objetivo principal detallar el proceso de adaptación y adopción de la latinización del anime, brindando conceptos básicos para entender la cultura moderna y la globalización. Por otro lado, posee un enfoque cualitativo ya que contrasta los conceptos a medida que se desarrolla la investigación.

Finalmente, el autor concluyó que el anime es una manifestación cultural, que se entiende dentro de la comunicación, como un mensaje. Además, menciona que la tecnología y globalización han potenciado el consumo del producto, logrando una distribución masiva alrededor del mundo.

En mención de lo anterior, para dar respaldo a la investigación, el presente estudio se basa en la **teoría de estudios culturales**, como teoría de la comunicación, la cual responde a la relación entre el individuo y los mensajes o productos culturales que recibe por parte de los medios de comunicación, afirmando que los receptores pueden reinterpretar los mensajes de acuerdo a su percepción.

La **teoría de estudios culturales** nace en Birmingham, Inglaterra, a finales de los años cincuenta, teniendo como base fundadora, los trabajos de investigación de los autores Richard Hoggart, Edward P. Thompson y Raymond Williams. Sin

embargo, no fue hasta 1964, que se consolidó como una institución, dada la creación del Centro Contemporáneo de Estudios Culturales (CCEC) en la Universidad de Birmingham. Asimismo, a este grupo de investigadores, considerados como fundadores de la teoría, se une un cuarto hombre llamado Stuart Hill, sin embargo, este no tuvo participación directa en la Segunda Guerra Mundial, por lo cual su producción en torno a conocimientos científicos, no maduraron hasta los inicios de 1970.

En 1957, Richard Hoggart publicó un libro titulado como “The Uses of Literacy: Aspects of Working-Class Life with Special References to Publications and Entertainments”. En él, estudia a la clase obrera y la influencia que tienen los medios de comunicación modernos sobre ellos.

Un año después, en 1958, Raymond Williams publica “Culture and Society”, obra que explora la inconsciencia cultural en base a los términos de cultura de masas, fundamentando su idea e historia en una producción de ideología.

Por otro lado, en 1963, Thompson elabora una obra nombrada como “The Making of the English Working Class”, libro catalogado como una reflexión de la historia social, puesto que se centra en cómo las clases populares oponen resistencia, en el pasar de sus días.

Eguzki (2009) menciona que Williams y Thompson compartían la misma visión de la historia, fundamento que se construye en torno a la lucha de las clases sociales, además de la interacción entre la cultura y economía, teniendo como noción, la resistencia al orden capitalista.

Con aquellos conocimientos, surge un nuevo acercamiento al estudio de comunicación de masas, proponiendo como concepto, el interés de analizar el comportamiento de la sociedad en base al sentido de atribución de la realidad, prácticas sociales, desarrollo de una cultura, entre otros. En otras palabras, analizar de manera más compleja su comportamiento, cómo es que se forman los patrones culturales y cómo se producen en determinadas sociedades, tomando factores como la ideología, economía, entre otros. Por ello, se cuestiona qué es lo que hacen las audiencias con los productos culturales y mensajes que reciben por

parte de los medios de comunicación, además de reflexionar en cómo una cultura gana poder paulatinamente para convertirse en una hegemonía.

Luengo (2006) indica que la manipulación técnica, se centra en la forma o estructura que el autor decida darle a su obra, como el uso de todos los recursos de la misma para la construcción final del mensaje, no obstante, dicho mensaje puede quedar en segundo plano al ser recepcionados por una persona con cuyas creencias, decisiones y costumbres le dan un nuevo sentido (p. 108). De tal modo, se propone una nueva interpretación a la relación entre la producción del mensaje y la recepción del mismo.

En latinoamérica se plantea la construcción de culturas híbridas de acuerdo a la intervención de los medios de comunicación en la cotidianidad de las personas, significando un apartado en sus nuevas prácticas sociales, otorgando un rol más activo al público o audiencia.

De este modo nos centramos en lo que constituye un producto cultural en base a los medios de comunicación, haciendo referencia a documentales, películas, series e incluso la música que se consume, construye y forma parte del individuo como de la cultura colectiva, sin embargo esto, en muchos casos significa la adaptación y desarrollo de una sola cultura dejando en atrás las demás.

En este sentido se aborda la problemática en estudio en relación a la teoría de la comunicación elegida, presentando a la cultura japonesa como dominante en el anime, siendo transmitida por diversas plataformas digitales para el consumo de los curiosos que sienten atracción por este estilo de animación, narrativa y mensaje. Planteando al anime como producto audiovisual del cuál la audiencia pueda reinterpretar mensajes, adoptar costumbres, moda e incluso gustos alineados a la cultura japonesa, propagándose a través del lenguaje audiovisual para su fácil comprensión y accesibilidad.

Asimismo, es de suma importancia definir conceptualmente los enfoques de las variables y por consiguiente, dar paso a una mayor comprensión de sus categorías y dimensiones. Por lo cual, con apoyo de las bases teóricas que existen en libros e investigaciones, se presenta el desarrollo de los conceptos mencionados en la presente investigación.

Como primera variable, se propone a la **animación japonesa**, actualmente representada como una de las mayores expresiones, en lo que a cultura se refiere. Oliva (2018) menciona que el término, normalmente es utilizado para distinguir a dicha animación, de la occidental, pero, no solo se refiere a su procedencia, sino también a sus diferentes temas, estilos y tendencias, además de diversas características técnicas propias.

Asimismo, coloquialmente se conoce a este tipo de animación, como “anime”. La palabra anime proviene de la misma adaptación del ciudadano japonés a la palabra animación, de idiomas como el inglés o el francés, refiriéndose a un producto animado. Por lo tanto, también se le puede dar el nombre de dibujo animado, siendo a su vez, identificado como la habitual forma japonesa de animación (Meo, 2016, p. 253).

Un primer elemento a señalar es que, a diferencia de la animación norteamericana clásica que se pensaba como destinada a un público preponderantemente infantil, el animé conoció desde sus inicios, y por herencia del manga, una variedad de géneros divididos en base al público al que estaba destinado, y esto incluía a públicos adolescentes y adultos. (Belluci, 2017, p. 25)

Por lo tanto, el anime es la unión entre un arte visual y un conjunto de narrativas, el cual obtiene como resultado, diversos grupos de géneros que a su vez son más provocativos, explícitos y con una mayor complejidad en sus historias, esto en comparación con productos similares en el mundo occidental (Goldenstein y Meo, 2010, p. 31).

Según lo expuesto, se considera al anime como un fenómeno sociocultural, de modo que, posee la capacidad para generar diversas sensaciones en sus espectadores, tales como nuevos sentidos, gustos e intereses por el producto. El que se construyan mensajes audiovisuales, en conjunto de distintos elementos culturales, permitirá que la audiencia analice el contenido de manera crítica, dado el contexto en el cual se presente y el grado de inferencia que cause sobre ellos (Intriago, p. 21).

Expuesto lo anterior, se demuestra que el proceso de globalización, no siempre trae consigo consecuencias como la pérdida de expresión de una cultura. Por el

contrario, diversas culturas se adaptan a las nuevas tecnologías y formas de producción, con sus ideales y objetivos, para llevar a cabo nuevas producciones que permitan expresar su singularidad en un mundo altamente globalizado (Sosa, 2020, p. 6).

Luego de observar la definición de la animación japonesa/anime, es importante mencionar también a sus principales componentes, teniendo como primera dimensión de la variable, el **mensaje** que busca proporcionar en sus productos.

Al respecto, Aguado (2004) menciona que el mensaje es la unidad de intercambio de la comunicación, a su vez, catalogado como un concepto esquemático y cosificador que rompe la fluidez del proceso comunicativo y hace posible su compartimentación en turnos.

De tal modo, como indicador de la dimensión mencionada, se toma en cuenta el **discurso** en la animación japonesa.

Un italiano especializado en filosofía oriental, mencionó en uno de sus ensayos que, tanto el manga como el anime, poseen el mérito de haber realizado de manera positiva, la insensatez humana y el indescriptible poder del yo. Esto, en una época en la cual los humanos poseen una desmesurada dependencia por la tecnología y sus inventos (Turmo, 2009, párr. 10).

De tal modo, tomando como referencia el mensaje que se presenta reiteradamente en cada anime, se llega a la conclusión que, en parte de su desarrollo, mayormente el protagonista y personajes secundarios toman las fuerzas necesarias para querer luchar ante una adversidad compleja, sin importar consecuencias posteriores, siendo fuertemente influenciados por sus ideales.

Por lo tanto, en la animación japonesa se presenta el sentido del deber, el cual explica que uno debe lograr los ideales y cumplir con los deberes expuestos, sin importarle su propia felicidad personal; he aquí la verdadera fuerza que posteriormente nos ayudará a buscar un camino interno. El protagonista a menudo, decide anteponer sus sentimientos personales, alejándose de ellos para asumir su responsabilidad, logrando hacer un sacrificio propio. Este sentido del deber, es inspirado por la historia militar en Japón (Galindo, 2017, p. 22).

Finalmente, el espectador empatiza con este tipo de contenidos, debido al carácter poético, onírico y metafórico que se presentan en la mayoría de animes, donde a su vez, los personajes involucrados afrontan situaciones para lograr su objetivo; acciones que hacen reflexionar al espectador, al comprender el porqué de cada acto (Urbina, 2021, p. 1).

Por otra parte, se evidencia que el anime posee aspectos culturales de Japón, pero, representados de manera artística. Por ello, se plantea como segundo indicador las **referencias culturales** de la animación japonesa.

Intriago (2017) menciona que, este tipo de animación, además de mostrar de manera creativa a la sociedad japonesa, también refleja sus costumbres y tradiciones, esto en base a contenidos que son de interés para las audiencias.

Las referencias culturales de Japón, así como su historia, se representan en el anime, pues, al fin y al cabo, es una producción de su misma cultura popular, donde se da paso a diferentes leyendas y mitos, especialmente en animaciones con historias fantásticas (Vidal, 2010, p. 28).

Shamoon (2013), citado por Aliaga (2020), evidencia que muchas de las animaciones japonesas, se encuentran basadas en la mitología y el folklore japonés, pero, se transforman las historias y leyendas para una audiencia más modernizada.

No obstante, para que el mensaje que se pone a disposición del público, tenga la relevancia esperada, se debe encontrar inmerso dentro de una buena historia, por lo cual, como tercer indicador, se presenta a la **narrativa** de la animación japonesa.

Galindo (2017) menciona que una de las características más importantes de la animación japonesa, es el desarrollo de historias complejas que se van presentando a lo largo de diferentes capítulos.

De igual forma, Bellucci (2017) afirma que el anime no sólo se distingue por el modo y las formas que emplea (rasgos retóricos), sino que además se separa de la norma occidental también en aquello que nos cuenta y en cómo lo cuenta (rasgos temáticos).

La narrativa del anime, basa su estructura en la división de dos conceptos, como lo bueno y lo malo, natural y artificial, entre otros, los cuales evidencian el dogmatismo que existe entre las ideas propuestas, a través de una realidad que refuta los valores éticos del estado en el que se encuentran las cosas en su momento (Acevedo, 2020, párr. 44).

En la actualidad, las historias son narradas por partes, sin embargo, todas poseen un hilo conductor que hace que la trama se una de manera apropiada, con la finalidad de lograr un común denominador entre lo que se cuenta, logrando así mostrar la intención de lo expuesto. Por lo tanto, la narrativa depende de su continuidad, pues este elemento hace que el espectador le dé sentido a lo que ve y oye (Villalobos, 2017, p. 26).

De igual forma, se presenta como cuarto indicador, la **temática** de la animación japonesa, formando parte de la narrativa, donde se repiten constantemente historias que giran en torno a una cuestión en específico.

El anime posee como contenido temático, historias que se basan en tramas con argumentos complejos y profundos. De tal modo, se puede tomar como ejemplo el compañerismo y cooperación, acompañado de la dedicación de un personaje para alcanzar sus metas, como un romance, una ideología, amistad o propósito de manera general. Asimismo, se implanta el sentido del deber, el altruismo, la relación con la naturaleza y tecnología e infinidad de aspectos que pueden ser representados en una historia (Cobos, 2010, p. 7).

En relación con lo expuesto, se menciona a la **narrativa audiovisual** de la animación japonesa, como segunda dimensión de la variable.

Ortiz (2018) menciona que la narrativa audiovisual se entiende como la capacidad que tienen las imágenes visuales y acústicas o en cualquiera de sus recursos y procedimientos, para contar una historia, siendo parte de la narración en sí, abarcando aspectos como la narrativa de cine, televisión, entre otros.

Asimismo, como primer indicador, se presenta al **estilo de animación**. Siendo este, considerado como otro elemento importante de la narrativa audiovisual.

En la animación japonesa, existen diferentes maneras de contar una historia, las cuales constan de elementos tales como el color, iluminación, las transiciones, recortes, ángulos, planos, entre otros. Es factible mencionar que, las texturas de las imágenes dependen mucho del tipo de iluminación que se dé a la escena en cuestión. Sin embargo, estos elementos no se escogen de manera aleatoria, sino que cada uno de ellos posee un significado, que al ser unidos, crean una atmósfera singular en cada historia propuesta (Rojas, 2019, p. 33).

Por lo tanto, la característica más importante del anime, es su aspecto visual, el cual sobresale con la manera en que están diseñados sus personajes. Estos, poseen ojos característicos que en mayor medida, son grandes (ovalados u horizontales) para expresar juventud y vivacidad o seriedad y adultez. Asimismo, son de colores llamativos y definidos, con sombras, tonos y una buena iluminación para realzar la mirada. Por otro lado, el cabello es representado de diferentes colores, siendo escaso o abundante, con una diversidad de peinados. Continuando con la descripción, el cuerpo varía en su contextura y tamaño, siendo personajes delgados, bajos, altos, fuertes o incluso deformes, así también, si se habla de un personaje femenino, existe la exageración o escasez de su figura. Pero, si se necesita exponer personajes no humanos, estos poseen un diseño propio, que puede ser presentado de manera literal o surrealista (Cobos 2010, pg 9).

Finalmente, Cobos (2010) concluye que lo más importante del anime, en torno al personaje, es su rostro, incluyendo el cabello, ya que esta parte del cuerpo, donde se producen las expresiones faciales, repentinamente están cargadas de expresiones que permiten mostrar emociones, carácter, sentimientos, entre otros.

Cabe resaltar que, en la actualidad, el anime combina la animación tradicional junto con la animación por computadora, por lo cual, se da una mayor calidad de dibujo. Sin embargo, a pesar que el recurso de la tecnología esté masificado, el anime decide no exagerar en el uso de la animación digital, guardando formas para no perder una estética visual propia (Vidal, 2010, p. 27).

Además del diseño, otro elemento que complementa a la narrativa audiovisual, es el ***lenguaje audiovisual***, siendo representado en la investigación como segundo

indicador. Por ejemplo, se mencionan a los planos y ángulos, los cuales proporcionan dinamismo a la historia, por lo tanto, sirven de acompañante para poder entender los conflictos de la trama en la animación japonesa.

Ante esto, Rojas (2019) menciona que los planos detalles y el acercamiento a los personajes, permiten que las escenas se describan de mejor manera, siendo más naturales, al ser ayudadas del movimiento de la cámara para poder acercarse al personaje, con el espectador.

Por otra parte, para que la escena logre salir bien, es necesario que se utilicen varios fotogramas, el cual se entiende de manera simple, como un dibujo, es decir, que cada dibujo debe estar bien elaborado. Asimismo, utilizar de manera ingeniosa los planos y ángulos, acompañados del movimiento de cámara, para que estos puedan dar mayor calidad a la escena, pero con una cantidad menor de fotogramas. La importancia de lo mencionado, es para darle dinamismo a los personajes, no dejándolos quietos o estáticos (Horno, 2017, como citó en Rojas, 2019, p. 50).

Pero, para concluir con los elementos de la narrativa audiovisual, en base al diseño y lenguaje de la animación, se hace presente también la utilización de un tercer indicador, tal como lo es el **sonido**.

Yébenes (2007) afirma que la música, aun siendo un elemento más de lo audiovisual, es muy primordial. En el caso de la animación, este cobra mayor importancia, siendo fundamental para la elaboración del producto, siendo catalogado como un personaje más, puesto que acompaña a la narración de la historia.

No obstante, el diseño sonoro no se debería presentar por primera vez en la posproducción de un producto audiovisual, sino que, debería ser abordado mucho antes, empezando desde la creación del guion. Esto, con la intención de ilustrar las ideas sonoras, permitiendo tener un efecto positivo en la creatividad del proyecto (Randy, 2013).

Dado el caso, el anime se encuentra relacionado con la música, por lo cual, cada serie animada presentada, posee temporadas que se caracterizan por tener una

propia canción de entrada, acompañada de un video musical, así como también una canción y video de cierre. Estos, se denominan openings y endings, las cuales no duran más de dos minutos y son interpretadas por artistas locales posicionados o en ascenso. Del mismo modo, importante mencionar que dentro del anime, destacan las instrumentales, las cuales son composiciones renombradas como background music, entendidas de manera simple, como las pistas musicales que se oyen en cada escena, dependiendo del trasfondo del ambiente (Cobos, 2010, p. 9).

Finalmente, es necesario mencionar como tercera dimensión a las **plataformas digitales** y su importancia para que la animación japonesa actualmente se haya visto en una exposición masiva.

Da Silva y Núñez (2021) mencionan que las plataformas digitales consideran su origen en la internet, por lo cual son naturales de la era digital. Además, fueron diseñadas para el beneficio del auge de la red, de la conexión y de la masividad de datos.

Ante ello, como primer indicador, se toma a los **servicios streaming** para la visualización de la animación japonesa a nivel mundial.

Con la llegada de la tecnología y la internet como nueva fuente de comunicación e información, además de la demanda de videos y el streaming, la forma en la cual se consumía televisión y cine, se han visto totalmente cambiadas, ya que actualmente el ver estos productos desde algún aparato tecnológico, facilita al espectador las referencias sobre que visualizar y que no. Por lo tanto, en base al contenido, se favorece a la diversificación de productos audiovisuales, tales como programas y películas, provenientes del continente asiático (Cobos, 2012, p. 158).

Por otro lado, se presenta la **subtitulación** de diferentes productos audiovisuales como segundo indicador.

En un mundo globalizado, el consumo de contenido audiovisual multilingüe ha aumentado de manera exponencial por parte de la sociedad, esto gracias a las principales plataformas de streaming. De tal modo, se integran a la cotidianidad

de la población y en efecto, se incorporan progresivamente en diferentes contextos educativos (Albio, 2011, p. 34).

Un claro ejemplo de las herramientas digitales arraigadas a un campo de instrucción, es la incorporación de subtítulos en diferentes plataformas, contribuyendo al aprendizaje de lenguas por parte de los consumidores. En un principio, la subtitulación era destinada para las personas que poseían una discapacidad auditiva, sin embargo, en el presente, todos los usuarios sacan provecho a esta función para poder acceder a contenidos en diferentes idiomas, mejorando su capacidad lingüística (Martinez y Hunt, 2020).

Echevarría (2014) menciona que la práctica de la subtitulación es una modalidad de traducción audiovisual, que consiste en traducir por escrito y de manera sintética, lo que se dice de tanto de manera oral, como escrita en diferentes productos audiovisuales.

De igual modo, comenta que en diferentes ocasiones los subtituladores salen de su zona de confort e incluyen secuencias escritas en otras áreas de la pantalla, incluso llegando a superponer una imagen escrita de la obra original, involucrando una edición visual más compleja, por ejemplo en letreros, mensajes de móviles, carteles publicitarios, etc.

Asimismo, como tercer indicador, se toma a la **clasificación del anime**, predispuesta dentro de las diferentes plataformas.

Los animes se clasifican según su demografía, por lo tanto, pueden ser catalogados como: Kodomo, cuando la animación se dirige especialmente a los niños; Shonen, el cual posee historias para adolescentes y jóvenes; Shojo, para las chicas que se encuentran en la adolescencia. Por otro lado, para el público mayor; Seinen, para hombres adultos y Josei, para mujeres adultas. Este tipo de clasificación por géneros y edades, nace del maga, el cual distribuye sus revistas según el tipo de público (Arias, Robledo y Cobos, 2020, párr. 9).

Una vez desarrollada a profundidad la primera variable de estudio, para complementar la investigación, se hace uso de una segunda variable, denominada como **estilos de vida**.

El estilo de vida se entiende como la manera en la cual el mundo vive, concepto expresado en el ámbito de comportamiento, costumbres, vivienda, urbanismo, posesión de bienes, entre otros factores que contribuyen a la relación del entorno y las relaciones interpersonales (Montoya y Salazar, 2010, p.14).

Asimismo, representa un enfoque que propicia un desarrollo sostenido y sustentable de la comunidad por su capacidad potencial para analizar el funcionamiento óptimo del ser y la comunidad; activar al individuo mediante métodos de origen popular; desarrollar procesos de administración humanista; transformar el patrón de comportamiento de los actores inmersos en el proceso (Gámez, 2014).

De tal modo, como primera dimensión, se hace referencia a la **estratificación social**.

Poblete (2019) menciona que el enfoque de este término, busca describir y explicar ciertas desigualdades dentro de una determinada sociedad, abordando criterios como la clase, economía, etnia, entre otros.

Por lo tanto, como indicador, se presenta en primer lugar a la **clase social**.

Anckermann (2018) expone que, la clase social es una forma de estratificación social, puesto que está constituida por un grupo de personas que comparten características en común que finalmente terminan por vincularlos socioeconómicamente.

Por otro lado, García (2008) menciona que las clases sociales forman parte de una corriente de pensamiento, cuya intención no es solo describir la realidad social, puesto que busca también explicar de manera detallada su funcionamiento y transformación.

En relación a lo expuesto, teniendo en cuenta la percepción de nuevos estudios respecto a las clases sociales, se presenta un planteamiento de clasificación dentro de la ciudadanía.

Las clases sociales se dividen en primer lugar, en **clase alta**, teniendo como principales allegados, personas que cuentan con un poder adquisitivo alto,

además de educación, propiedades y responsabilidades en la burocracia. Por otro lado, la **clase media**, constituida por individuos que mantienen niveles promedio de economía, educación, trabajo, entre otros aspectos que le permiten una vida basada en el bienestar. Finalmente, la **clase baja**, donde se encuentran los ciudadanos que no tienen la posibilidad de adquirir una vivienda propia o diferentes recursos, además de contar con un nivel económico bajo que no les permite de manera adecuada (Sánchez, 2019, párr. 7).

Continuando con la investigación, como segunda dimensión, se presenta el **comportamiento del consumidor**.

Como definición, el comportamiento del consumidor resulta del análisis de factores que influyen en la conducta de las personas a la hora de adquirir un producto o servicio. De modo que, en un sentido más amplio, se entiende cómo una persona hace uso de diferentes recursos (dinero, tiempo, esfuerzo, entre otros) para lograr satisfacer una necesidad (Da Silva, 2020, párr. 5).

En base a lo expuesto, se presenta como primer indicador al **consumo de contenido** de la animación japonesa.

Los productores encargados de la animación japonesa, saben en qué momento es preciso implementar en sus historias, elementos fantásticos regidos de la tradición y cultura local. Sin embargo, aunque este sea una difusión del mensaje de manera unidireccional, se deduce que con frecuencia, existe mayor conciencia a la hora de realizar contenidos para los espectadores de manera global. En tal sentido, este aspecto define en gran medida el fenómeno intercultural, concluyendo que la producción audiovisual, es un causante clave de la comunicación entre diferentes culturas de forma mediática (Gavirati, 2009, p. 8).

El creciente consumo de anime por internet, dio la posibilidad a Japón, para que pueda obtener un grupo de estudio que le permitiese posteriormente, testear el terreno a nivel mundial para la exportación de sus productos. Asimismo, la industria japonesa traduce sus contenidos, logrando conocer en qué región es aceptada o bien recibida, con la finalidad de posicionar su animación y cultura en los espectadores. En consecuencia, con este planteamiento de mercado, el país asiático se ha convertido en uno de los más representativos e identificables,

debido a su cultura, estética, valores éticos, morales, religiosos y demás (Sosa, 2020, p. 10).

Las personas, en función de la atracción que le proporcionan algunos elementos, coleccionan todo tipo de productos relacionados con la animación japonesa, los cuales en definitiva, les aportan satisfacción emocional. No obstante, el consumo de objetos sólo proporciona una satisfacción efímera, ya que son desechados cuando en el mercado, aparecen cosas más eficaces en su sentido (Menkes, 2012, pg 60).

Siguiendo con el proyecto de investigación, se plantea como tercera dimensión, el **patrón de conducta** desarrollado a nivel social.

Belmonte (2017) menciona que el patrón de conducta es catalogado como un modelo de personalidad, compuesto por creencias, valores, actitudes y conductas.

Por otro lado, Rodríguez (2022) aclara que dichos patrones, empiezan con la convivencia familiar y la sociedad. De tal modo, estos espacios ayudan a regular el comportamiento de las personas desde que nacen, puesto que no son patrones innatos de conducta.

Tal como se menciona, la conducta de los seres humanos es aprendida, adquirida o adoptada por la transmisión social. Por lo tanto, su influencia siempre ha provenido dependiendo del país, clase social, etnia, entre otros aspectos en el cual se relaciona. Asimismo, los patrones de conducta también provienen de las vivencias de la misma persona, guardando dichos comportamientos dependiendo de las acciones, para volver a usarlas nuevamente en una cuestión específica.

Ante lo expuesto, Encarta (2009) menciona que los patrones de conducta, las ideas, los conceptos y actitudes de la persona, han llevado a que se ejecuten numerosos estudios para investigar el efecto que tienen las culturas en la formación de la personalidad humana.

Mencionado el texto anterior, se incluye dentro de la dimensión, el indicador catalogado como **identidad personal**.

Antoni (2008) menciona que el individuo es considerado un “conjunto” que actúa siempre de manera integrada y global. De tal modo, se llega a la conclusión que la personalidad, es el reflejo del comportamiento de la persona.

Según Bajardi (2015) citando a la especialista en psicología Erikson (1968) la identidad no es algo en concreto que la persona tiene, sino que se desarrolla durante el pasar de los años. De este modo, en un mejor contexto, la identidad tiende a responder la pregunta filosófica de “¿quién soy yo en este momento?”.

Por lo tanto, la identidad es subjetiva, puesto que prospera gracias a la elaboración personal del propio individuo, el cual construye dicha esencia mediante la interacción con otras personas, grupos u otros con los cuales comparten características en común.

Por otro lado, también es importante recalcar como segundo indicador a las **relaciones sociales**.

Jaldo (2020) menciona que las relaciones se establecen como un procedimiento en el cual surge un cambio de algo entre personas que se encuentran vinculadas a una situación. De tal modo, este intercambio social posee diferentes estructuras que surgen del mismo individuo, estos pueden basarse en valores, logros, gustos y diferentes medios para alcanzarlos.

Del mismo modo Grossetti (2009) expone que la relación social que se da entre dos individuos, se define como un compromiso de manera recíproca, fundado gracias a las interacciones repentinas que se dan entre ellos. Por lo tanto, esta noción de compromiso permite que la relación se ejecute de manera más fácil a nivel colectivo y organizacional, como una especie de acuerdo.

Finalmente, se menciona como tercer indicador el proceso de **transculturación**.

En los procesos de transculturación se muestra una cultura que destaca de las demás, otorgándole el término de “dominante”, debido a los medios culturales que posee y traza en relaciones de poder. De tal modo, se prevé que las personas pertenecientes a la cultura dominada se adecue a las características de la cultura dominante, implicando a su vez la pérdidas de características, costumbres e ideas que ya estaban construidas (Pérez, 2017, p. 105.).

En los últimos años Japón ha extendido un producto elaborado por sus propios ciudadanos, que refleja en su contenido gran parte de su arte popular, superando la popularidad de sus referentes occidentales, se refiere al anime, elemento que hoy en día distingue a Japón, plasmando su visión a lo largo del mundo, de esta forma se da paso al desplazamiento de la cultura nacional de diversos países para la extensión de la cultura nipona y alienación de la misma en la vida cotidiana de múltiples personas no pertenecientes al territorio japonés (Vidal, 2010, p 17 y 18).

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y Diseño de Investigación

3.1.1 Tipo de investigación

Corona, Fonseca y Corona (2017) mencionan que la investigación tiene como finalidad elemental, el rendimiento de inteligencia para una clara comprensión y modificación de la realidad. Por ello se exige que para su logro una serenidad indispensable que aun que no puede ser entendido esquemáticamente y firme, constituye un principio inviolable. De este modo, podemos deducir que la investigación tiene como objetivo, aumentar el conocimiento de un determinado tema, en otras palabras, permite comprender un problema o descubrir algo del cual no existía conocimiento.

En este sentido el enfoque empleado en la presente investigación es cuantitativo, ya que se busca cuantificar los datos recopilados por parte de la población en estudio. De tal modo, Rus (2021) señala que la investigación cuantitativa es la única que puede plantear conclusiones extrapolables a un grupo mayor que el investigado, permitiendo la generalización de los resultados obtenidos.

De este modo, la presente investigación es aplicada, ya que no solo explica o da a entender los fenómenos de la realidad, sino, que está dirigida a ser usada para cubrir, a base de los conocimientos y teorías, las necesidades concretas de un tema en específico, para su eventual solución. En este caso, animación japonesa y su influencia en el estilo de vida de jóvenes; investigación que sirve como

método para la evaluación y solución de una problemática dada en razón a las variables mencionadas.

Asimismo, el proyecto se adapta al nivel descriptivo, puesto que se analiza la animación japonesa en relación a los estilos de vida de los jóvenes, de modo que, para la descripción e investigación del tema, se analiza detalladamente la problemática de manera ordenada, con la intención de obtener mayor información para su correcto entendimiento. Díaz & Calzadilla (2016) mencionan que esta descripción podría realizarse usando métodos cualitativos y, en un estado superior de descripción, usando métodos cuantitativos.

3.1.2 Diseño de investigación

El diseño que se utiliza es no experimental de corte transversal, porque no se manipuló la variable y se recolectó la información en un solo momento de tiempo, analizando la información tal como se dio en su contexto natural. Rodríguez & Mendivelso (2018) mencionan que este tipo de diseño, se considera como un estudio observacional de base única, la cual posee dos propósitos, por un lado ser descriptivo y por otro, analítico.

El presente proyecto se adapta al nivel de investigación correlacional, puesto que se analiza la animación japonesa en relación a los estilos de vida de los jóvenes, describiendo detalladamente la problemática de manera ordenada, con la intención de obtener mayor información para su correcto entendimiento.

3.2 Variable y Operacionalización de la variable

En la presente investigación se plantea un cuadro de identificación de las variables en estudio, buscando someterlas a evaluación para poder describirlas a base de una prueba empírica, con la intención de disgregar la información y hacerla más comprensible.

Tabla 01: Identificación de variables

VARIABLE	ESCALA	CATEGORÍA
-----------------	---------------	------------------

Animación Japonesa	Ordinal	Independiente
Estilos de Vida	Ordinal	Dependiente

Fuente: Vargas (2020, p.20).

Espinoza (2019) menciona que la operacionalización se conforma de una serie de secuencias o indicaciones, utilizadas para realizar la medición de las variables determinadas conceptualmente. Esto se da con la intención de obtener un mayor grado de información respecto a la variable seleccionada, de modo que se permite captar con mejor sentido, además de adaptarse al contexto. Asimismo, podemos mencionar que esto va en base a la metodología que se usará para la investigación del tema, la cual, es cuantitativa. En conclusión el proceso llevará las variables a un nivel más concreto, precisando de manera máxima, su determinación dentro del estudio.

Variable Comunicacional: Animación Japonesa

Definición Conceptual

La animación japonesa o también denominada anime, es la producción de dibujos animados japoneses, los cuales están cargados de folclore japonés, adaptando historias de tiempos antiguos para contextualizarlas en la actualidad (Horno, 2012).

Definición Operacional

Animación japonesa, el término, normalmente es utilizado para distinguir a dicha animación, de la occidental, pero, no solo se refiere a su procedencia, sino también a sus diferentes temas, estilos y tendencias, además de diversas características técnicas propias (Oliva, 2018).

Tabla 02: Dimensiones e indicadores (Variable 1)

DIMENSIONES	INDICADORES
--------------------	--------------------

Mensaje	Discurso
	Referencias Culturales
	Narrativa
	Temática
Narrativa Audiovisual	Estilo de animación
	Lenguaje audiovisual
	Sonido
Plataformas digitales	Servicios Streaming
	Subtitulación
	Clasificación del anime

Fuente: Elaboración propia

Variable Social: Estilos de Vida

Definición Conceptual

Se entiende como el modo de vivir en relación al comportamiento, proyectado a diversos aspectos derivados de su entorno. (Montoya y Salazar, 2010).

Definición Operacional

Representa un enfoque que propicia un desarrollo sostenido y sustentable de la comunidad por su capacidad potencial para analizar el funcionamiento óptimo del ser y la comunidad; activar al individuo mediante métodos de origen popular; desarrollar procesos de administración humanista; transformar el patrón de

comportamiento de los actores inmersos en el proceso (Gámez, 2014).

Tabla 03: Dimensiones e indicadores (Variable 2)

DIMENSIONES	INDICADORES
Estratificación Social	Clase Social
Comportamiento del consumidor	Consumo De Contenido
Patrón de conducta	Identidad Personal
	Relaciones Sociales
	Transculturación

Fuente: Elaboración propia

El proyecto de investigación posee dos variables, siendo la variable comunicacional “animación japonesa” y la variable social “estilos de vida”, las cuáles son abordadas a mayor profundidad en la matriz de operacionalización, adjunta en el Anexo N°2 .

3.3 Población, muestra y muestreo

3.3.1 Población

Se determina como población al grupo involucrado en la obtención de datos e información para el pleno manejo de resultados del proyecto en cuestión, sin embargo, dicha población puede ser muy amplia e incluso infinita, ya que el local en estudio no posee número de aforo o conteo de visitas, por lo que se estableció cercanía con un grupo de 124 jóvenes que visitan frecuentemente el Centro Comercial Arenales, con la selección poblacional se aplican los siguientes criterios.

Tabla 04: Delimitación de la Población

UNIDAD DE ANÁLISIS	CRITERIOS DE INCLUSIÓN	CRITERIOS DE EXCLUSIÓN
124 jóvenes que visitan frecuentemente el Centro Comercial Arenales.	Jóvenes de ambos sexos dentro de un rango de edad de 18 a 28 años.	Jóvenes de ambos sexos menores de 18 años o mayores de 28 años.
	Personas que poseen noción de lo que es la animación japonesa.	Personas que poseen noción de lo que es la animación occidental pero desconocen la animación japonesa.
	Personas que deseen formar parte de la investigación y les interese la cultura japonesa.	Personas que asisten al centro comercial para acercarse a la cultura coreana.

Fuente: Elaboración propia

3.3.2 Muestra

La muestra está conformada por 93 jóvenes pertenecientes a los criterios de delimitación mencionados anteriormente, así mismo se establece tal número de encuestados mediante la aplicación de la fórmula para población finita (ubicada en Anexo N°5) aplicando un 95% (1.96) de confianza y un margen de error de 5% (0,05).

3.3.3 Muestreo

Para la realización del presente documento académico se tendrá en cuenta el muestreo probabilístico aleatorio simple, permitiendo obtener una muestra representativa del grupo en estudio. Otorgando el mismo grado de probabilidad a cada integrante de la población de ser seleccionado, libre de cualquier selección previa (Porrás, 2017, p. 4).

Tabla 05: Composición de la muestra por género

SEXO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	58	62.4%
Femenino	35	37.6%
Total	93	100%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 06: Separación de la muestra por edad

RANGO	TOTAL
18 - 20 años	29
21 - 23 años	35
24 - 26 años	24
27 - 28 años	5
Total	93

Fuente: Elaboración propia

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1 Técnica

Las técnicas e instrumentos de recolección ayudan en la obtención y manejo de datos que son fundamentales para el progreso de la investigación, influyendo directamente en los resultados, la encuesta es la técnica utilizada en este proyecto de investigación.

3.4.2 Encuesta

La encuesta es una técnica ampliamente utilizada mediante el proceso de investigación, debido a que permite recopilar datos de forma rápida y eficaz, siendo aplicada a grupos masivos, mientras obtiene información sobre un gran número de cuestiones al mismo tiempo (Casas, Donado, Repullo, 2003, p.143).

3.4.3 Instrumento

Se utilizó al denominado cuestionario para la recolección de datos, debido a su practicidad, rapidez y fácil acceso por parte de la población en estudio, asegurando la correcta obtención de datos para su medición y posterior análisis. La construcción de las preguntas se realizó en base a las variables y sus respectivas dimensiones, con opción a respuestas cerradas y politómicas, en relación a la escala de Likert.

La escala tipo Likert consiste en un grupo ítems a modo de afirmaciones que son presentadas al individuo, con la intención de medir sus respuestas en grados de acuerdo o desacuerdo, asignando un valor numérico a cada categoría, correspondiente a un nivel de medición ordinal (Maldonado, 2007, p.1).

3.4.4 Cuestionario

El cuestionario está compuesto por un conjunto de preguntas planteadas con el objetivo de generar datos precisos para alcanzar los objetivos determinados de un proyecto a investigar, mediante su aplicación el investigador es capaz de acceder a una amplia obtención de datos en un corto periodo de tiempo, para luego someter dichos datos a la cuantificación, análisis e interpretación (Galán, 2009, párr. 3).

3.4.5 Validez del instrumento

El instrumento será sometido a un juicio de expertos para su validación y posterior aplicación a la muestra sujeta a los criterios de inclusión, mediante la implementación de la V de Aiken, la cual según Aiken (1985) es un coeficiente que tiene como finalidad cuantificar la importancia de los ítems en relación al dominio de contenido en base a la valoración de un número de jueces.

Tabla 07: V de Aiken

$$V = \frac{S}{(n(c - 1))}$$

Tabla 08: Aprobación de juicio de expertos (V de Aiken)

EXPERTOS	ESPECIALIDAD	VALOR	INTERPRETACIÓN
Denis Rubén García Gutiérrez	Producción audiovisual	0.89	Válido
César André Orihuela Mongrut	Publicidad y relaciones públicas.	0.89	Válido
Enrique Antonio Oliveros Margall	Comunicador Audiovisual	0.89	Válido

Fuente: Elaboración propia

3.4.6 Confiabilidad del instrumento

Se realizó la confiabilidad del instrumento en base a una encuesta, la cual fue aplicada a un 10% del grupo en estudio, logrando así, la recolección de datos a través del Alfa de Cronbach. García, Gonzales y Jornet (2010) detallan que el coeficiente Alfa de Cronbach es un modelo que se basa en el promedio de las correlaciones entre los ítems implementados en el estudio. De tal modo, posee la capacidad para evaluar la fiabilidad de la prueba si se incluye un determinado ítem.

Tabla 09: Alfa de Cronbach

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left(\frac{\sum_{i=1}^K \sigma_{Y_i}^2}{\sigma_X^2} \right)$$

Tabla 10: Resumen de procesamiento de casos

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	9	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	9	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 11: Nivel de confiabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,821	15

3.5 Procedimientos

El proceso de recolección de datos se realizará de forma presencial a través de una encuesta virtual, compuesta por 15 ítems, mediante la plataforma Google Forms para la distribución del enlace, asimismo se realizará la cuantificación de los datos con el uso de herramientas como Microsoft Excel Office 16 y IBM SPSS Statistics 25 para la obtención del material gráfico, como tablas de barras.

Tabla 12: Ficha Técnica del instrumento de investigación

FICHA TÉCNICA DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
--

TEMA	Cuestionario: Animación japonesa y su influencia en el estilo de vida de jóvenes, caso de un centro comercial, Lima, 2022.
AUTORES	<ul style="list-style-type: none"> ● Arias Acho, Zack ● Cutipa Solis Johana
LUGAR	Centro Comercial Arenales, Lince, Lima.
AÑO	2022
ADMINISTRACIÓN	El cuestionario será compartido a través de Google Forms.
DURACIÓN	Un rango de duración de 5 a 10 minutos por participante.

Fuente: Elaboración propia

3.6 Métodos de análisis de datos

Para el desarrollo de la investigación se recurrirá a la localización de fuentes de rigor científico para posteriormente ser analizadas y contrastadas en relación a las variables, dimensiones e indicadores ya establecidos.

Se aplicará la técnica e instrumento en cuestión para recabar la información por parte de la muestra en estudio, se utilizará sumas agrupadas en las plataformas Microsoft Excel Office 16 y IBM SPSS Statistics 25, permitiendo hallar el valor porcentual de los datos recabados para posteriormente plasmarlos en cuadros de barras para luego analizarlos e interpretarlos, formulando la discusión y corroborando con las investigaciones propuestas en el marco teórico, siendo fundamental para concretar las conclusiones y recomendaciones en base a los objetivos y problemas planteados.

3.7 Aspectos éticos

El proyecto llevado a cabo se desarrollará en el campo de la investigación formativa de la Universidad César Vallejo, rigiéndose por la ética que caracteriza a los autores. Cabe resaltar que el presente trabajo de investigación no ha sido falsificado, otorgando el crédito correspondiente a todos los autores citados, mediante la correcta implementación del manual APA. De tal modo, basa sus valores en la honestidad y el respeto hacia la población en estudio, sin emplear los datos recolectados con otra intención más que educativa.

IV. RESULTADOS

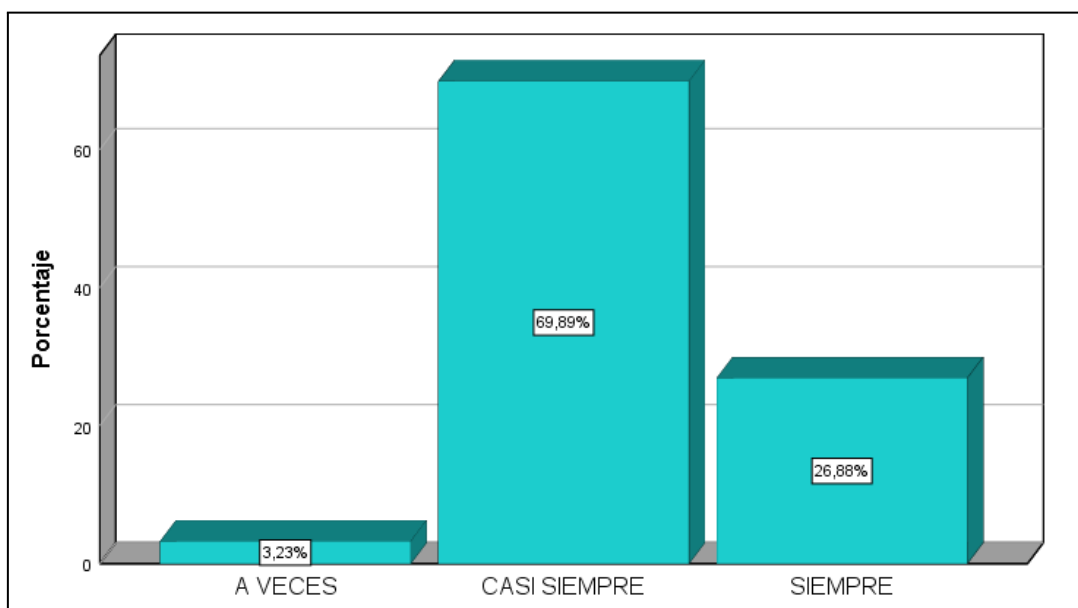
OBJETIVO GENERAL: Analizar la animación japonesa y su influencia en el estilo de vida de jóvenes, caso de un centro comercial, Lima, 2022.

Tabla 13: Tabla de frecuencia Objetivo General

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	AVECES	3	3,2	3,2	3,2
	CASI SIEMPRE	65	69,9	69,9	73,1
	SIEMPRE	25	26,9	26,9	100,0
	Total	93	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 25

Gráfico 01: Gráfico de barras - Objetivo General



Fuente: IBM SPSS Statistics 25

En el gráfico N°1, de acuerdo al resultado obtenido en base al objetivo general de la investigación, se determinó que más de la mitad de los 93 encuestados, en un 69,89% consideraron que la animación japonesa “casi siempre” influye en el estilo de vida de jóvenes. De igual modo, siguiendo con la tendencia afirmativa, el

26,88% percibieron que este tipo de producto audiovisual “siempre” influye en ellos, frente al 3,23%, que afirmó que esto, solo sucede “a veces”.

Por lo tanto, la animación japonesa muestra cierto grado de influencia en los jóvenes, apoyándose de recursos narrativos, como la trama y el desarrollo de la historia, asimismo, los recursos técnicos son implementados en el desarrollo de la puesta en escena, ayudando al reforzamiento del mensaje y aumentando, en algunas ocasiones, el grado de emocionalidad y empatía del público hacia el producto audiovisual.

Debido a la distribución y accesibilidad que ofrecen las plataformas digitales, los jóvenes pueden acercarse por interés propio o curiosidad a los productos de la animación japonesa, ello contribuye al acercamiento a esta cultura asiática, en algunos casos logrando que influya en su percepción de realidad, intentando incluir ciertas modas o costumbres en su estilo de vida.

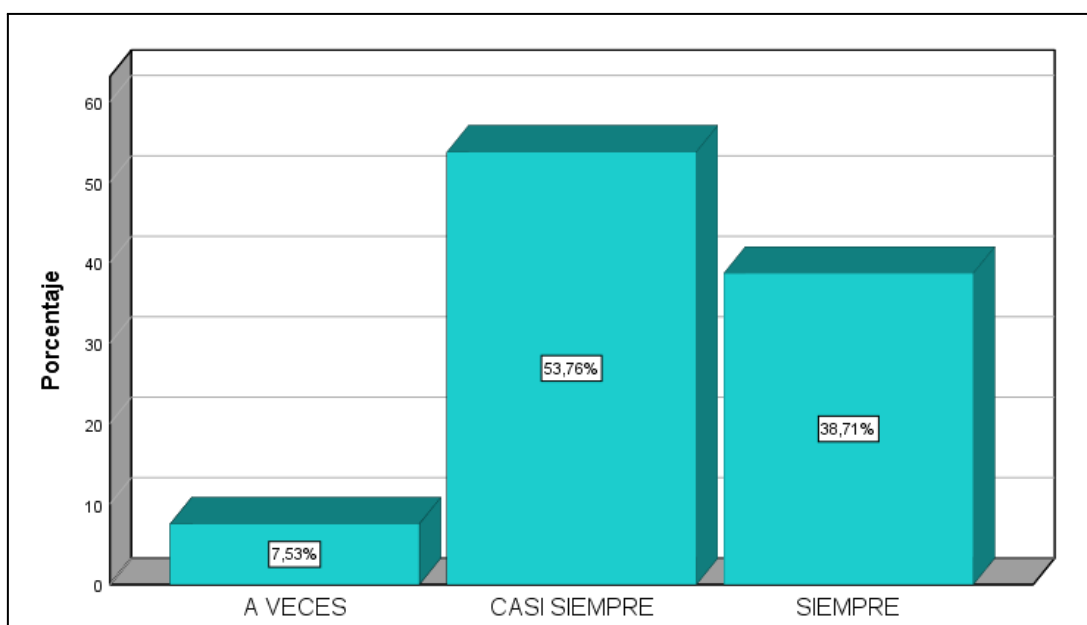
OBJETIVO ESPECÍFICO 1: Describir la relación del mensaje en la animación japonesa y su influencia en el estilo de vida de jóvenes, caso de un centro comercial, Lima, 2022.

Tabla 14: Tabla de frecuencia Objetivo Específico 01

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	AVECES	7	7,5	7,5	7,5
	CASI SIEMPRE	50	53,8	53,8	61,3
	SIEMPRE	36	38,7	38,7	100,0
	Total	93	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 25

Gráfico 02: Gráfico de barras - Objetivo Específico 01



Fuente: IBM SPSS Statistics 25

De acuerdo al gráfico N°2, se muestran los resultados obtenidos del primer objetivo específico, donde se evidenció que el 53,76% de encuestados, afirmó que el mensaje de la animación japonesa “casi siempre” guarda relación con la influencia en el estilo de vida que tienen en los jóvenes. De igual forma, el 38,71% expresó que esta cuestión se da “siempre”, contrastando su respuesta con otro grupo de 7,53% que mencionaron que la influencia por el mensaje, solo se da “a veces”.

De tal manera los jóvenes defienden que el mensaje presentado en la animación japonesa, de acuerdo a factores como el discurso, las referencias culturales, la narrativa y las temáticas, logran captar su atención identificando defectos o virtudes que presenta la humanidad reflejadas en los personajes de estas animaciones, produciendo cierto grado de influencia en torno a la percepción de realidad y marcando un acercamiento a la cultura japonesa, además de despertar curiosidad por adoptar su vestimenta, comida, idioma o estética presentadas en sus productos audiovisuales.

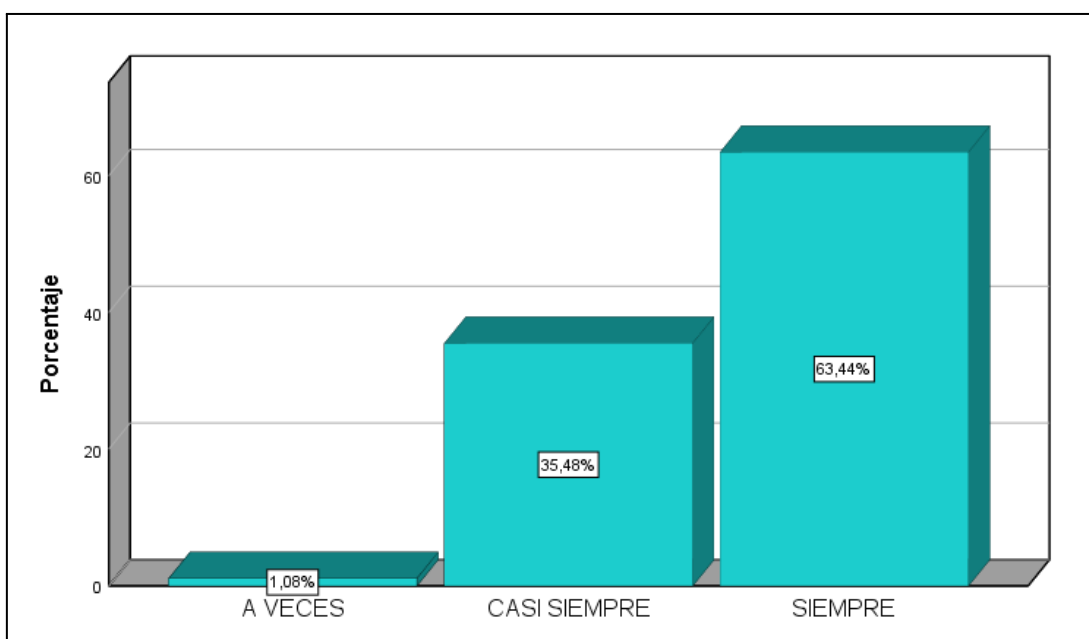
OBJETIVO ESPECÍFICO 2: Examinar la relación de la narrativa audiovisual en la animación japonesa y su influencia en el estilo de vida de jóvenes, caso de un centro comercial, Lima, 2022.

Tabla 15: Tabla de frecuencia Objetivo Específico 02

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	AVECES	1	1,1	1,1	1,1
	CASI SIEMPRE	33	35,5	35,5	36,6
	SIEMPRE	59	63,4	63,4	100,0
	Total	93	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 25

Gráfico 03: Gráfico de barras - Objetivo Específico 02



Fuente: IBM SPSS Statistics 25

En el gráfico N°3, se muestran los resultados en relación al segundo objetivo específico. De tal modo, el 63,44% afirmaron de manera determinante, que la narrativa audiovisual “siempre” es considerada un factor importante para influenciar en el estilo de vida de jóvenes. Asimismo, el resultado se reforzó con la opinión de otro grupo de 35,48%, los cuales mencionaron que esta característica

“casi siempre” guarda una relación, lo cual se contrastó con la respuesta de 1,08% que marcaron la opción “a veces”.

En este sentido se presenta como parte fundamental para el desenvolvimiento de la animación japonesa, la narrativa audiovisual, debido a que en esta recae todo el planteamiento del cómo se desarrollará el contenido, logrando despertar interés o evocando indiferencia por parte del público, además de precisar el entendimiento del mensaje central y la transmisión de emociones de acuerdo al avance de la historia, ello mediante recursos técnicos, como el estilo de animación, lenguaje audiovisual y acompañamiento sonoro.

El vínculo de la narrativa audiovisual y la animación japonesa marca el acercamiento que dicho producto audiovisual puede establecer con la audiencia, derivando el grado de influencia que puede tener para los jóvenes.

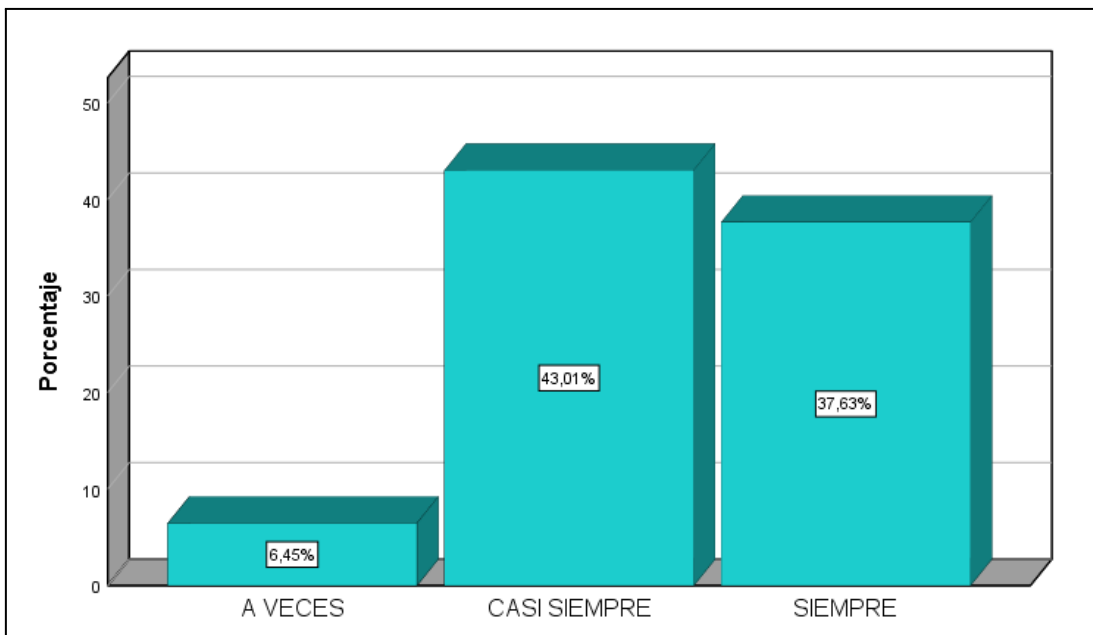
OBJETIVO ESPECÍFICO 3: Identificar la relación del uso de plataformas digitales en la animación japonesa y su influencia en el estilo de vida de jóvenes, caso de un centro comercial, Lima, 2022.

Tabla 16: Tabla de frecuencia Objetivo Específico 03

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	6	6,5	6,5	6,5
	CASI SIEMPRE	40	43,0	43,0	49,5
	SIEMPRE	35	37,6	37,6	87,1
	6	12	12,9	12,9	100,0
	Total	93	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 25

Gráfico 04: Gráfico de barras - Objetivo Especifico 03



Fuente: IBM SPSS Statistics 25

De acuerdo al gráfico N°4, con relación al tercer objetivo específico, se manifestó que el 43,01% de encuestados opinó que las plataformas digitales donde se muestra contenido de animación japonesa, “casi siempre” tiene una influencia en el estilo de vida de jóvenes. Del mismo modo, se reforzó la afirmación con otro grupo de 37,63%, los cuales expresaron que dichas plataformas “siempre” han tenido una influencia, además, a esto se le sumó la opinión del 6,45% que comentaron que lo propuesto en cuestión, “a veces” logra tener una influencia.

De esta forma se identifica a las plataformas digitales como medio principal de difusión del anime para el fácil acceso de los jóvenes, empleando el uso de subtítulos para el correcto entendimiento de la historia, además de facilitar el aprendizaje de ciertos modismos o expresiones provenientes del idioma japonés, asimismo se visualiza la creación de nuevas plataformas y espacios de servicio streaming que proyectan su carta de contenido únicamente a la animación japonesa, dónde se puede visualizar la clasificación del anime por categorías.

Una vez establecida la relación de las plataformas digitales con la animación japonesa, se plasma de mejor manera su influencia en el estilo de vida de jóvenes, debido a la facilidad que estos poseen para acceder al contenido.

V. DISCUSIÓN

Con el objetivo de analizar los resultados expuestos durante la interpretación de gráficos, se presentan las discusiones, en contraste con los antecedentes obtenidos a lo largo de la investigación, considerando a su vez, los teóricos empleados como base de estudio.

De tal modo, de acuerdo al resultado obtenido en el gráfico N°1, con relación al objetivo general del proyecto, se evidenció que el 69,89% de jóvenes encuestados, tuvo como principal respuesta que la animación japonesa “casi siempre” influye en los estilos de vida, contrastando el grado de influencia con el apoyo de recursos comunicacionales. Por lo tanto, se demuestra que en su mayoría, el predominante de este producto, se centra en su narrativa y la capacidad que tiene para hilar historias complejas, las cuales reflejan un mensaje cautivador que influye en sus espectadores; aquel mismo que es acompañado de elementos audiovisuales atractivos para su desarrollo.

Esto guarda relación con lo hallado por Maguiña (2021) quien identificó que el anime es atractivo debido a sus principales elementos, tales como la historia, el diseño de los personajes, la música y la técnica de animación que se usa; los cuales son establecidos para generar emoción en el espectador. Una postura similar al comentario de Urbina (2021) quien concluye que el espectador empatiza con este tipo de contenidos, debido al carácter poético, onírico y metafórico que se presentan en la mayoría de animes, donde a su vez, los personajes involucrados afrontan situaciones para lograr su objetivo; acciones que hacen reflexionar al espectador, al comprender el porqué de cada acto.

Del mismo modo, Arias, Robledo y Cobos (2020) expresan según sus resultados, que el anime pasó de ser considerado parte de un entretenimiento, a una forma de vida que se contrasta con el crecimiento personal, a raíz de enseñanzas y valores, puesto que la audiencia en general captan estas cualidades para emplearlas en la vida diaria.

Por otro lado, a raíz del primer objetivo específico que prioriza el mensaje, se evidencia que por parte de los jóvenes, este capta su atención debido a que muchas veces identifican los defectos y virtudes de la humanidad, las cuales se

reflejan en los diversos protagonistas del anime, ya sean en animaciones enfocadas a la realidad o a su vez, donde se toquen temas fantasiosos; producciones que a pesar de ser muy distintas en diversos aspectos, terminan por reflejar la misma filosofía japonesa.

A su vez, esto concuerda con lo mencionado por Rojas (2019), que según sus resultados, en un 88% se indicó que los animes son vistos como diseños cercanos a la realidad. Por ello, se demuestra que los espectadores se sienten completamente atraídos con la historia, debido a las situaciones y emociones que pueden pasar los personajes, siendo considerado como algo que también puede suceder en lo cotidiano.

De igual modo, Ayala y Palacios (2018) elaboran un metáfora del mensaje, al mencionar que en la creación de los relatos de los anime, se plasma un encuentro entre dos mundos antagónicos, siendo estos el mundo contemporáneo, tecnológico e individualizante y el mundo arcaico, holístico, en donde hay una relación constante entre el ser humano y la naturaleza.

Por otra parte, Sosa (2020) en base a su investigación, afirma que existe una evolución en cada personaje de ficción, siguiendo los lineamientos de la filosofía oriental, donde el hallazgo de nuevas situaciones, para bien o mal, implican también el redescubrimiento y crecimiento de uno mismo, en beneficio de una mejora individual y social.

Por lo tanto, interpreta que la animación japonesa se permite captar la atención de su audiencia y redirigirla a discursos mitológicos que han sido desvalorizados u olvidados con el pasar del tiempo.

Asimismo, tomando en cuenta la narrativa audiovisual como principal cuestión del segundo objetivo específico, se evidenció según los resultados, que es un elemento de suma importancia para el desarrollo de la historia en un anime, puesto que sus componentes como los ángulos, diseños, estilos de animación, sonido y demás, permiten que se de mayor dinamismo al producto audiovisual.

Ante ello, Villalobos (2017) reafirma la idea, al mencionar que las herramientas visuales son un complemento y refuerzo para la trama, debido a que el uso de

ángulos y planos, permiten dar diferentes sensaciones a los personajes, tales como superioridad, inferioridad, entre otros. Con el mismo criterio, Aliaga (2020) en su investigación titulada Narrativa audiovisual en la animación japonesa Dragon Ball Z, expresa que los diferentes ángulos propuestos en la animación, son de gran utilidad al momento de mostrar las acciones de los personajes.

Dichas acciones que se pretenden mostrar en la animación japonesa, van de la mano con el sonido, por lo tanto Yache (2020) menciona que este elemento también es pieza fundamental, puesto que tienen una presencia dominante ante la narrativa, acompañando en momentos de tensión, acción, sentimientos específicos, etc.

Así también, Rojas (2019) nos dice que elementos como los colores, recortes, transiciones, entre otros, son detallados minuciosamente para contribuir con el estilo de contar una historia.

No obstante, esto difiere con Maguiña (2021) quien dado el comentario de uno de sus encuestados, expone que la animación japonesa muchas veces es exitosa por su diseño en general, enfocados en aspectos audiovisuales, sin embargo, este puede pasar a segundo plano, siendo no tan importante, si la historia tiene una buena trama o proporciona un mensaje idóneo para sus espectadores.

Finalmente, tomando en cuenta los resultados obtenidos en base al tercer objetivo específico, los jóvenes identifican a las plataformas digitales, como el medio principal para la difusión de anime, esto gracias al constante avance tecnológico, permitiendo así que ellos puedan compartir experiencias junto a conocidos.

Esta descripción concuerda con Galindo (2017) quien nos dice que en la actualidad, el internet es considerado el principal medio de comunicación para visualizar animes, esto debido a la gran variedad con la que el espectador dispone, además de poder interactuar con cibernautas que también poseen gustos por la animación japonesa.

Por otro lado Gómez (2018) complementa la información, al mencionar que actualmente el proceso de producción de la animación japonesa, busca estar enfocado a ser más dirigible hacia los diversos países de exportación. Por consiguiente, junto a la internet y gran demanda de contenido en plataformas

streaming, logran que el público en general pueda disfrutar del producto asiático, a su vez favoreciendo su masificación y distribución a nivel global.

Además, gracias a esta globalización, el idioma japonés no es impedimento para que los jóvenes se abstengan de la cultura, pues la subtitulación permite que se evidencie ciertos modismos o expresiones por parte de los encuestados, los cuales provienen del idioma asiático visualizados e interpretado en las diversas plataformas streaming y diferentes espacios con contenido enfocado únicamente a la animación japonesa.

Por otro lado, a raíz de los datos y resultados obtenidos en la presente investigación, se delibera evidencia de manera suficiente para poder afirmar la hipótesis planteada, en la cual se expone que la animación japonesa tiene una influencia positiva en el estilo de vida de jóvenes, tomando como parte de su producción, elementos como el mensaje y narrativa audiovisual, aspectos fundamentales que provocan un reconocimiento y mayor exposición ante sus seguidores, gracias a la internet y diversas plataformas streaming.

VI. CONCLUSIONES

1. Se concluyó que lo atractivo de la animación japonesa, yace en su compleja narrativa, llena de emociones y acciones que acompañan favorablemente a la historia que se pretende contar. Dado los elementos como el sonido y la narrativa, complementan totalmente este tipo de producto audiovisual, permitiendo que el espectador sea atrapado instantáneamente al percibir acciones que combinan diferentes tramas en un solo contenido. Favoreciendo al proceso de aceptación del producto audiovisual, estableciendo un acercamiento a la cultura japonesa y despertando el interés por adaptarla a su estilo de vida. Cabe resaltar que la influencia del anime se presenta en su toma de decisiones ocasionalmente, más no se proyecta en su identidad personal, por lo que no dificulta la capacidad de establecer relaciones sociales, ni desplaza la cultura propia de cada persona.
2. Se concluye que el mensaje que se presenta en diversas animaciones japonesas, se elabora de acuerdo a un buen planteamiento discursivo, basándose en aspectos fundamentales que componen al producto audiovisual, teniendo como principal característica, las marcadas o exageradas actitudes de los personajes, resaltando comportamientos vivaces que contribuyen a su realismo, resaltando a su vez, independientemente del género, las decisiones y relaciones humanas. Esto, ocasiona que el público se identifique con su contenido, empatizando con un mundo fantástico con temáticas reales, donde admira costumbres, estética y vestimenta distinta a la que pertenece.
3. Se llega a la conclusión, que la narrativa audiovisual en la animación japonesa, se compone de diversos elementos que son necesarios para lograr transmitir la historia de manera ordenada. El diseño, los colores y el sonido ambiental, van de la mano con la forma en la cual el personaje percibe su mundo. A su vez, los ángulos, planos, transiciones y estilo de animación en general, conllevan consigo una mejor descripción de cada escena, culminando con un contenido de calidad, el cual permite que el espectador sea atraído con facilidad. Este planteamiento técnico donde se

desarrolla la narrativa audiovisual puede establecer cierto acercamiento entre el producto audiovisual y la audiencia, vínculo que se vería reflejado en el grado de influencia que puede tener para los jóvenes.

4. Por último, se concluye que las nuevas plataformas digitales han contribuido a la expansión de la animación japonesa, permitiendo su contenido se difunda de forma espontánea y rápida en un mundo totalmente globalizado, significando un medio de fácil acceso para miles de personas alrededor del mundo, que tienen la oportunidad de disfrutar de la animación japonesa. Proponiendo un amplio panorama de selección que cumple con los gustos de la audiencia, ello con una pequeña y razonable particularidad, al ser empleados los subtítulos para el entendimiento de la historia, ello facilita el aprendizaje de ciertos modismos o expresiones provenientes del idioma japonés.

VII. RECOMENDACIONES

Expuestas las conclusiones de la presente investigación se presentan las recomendaciones pertinentes:

1. Continuar con el consumo de contenido de la animación japonesa de forma moderada, sin permitir que afecte en su toma de decisiones de forma predominante, teniendo en cuenta los valores que brinda poseer una cultura propia ya establecida.
2. Visualizar la animación japonesa como una oportunidad de conocer una nueva cultura, ampliando su visión del mundo y estimulando la creatividad de cada persona.
3. Analizar la composición de la animación japonesa desde su diseño, colores y soundtracks, ya que es un arte completamente distinto al que presentan otros productos audiovisuales, desde un punto técnico permite apreciar detalles realistas que la tecnología proporciona.
4. Apreciar la complejidad del desarrollo de sus historias y juegos de palabras del alfabeto perteneciente a Japón, esto despierta curiosidad y logra fomentar la comunicación y aprendizaje.

REFERENCIAS

- Acevedo, A. (2020). El animé como lienzo para analizar las tensiones entre prácticas epistémicas ancestrales y tecnocientíficas. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, vol. 25, núm. 89. Universidad del Zulia. <https://www.redalyc.org/journal/279/27963020004/html/>
- Aliaga, M. (2020). *Narrativa audiovisual en la animación japonesa Dragon Ball Z*. [Tesis de Licenciatura]. Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/66534/Aliaga_SMP-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Álvarez, F. (2015). Culturas fan y cultura masiva. Prácticas e identidades juveniles de otakus y gamers. *La Trama de la Comunicación*, 19(),45-64. ISSN: 1668-5628. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=323936839003>
- Anaya, J. (2010). *Los mensajes políticos, sociales y culturales de los dibujos animados japoneses (Animé)*. [Tesis de Maestría]. Universidad Nacional Autónoma de México. <https://bibliocefi.files.wordpress.com/2017/05/los-mensajes-polc3adticos-sociales-y-culturales-de-los-dibujos-animados-japoneses-anime-tesis-jorge-salvador-anaya-martc3adnez.pdf>
- Arias Álvarez, F. J., Robledo Rodríguez, N., & Cobos, T. L. (2020). *Consumo de anime en la población universitaria de Cartagena*. *Luciérnaga Comunicación*, 12(23), 66-84. <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a3>
- Arias, F., Cobos, N., Robledo, N. (2020). Consumo de anime en la población universitaria de Cartagena. *Luciérnaga:Revista Virtual*, 12(23). <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/250/2502013003/>
- Ayala, R. y Palacios, O. (2019). *Análisis de The End of Evangelion: Ikari Shinji y la negación del recorrido del héroe*. Concurso de Investigación en Comunicación: trabajos ganadores (12.a ed., pp. 141-156). Universidad de Lima. <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/12853>

Balderrama, D. (2019). *El proceso de consumo cultural de los usuarios del grupo de Facebook Los Mugiwara (One Piece) del manga y anime One Piece durante el 2019*. [Tesis de Licenciatura]. Universidad Católica Boliviana San Pablo.

https://www.academia.edu/42098832/El_proceso_de_consumo_cultural_de_los_usuarios_grupo_de_Facebook_Los_Mugiwara_One_Piece_del_manga_y_anime_One_Piece_durante_el_2019

Bellucci, N. (2017). *La representación de los superhéroes en las series de animé: una mirada semiótica*. [Tesis de Licenciatura]. Universidad de Buenos Aires. http://repositorioubi.sisbi.uba.ar/gsdll/cgi-bin/library.cgi?e=d-10000-00---off-0buscat--00-2---0-10-0---0---0direct-10---4-----0-1l--10-es-Zz-1---20-about---00-3-1-00-00--4---0-0-01-00-0utfZz-8-00&a=d&c=buscat&cl=CL1.18&d=asogtesis-1834_oai_oai

Casas, J., Donado, J., Repullo, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos. *Departamento de Planificación y Economía de la Salud*. Escuela Nacional de Sanidad. ISCIII. Madrid. España. <https://core.ac.uk/download/pdf/82245762.pdf>

Chirinos, K. (2020). *Análisis de la narrativa audiovisual del anime “Tu nombre” como contribución al reflejo de su identidad cultural japonés*. Lima. 2020. [Tesis de Licenciatura]. Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/54028/Chirinos_RKAR-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cobos, M. (2022). *Construcción de personajes: Relación entre los personajes principales de las películas animadas “El jardín de las palabras” y “Your Name” de Makoto Shinkai*. [Tesis de Bachiller]. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/655138/CobosL_M.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Cobos, T. (2012). Ideología y poder en el anime japonés La princesa Mononoke. *Revista Contratexto* 20. <https://www.redalyc.org/pdf/5706/570667386009.pdf>

- Devesa, N. (2011). Guionización de series de animación. [https://www.exabyteinformatica.com/uoc/Informatica/Animacion_3D/Animacion_3D_\(Modulo_1\).pdf](https://www.exabyteinformatica.com/uoc/Informatica/Animacion_3D/Animacion_3D_(Modulo_1).pdf)
- Echeverría, C. (2014). La subtitulación aficionada de animación japonesa: una aproximación intertextual. *Comunicación y Sociedad*, (22),103-136. ISSN: 0188-252X. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34631112005>
- EL ANIME: PUESTA AUDIOVISUAL DESDE LA ENSEÑANZA AMBIENTAL
Library.
<https://1library.co/article/el-anime-puesta-audiovisual-desde-la-ense%C3%B1anza-ambiental.yev4gj0z>
- Freak Elitex (28 de octubre de 2016). La música y el anime. <https://freakelitex.com/la-musica-y-el-anime/>
- Galán, M. (2009). *EL CUESTIONARIO EN LA INVESTIGACIÓN*. Metodología de la Investigación. <https://manuelgalan.blogspot.com/2009/04/el-cuestionario-en-la-investigacion.html>
- Galindo, Y. (2017). *INFLUENCIA DE LOS ANIMES JAPONESES EN LOS JÓVENES DE LA ASOCIACIÓN CULTURAL A-SHINDEN PUNO 2016*. [Tesis de Licenciatura]. Universidad Nacional Del Altiplano. http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/3518/Galindo_Velasquez_Yanett.pdf?sequence=1
- Gavirati, P. (2009). El anime como medio para la comunicación intercultural ¿Una nueva vertiente de la identidad niqueyeña argentino- japonesa? *XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires*. <https://cdsa.academica.org/000-062/2289.pdf>
- Gómez, M. (2018). *Globalización animada. Latinización del anime japonés y su asimilación en México*. [Tesis de Licenciatura]. Universidad Nacional

Autónoma de México.
<http://132.248.9.195/ptd2018/enero/0770061/0770061.pdf>

González, J. (2021). *LA SERIE JAPONESA "DRAGON BALL Z" Y SU INFLUENCIA EN LA CONDUCTA SOCIAL DE LOS JÓVENES Y ADULTOS DE 20 A 40 AÑOS EN EL DISTRITO DE LINCE: AÑO 2021*. [Tesis de Licenciatura]. Universidad Peruana de las Américas.
<http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/1481/GONZALE%20TEJADA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Guerrero, L., León, A. (2010). Estilo de vida y salud. *Revista Educere* 14(48).
<https://www.redalyc.org/pdf/356/35616720002.pdf>

Horno, A. (2012). Controversia sobre el origen del anime. Una nueva perspectiva sobre el primer dibujo animado japonés. *Revista Con A de Animación*.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3990786.pdf>

Horno, A. (2015). La ilusión de movimiento en el anime: una animación no tan limitada. *Revista Digital Repositorio Académico. Universidad de Zulia*. Opción, 31(1).
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31043005047>

Ierardo, E. (2010). *Tecnificación del mito : construcción del mito en la animación japonesa : su relación con la tecnología, los mass media y la naturaleza*. [Tesis de Bachiller]. Universidad de Buenos Aires.
<http://repositorio.sociales.uba.ar/items/show/1540>

Intriago, D. (2017). *Análisis de la influencia cultural del anime japonés en la recepción comunicológica de estudiantes de primer a tercer semestre de Diseño Gráfico de la Universidad de Guayaquil*. [Tesis de Licenciatura]. Universidad de Guayaquil.
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20941/1/TT%20Intriago%20C%203%B3rdova%20Dialmar%201.pdf>

Intriago Córdova, D., y Rodríguez Caguana, T. (2018). *Influencia cultural del anime japonés en la recepción de estudiantes de Diseño Gráfico de la Universidad de Guayaquil*. *Question*, 1(59), e084.
<https://doi.org/10.24215/16696581e084>

Jaldo Girela, M. (2020). *LAS RELACIÓN SOCIAL COMO CATEGORÍA SOCIAL EN LOS AUTORES CONTEMPORÁNEOS*. <https://www.juntadeandalucia.es/educacion/portalaverroes/documents/10306/1513789/la+relaci%C3%B3n+social+como+categor%C3%ADa+social+en+los+autores+contemporaneos.pdf>

La composición cinematográfica en el anime. (11 de Noviembre del 2017). *Quigani*. <https://quigani.blogspot.com/2017/11/la-composicion-cinematografica-en-el-anime.html>

Loriguillo, A. (2018). *La narración compleja en el anime postclásico: la ambigüedad narrativa en la animación comercial japonesa*. [Tesis doctoral]. Universidad JAUME I. <https://www.tdx.cat/handle/10803/463081#page=1>

Maguiña, L. (2021). *El anime y la identidad otaku en jóvenes universitarios. El caso de "Ukato no Sekai"*. [Tesis de Licenciatura]. Pontificia Universidad Católica Del Perú. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/20362/MAGUI%20L%20CH%20LIDIA%20ANGELLA%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Maldonado, S. (2007). Manual práctico para el diseño de la Escala Likert. *Revista Virtual Dialnet*. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4953744.pdf>

Martínez, Hunt Gómez & Coral (2020). Uso de aplicaciones online para plataformas en streaming: Language Learning with Netflix. *Texto Livre: Linguagem e Tecnologia*, 13(3),63-78. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=577165121005>

Menkes, D. (2012). La cultura juvenil otaku: expresión de la posmodernidad. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 10(1). <https://www.redalyc.org/pdf/773/77323982001.pdf>

Meo, A. L. (2016). Aproximaciones al anime: producción, circulación y consumo en el siglo XXI. *Question/Cuestión*, 1(51), 251–266. Recuperado a partir de <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/3416>

- Oliva, J. (2018). El fenómeno abridged: el anime parodiado por sus fans. *Revista Jangwa Pana*, 17(1).
<https://www.redalyc.org/journal/5880/588062598007/588062598007.pdf>
- OTZEN, T. & MANTEROLA C.(2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. [Versión On - line]. *Int. J. Morphol.*, 35(1):227-232. Temuco, Chile.
https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0717-95022017000100037&script=sci_abstract
- Pachas, A. (2020). *Transculturación del anime: la construcción de la identidad de la comunidad otaku en Lima*. [Tesis de Bachiller]. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/653163/PACHAS_AA.pdf?sequence=3#:~:text=Si%20bien%2C%20el%20anime%20lleg%C3%B3,se%20centraba%20en%20el%20anime
- Pérez, H. (2017). Aculturación, transculturación, mestizaje: metáforas y espejos en la historiografía latinoamericana. Costa Rica. *CUADERNOS DE LITERATURA* 21(41).
<https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cualit/article/view/19395>
- Porras, A. (2017). Tipos de muestreo. *Centro de Investigación en Geografía y Geometría*.
<https://centrogeo.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1012/163/1/19-Tipos%20de%20Muestreo%20-%20%20Diplomado%20en%20An%C3%A1lisis%20de%20Informaci%C3%B3n%20Geoespacial.pdf>
- Rivera, J. (2006). Narrativas Audiovisuales. *Revista Razón y Palabra*, 49(11).
<https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520713020.pdf>
- Rojas, C. (2019). *LA INFLUENCIA DEL ANIME EN LA CONDUCTA DE LOS JÓVENES QUE VISITAN EL CENTRO COMERCIAL ARENALES EN EL AÑO 2019*. [Tesis de Licenciatura]. Universidad De San Martín de Porres.
https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5951/ROJAS_TC.pdf?sequence=1&id Allowed=y

- Solis, A. (2020). *Influencia de la animación japonesa sobre la sexualización y la identificación de estereotipos utilizada en el diseño de personajes en la ilustración*. [Tesis de Bachiller]. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/657672/Solis_RA.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Sosa, R. (2020). Anime, globalización y adaptaciones. *Revista Questión*, 67(2). <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/6414/5583>
- Thom, R. (2013). Escribiendo un guión para el sonido. *Palabra Clave*, 16(3),995-1008. ISSN: 0122-8285. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64930924012>
- Torrens, A. (2017). *El anime como dispositivo pensante: cuerpo, tecnología e identidad*. [Tesis doctoral]. Universidad Autónoma de Barcelona. <https://www.tesisenred.net/handle/10803/409727#page=1>
- Turmo, I. (10 de Agosto de 2009). 'Manga Impact' y su mensaje universal. Swissinfo. <https://www.swissinfo.ch/spa/-manga-impact--y-su-mensaje-universal/7546996>
- Urbina, F. (2021). *Los 12 pasos del titán: Shingeki no kyoyin; Eren Jäger y Reiner Braun desde el punto de vista de Vogler*. [Tesis de Bachiller]. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/658908/Urbina_SF.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Vidal, L. (2010). *El Anime como elemento de Transculturación. Caso: Naruto*. [Tesis de Licenciatura]. Universidad César Vallejo. https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2010/100074/anime_a2010.pdf
- Villalobos, J. (2017). Análisis de la Narrativa Visual del Anime Sailor Moon, 2017. [Tesis de Licenciatura]. Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/1050/villalobos_ej.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Yache, C.(2020). Las funciones del leitmotiv musical como componente narrativo de los géneros de animación japonesa Shonen y Seinen. [Tesis de Licenciatura]. Universidad Privada del Norte. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/25216/Yache%20Vigo%2C%20Carlos%20Manuel.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Yébenes, P. (2007). La música en el mundo de la animación. *Revista Contratexto* 15. <https://www.redalyc.org/pdf/5706/570667391010.pdf>

ANEXOS

ANEXO N° 1: Matriz de consistencia

TÍTULO	Animación japonesa y su influencia en el estilo de vida de jóvenes, caso de un centro comercial, Lima, 2022				
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	MÉTODO
<p>Problema General:</p> <p>¿Cuál es la relación de la animación japonesa y su influencia en el estilo de vida de jóvenes, caso de un centro comercial, Lima,</p>	<p>Objetivo General:</p> <p>Analizar la animación japonesa y su influencia en el estilo de vida de jóvenes, caso de un centro comercial, Lima, 2022</p>	<p>Comunicacional:</p> <p>Animación Japonesa</p>	<p>Mensaje</p>	<p>Discurso</p> <p>Referencias culturales</p> <p>Narrativa</p> <p>Temática</p>	<p>Tipo de investigación:</p> <p>Aplicada</p> <p>Diseño:</p> <p>No experimental de corte transversal</p>

<p>2022?</p> <p>Problema Específico 01:</p> <p>¿Cuál es la relación del mensaje en la animación japonesa y su influencia en el estilo de vida de jóvenes, caso de un centro comercial, Lima, 2022?</p> <p>Problema</p>	<p>Objetivo Específico 01:</p> <p>Describir la relación del mensaje en la animación japonesa y su influencia en el estilo de vida de jóvenes, caso de un centro comercial, Lima, 2022</p>		<p>Narrativa Audiovisual</p>	<p>Estilo de animación</p> <p>Lenguaje audiovisual</p> <p>Sonido</p>	<p>Población:</p> <p>Jóvenes que asisten al Centro Comercial Arenales</p> <p>Participantes:</p> <p>301 jóvenes visitantes del centro comercial mencionado anteriormente.</p> <p>Técnica:</p> <p>Encuesta</p>
<p>Plataformas digitales</p>	<p>Servicios Streaming</p> <p>Subtitulación</p> <p>Clasificación del anime</p>		<p>Estratificación Social</p>	<p>Clase Social</p>	
<p>Comportamiento del consumidor</p>	<p>Consumo De Contenido</p>				

<p>Específico 02:</p> <p>¿Cuál es la relación de la narrativa audiovisual en la animación japonesa y su influencia en el estilo de vida de jóvenes, caso de un centro comercial, Lima, 2022?</p> <p>Problema</p> <p>Específico 03:</p> <p>¿Cuál es la relación del uso de</p>	<p>Objetivo</p> <p>Específico 02:</p> <p>Examinar la relación de la narrativa audiovisual en la animación japonesa y su influencia en el estilo de vida de jóvenes, caso de un centro comercial, Lima, 2022</p> <p>Objetivo</p> <p>Específico 03:</p> <p>Identificar la</p>	<p>Social:</p> <p>Estilos de Vida</p>	<p>Patrón de conducta</p>	<p>Identidad Personal</p> <p>Relaciones Sociales</p> <p>Transculturación</p>	<p>Instrumento:</p> <p>Cuestionario</p>
--	---	--	---------------------------	--	--

plataformas digitales en la animación japonesa y su influencia en el estilo de vida de jóvenes, caso de un centro comercial, Lima, 2022?	relación del uso de plataformas digitales en la animación japonesa y su influencia en el estilo de vida de jóvenes, caso de un centro comercial, Lima, 2022				
--	---	--	--	--	--

ANEXO N° 2: Operalización de las Variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
Animación Japonesa	La animación japonesa o también denominada anime, es la producción de dibujos animados japoneses, los cuales están cargados de folclore japonés, adaptando historias de tiempos antiguos para contextualizarlas	Animación japonesa, el término, normalmente es utilizado para distinguir a dicha animación, de la occidental, pero, no solo se refiere a su procedencia, sino también a sus diferentes temas, estilos y tendencias, además de diversas características técnicas propias Oliva (2018).	Mensaje	Discurso	1	Ordinal El inventario está compuesto por 11 reactivos de opción múltiple: Nunca = 1 Casi nunca = 2 A veces = 3
				Referencias culturales	2	
				Narrativa	3	
				Temática	4	
			Narrativa Audiovisual	Estilo de animación	5	
				Lenguaje Audiovisual	6	
				Sonido	7	

	en la actualidad (Horno, 2012, p.108).		Plataformas digitales	Servicios Streaming	8	Casi siempre = 4 Siempre = 5
				Subtitulación	9	
				Clasificación del anime	10	
Estilos de Vida	Se entiende como el modo de vivir en relación al comportamiento, proyectado a diversos aspectos derivados de su entorno. (Montoya y Salazar, 2010,p.14).	Representa un enfoque que propicia un desarrollo sostenido y sustentable de la comunidad por su capacidad potencial para analizar el funcionamiento óptimo del ser y la comunidad; activar al individuo mediante métodos de origen popular; desarrollar procesos de administración humanista; transformar el	Estratificación Social	Clase Social	11	
			Comportamiento del consumidor	Consumo De Contenido	12	

		patrón de comportamiento de los actores inmersos en el proceso (Gámez, 2014, p.106).	Patrón de conducta	Identidad Personal	13	
				Relaciones Sociales	14	
				Transculturación	15	

ANEXO N° 3: Instrumentos (Encuesta)

Animación Japonesa Y Su Influencia En El Estilo De Vida De Jóvenes, Caso De Un Centro Comercial, Lima, 2021

A continuación se muestra el cuestionario realizado para la recolección de datos de la investigación, donde se pide a los participantes marcar con un (X) en las siguientes casillas, dónde:

1 = Nunca

2 = Casi Nunca

3 = A veces

4 = Casi siempre

5 = Siempre

N°	ÍTEMS	ESCALA DE VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
1	El discurso del anime, en sus múltiples temáticas, resalta la cualidad humana, tanto en defectos como virtudes.					

2	Las referencias de la cultura japonesa , que aparecen con frecuencia en el desarrollo de la historia del anime, despierta interés por adoptar aspectos como su vestimenta, comida, idioma y estética.					
3	El desarrollo de la narrativa del anime es un elemento fundamental para capturar el interés del público.					
4	Las temáticas del anime influyen en la forma de percibir la realidad.					
5	Existen animes que pierden o ganan su atractivo dependiendo del estilo de animación .					
6	El lenguaje audiovisual es importante para el buen entendimiento de la historia.					
7	El acompañamiento sonoro es necesario para transmitir emociones al exponer el mensaje central de la animación japonesa.					
8	La animación japonesa ha influido en la creación de nuevos servicios streaming para su transmisión.					

9	La subtitulación es importante para el entendimiento del mensaje y facilita el aprendizaje de modismos del idioma japonés.					
10	La clasificación del anime , determina el éxito o fracaso de la franquicia.					
11	El interés por la animación japonesa se relaciona con la clase social a la que pertenece cada persona.					
12	El consumo de contenido del anime, interviene en la manera de actuar frente a la toma de decisiones.					
13	Mirar animación japonesa influye en la construcción de la identidad personal .					
14	Mirar continuamente anime dificulta la capacidad de establecer relaciones sociales .					
15	El fenómeno de transculturación del anime desplaza la cultura propia de la persona.					

ANEXO N° 4: Certificados de validación

Certificado de validez de contenido del instrumento

Título: Animación Japonesa Y Su Influencia En El Estilo De Vida De Jóvenes, Caso De Un Centro Comercial, Lima, 2022

N°	VARIABLE 1: ANIMACIÓN JAPONESA	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	
DIMENSIÓN 1: Mensaje														
1	El discurso del anime, en sus múltiples temáticas, resalta la cualidad humana, tanto en defectos como virtudes.				X				X				X	-
2	Las referencias de la cultura japonesa , que aparecen con frecuencia en el desarrollo de la historia del anime, despierta interés por adoptar aspectos como su vestimenta, comida, idioma y estética.				X				X				X	-
3	El desarrollo de la narrativa del anime es un elemento fundamental para capturar el interés del público.				X				X				X	-
4	Las temáticas del anime influyen en la forma de percibir la realidad.				X				X				X	-
DIMENSIÓN 2: Narrativa Audiovisual														
5	Existen animes que pierden o ganan su atractivo dependiendo del estilo de animación .				X				X				X	-
6	El lenguaje audiovisual es importante para el buen entendimiento de la historia.				X				X				X	-
7	El acompañamiento sonoro es necesario para transmitir emociones al exponer el mensaje central de la animación japonesa.				X				X				X	-

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

Observaciones: El instrumento que contempla las variables de 'Animación japonesa' y 'Estilos de vida' evidencia suficiencia para una óptima recopilación de información y logro de objetivos determinados.

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*

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

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

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

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

Fecha: 27 de setiembre del 2022



Firma del Experto Informante

Certificado de validez de contenido del instrumento

Título: Animación Japonesa Y Su Influencia En El Estilo De Vida De Jóvenes, Caso De Un Centro Comercial, Lima, 2022

N°	VARIABLE 1:	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M D	D	A A	M A	M D	D	A A	M A	M D	D	A A	M A	
	DIMENSIÓN 1: Mensaje													
1	El discurso del anime, en sus múltiples temáticas, resalta la cualidad humana, tanto en defectos como virtudes.			X				X				X		
2	Las referencias de la cultura japonesa , que aparecen con frecuencia en el desarrollo de la historia del anime, despierta interés por adoptar aspectos como su vestimenta, comida, idioma y estética.			X				X				X		
3	El desarrollo de la narrativa del anime es un elemento fundamental para capturar el interés del público.			X				X				X		
4	Las temáticas del anime influyen en la forma de percibir la realidad.			X				X				X		
	DIMENSIÓN 2: Narrativa Audiovisual													
5	Existen animes que pierden o ganan su atractivo dependiendo del estilo de animación .			X				X				X		
6	El lenguaje audiovisual es importante para el buen entendimiento de la historia.			X				X				X		

7	El acompañamiento sonoro es necesario para transmitir emociones al exponer el mensaje central de la animación japonesa.			X					X											
DIMENSIÓN 3: Plataformas digitales																				
8	La animación japonesa ha influido en la creación de nuevos servicios streaming para su transmisión.			X					X										X	
9	La subtitulación es importante para el entendimiento del mensaje y facilita el aprendizaje de modismos del idioma japonés.			X					X										X	
10	La clasificación del anime , determina el éxito o fracaso de la franquicia.			X					X										X	
VARIABLE 2:																				
DIMENSIÓN 1: Estratificación Social																				
11	El interés por la animación japonesa se relaciona con la clase social a la que pertenece cada persona.			X					X										X	
DIMENSIÓN 2: Comportamiento del consumidor																				

12	El consumo de contenido del anime, interviene en la manera de actuar frente a la toma de decisiones.			X				X			X	
DIMENSIÓN 3: Patrón de conducta												
13	Mirar animación japonesa influye en la construcción de la identidad personal .			X				X			X	
14	Mirar continuamente anime dificulta la capacidad de establecer relaciones sociales .			X				X			X	
15	El fenómeno de transculturación del anime desplaza la cultura propia de la persona.			X				x			X	

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

Observaciones: _____

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

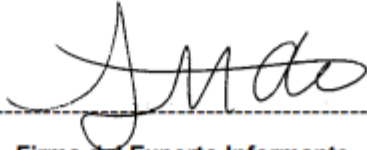
Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: César André Orihuela Mongrut **DNI:42110670**

Especialidad del validador: ciencias de la comunicación

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

Fecha: 28/09/2022



Firma del Experto Informante.
Especialidad

Certificado de validez de contenido del instrumento

Título: Animación Japonesa Y Su Influencia En El Estilo De Vida De Jóvenes, Caso De Un Centro Comercial, Lima, 2022

Nº	VARIABLE 1:	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M D	D	A A	M A	M D	D	A A	M A	M D	D	A A	M A	
	DIMENSIÓN 1: Mensaje													
1	El discurso del anime, en sus múltiples temáticas, resalta la cualidad humana, tanto en defectos como virtudes.				4				4				4	
2	Las referencias de la cultura japonesa , que aparecen con frecuencia en el desarrollo de la historia del anime, despierta interés por adoptar aspectos como su vestimenta, comida, idioma y estética.				4				4				4	
3	El desarrollo de la narrativa del anime es un elemento fundamental para capturar el interés del público.				4				4				4	
4	Las temáticas del anime influyen en la forma de percibir la realidad.				4				4				4	
	DIMENSIÓN 2: Narrativa Audiovisual													
5	Existen animes que pierden o ganan su atractivo dependiendo del estilo de animación .				4				4				4	
6	El lenguaje audiovisual es importante para el buen entendimiento de la historia.				4				4				4	

12	El consumo de contenido del anime, interviene en la manera de actuar frente a la toma de decisiones.				4				4			4	
	DIMENSIÓN 3: Patrón de conducta												
13	Mirar animación japonesa influye en la construcción de la identidad personal .				4				4			4	
14	Mirar continuamente anime dificulta la capacidad de establecer relaciones sociales .				4				4			4	
15	El fenómeno de transculturación del anime desplaza la cultura propia de la persona.				4				4			4	

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: Oliveros Margall, Enrique Antonio DNI: 10314215

Especialidad del validador: Comunicador Audiovisual

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

Fecha: 5 de octubre del 2022



Firma del Experto Informante.
Especialidad

ANEXO N° 5: Fórmula de cálculo de la muestra

n= Tamaño de muestra buscado

Z= Parámetro estadístico que depende el Nivel de confianza (NC)

e= Error de estimación máximo aceptado

p= Probabilidad de que ocurra el evento estudiado(éxito)

q= (1-p)= Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

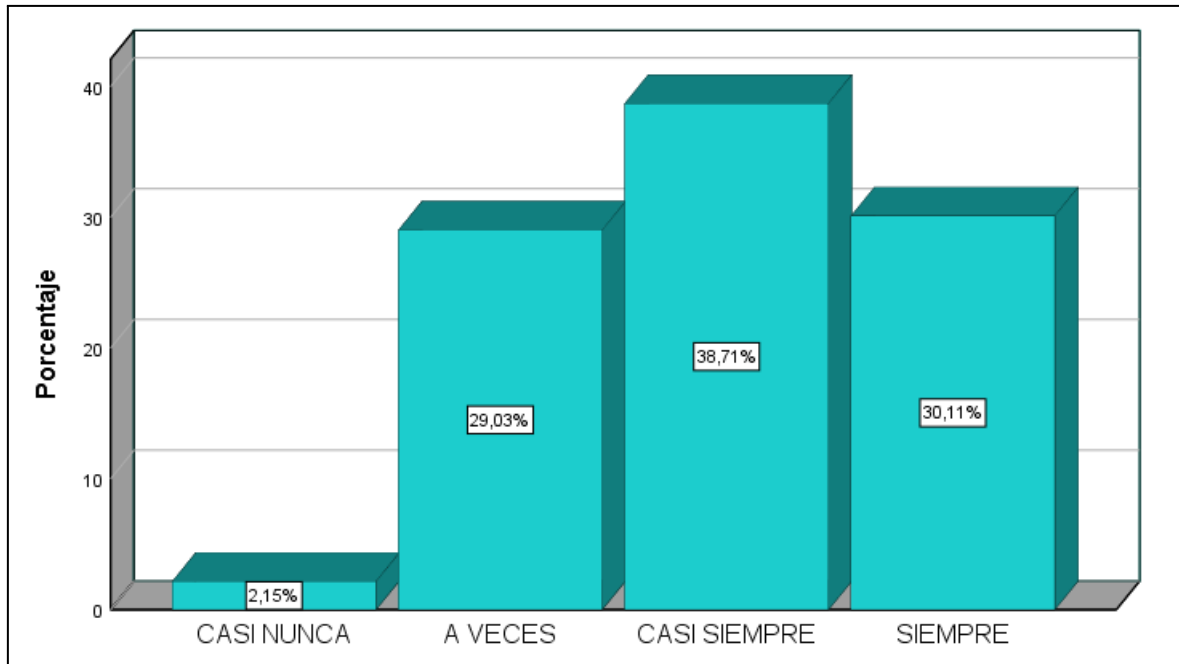
PARÁMETRO	VALOR
Z	1,96
P	50%
Q	50%
e	5,00%

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2}$$

ANEXO N° 6: Resultados por Items

ÍTEM 1: El **discurso** del anime, en sus múltiples temáticas, resalta la cualidad humana, tanto en defectos como virtudes.

Gráfico 05: Ítem 01

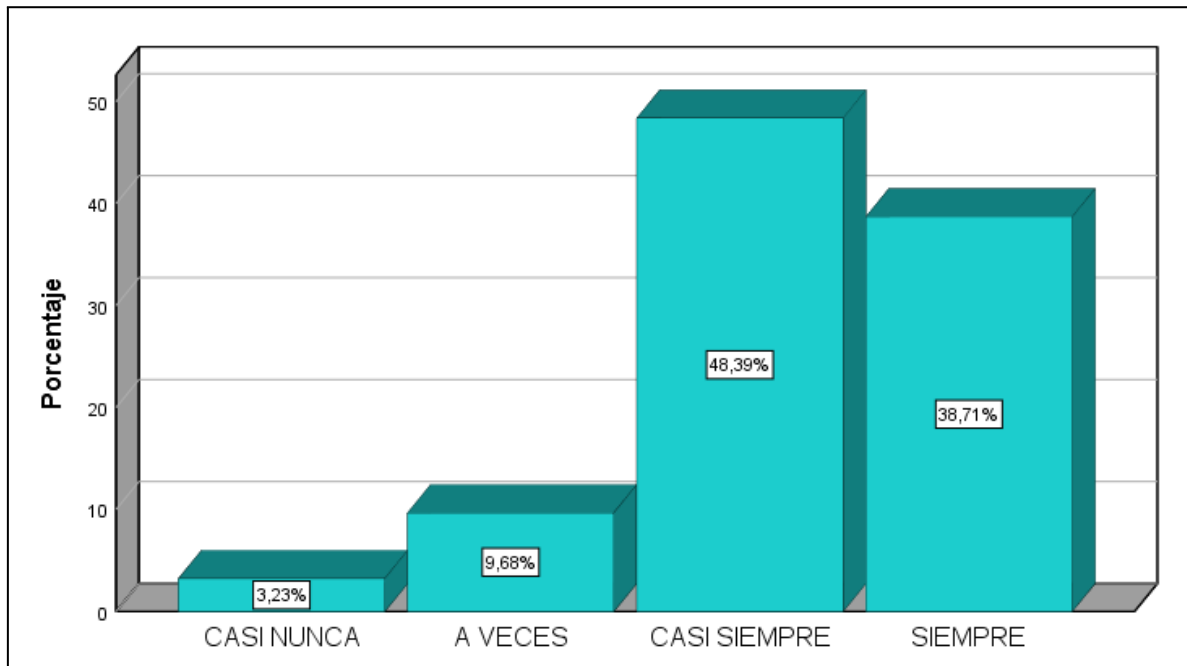


Fuente: IBM SPSS Statistics 25

En el gráfico N° 05, se observó que gran mayoría de jóvenes afirman que el anime evidencia y resalta la cualidad humana de sus personajes, constituyendo respuestas positivas como “casi siempre” en un 38.71%, acompañado de “siempre” con 30.11%. Por otro lado, caso contrario, el 2.15% afirmaron que “casi nunca” se evidencian estos aspectos en la animación japonesa.

ÍTEM 2: Las **referencias de la cultura japonesa**, que aparecen con frecuencia en el desarrollo de la historia del anime, despierta interés por adoptar aspectos como su vestimenta, comida, idioma y estética.

Gráfico 06: Ítem 02

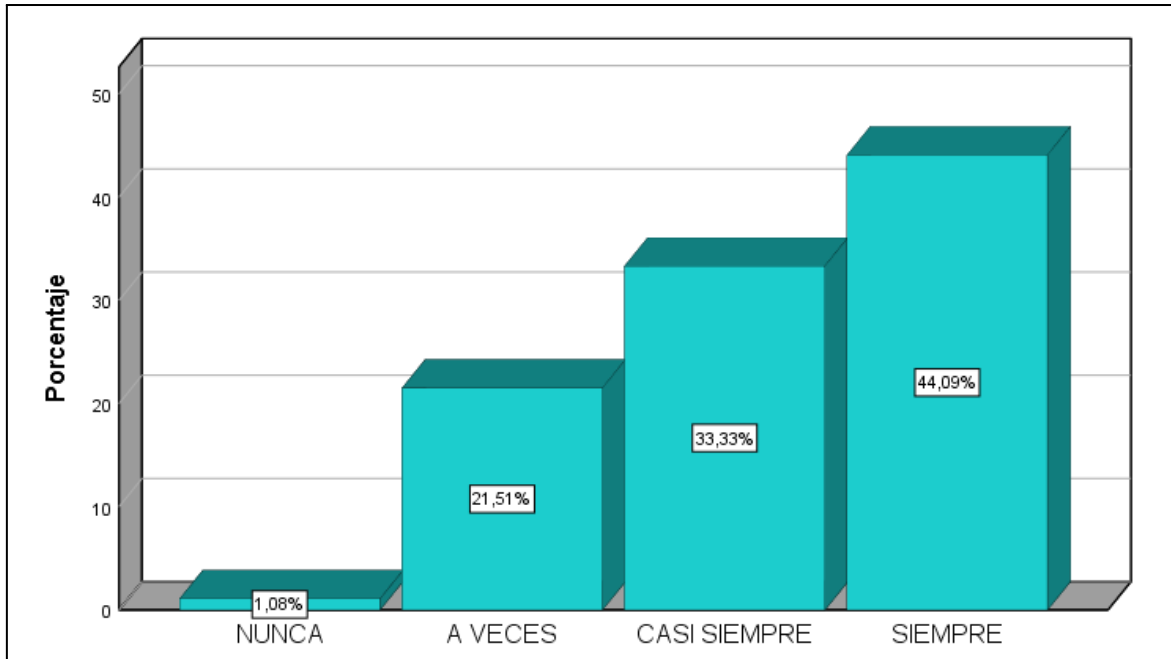


Fuente: IBM SPSS Statistics 25

En el gráfico N° 06, dado los resultados, se evidenció que los encuestados en un 48.39% alegaron que las referencias de la cultura japonesa, pertenecientes al anime, “casi siempre” despiertan en ellos un interés por adoptar diversos aspectos de la cultura oriental. Asimismo, esta opinión se reforzó con otro 38.71% de personas, quienes afirmaron de manera más determinante, que “siempre” les sucede este tipo de acciones. No obstante, en un mínimo de 3.23%, un grupo de encuestados, difieren con su opinión, mencionando que “casi nunca” sucede lo mencionado.

ÍTEM 3: El desarrollo de la **narrativa** del anime es un elemento fundamental para capturar el interés del público.

Gráfico 07: Ítem 03

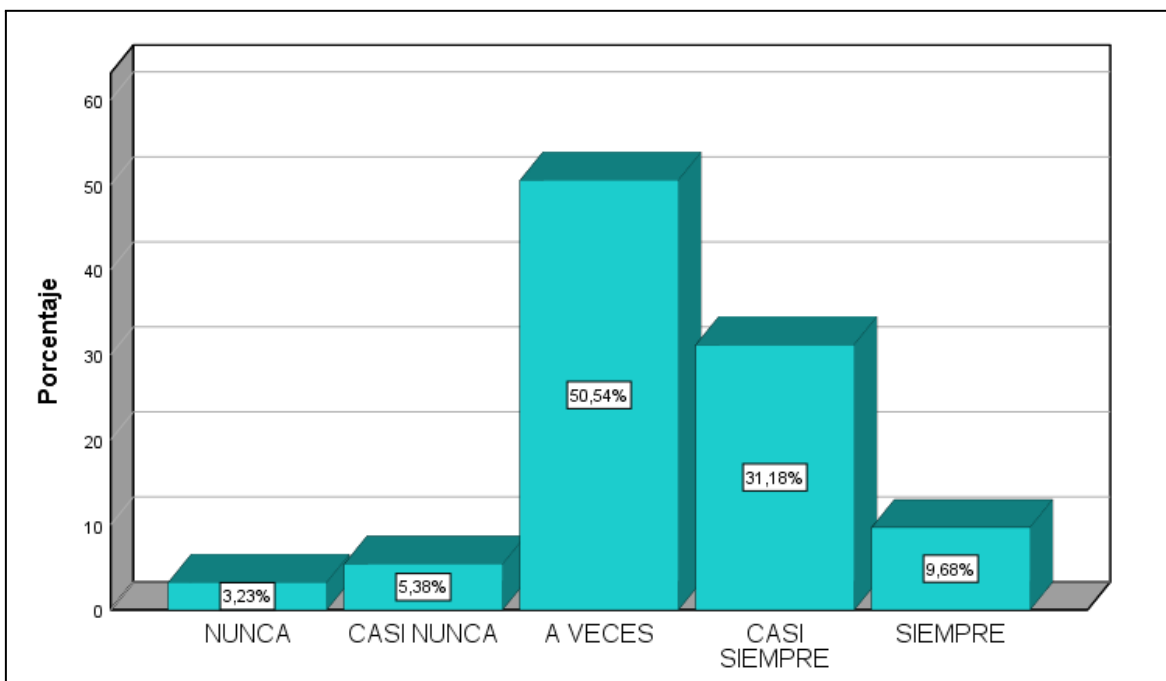


Fuente: IBM SPSS Statistics 25

En el gráfico N° 07, la gran mayoría de encuestados concordaron en su opinión, respecto a si la narrativa del anime es considerado un elemento fundamental para capturar su interés. Los resultados se refuerzan con un 44.09% de jóvenes que mencionaron que "siempre" es considerado un elemento fundamental, seguido de un 33.33%, quienes opinaron que "casi siempre" es así. Sin embargo, el 1.08% tuvo una percepción distinta, al reflejar su negatividad, alegando que para capturar su interés, "nunca" ha sido importante la narrativa de la animación japonesa.

ÍTEM 4: Las **temáticas** del anime influyen en la forma de percibir la realidad.

Gráfico 08: Ítem 04

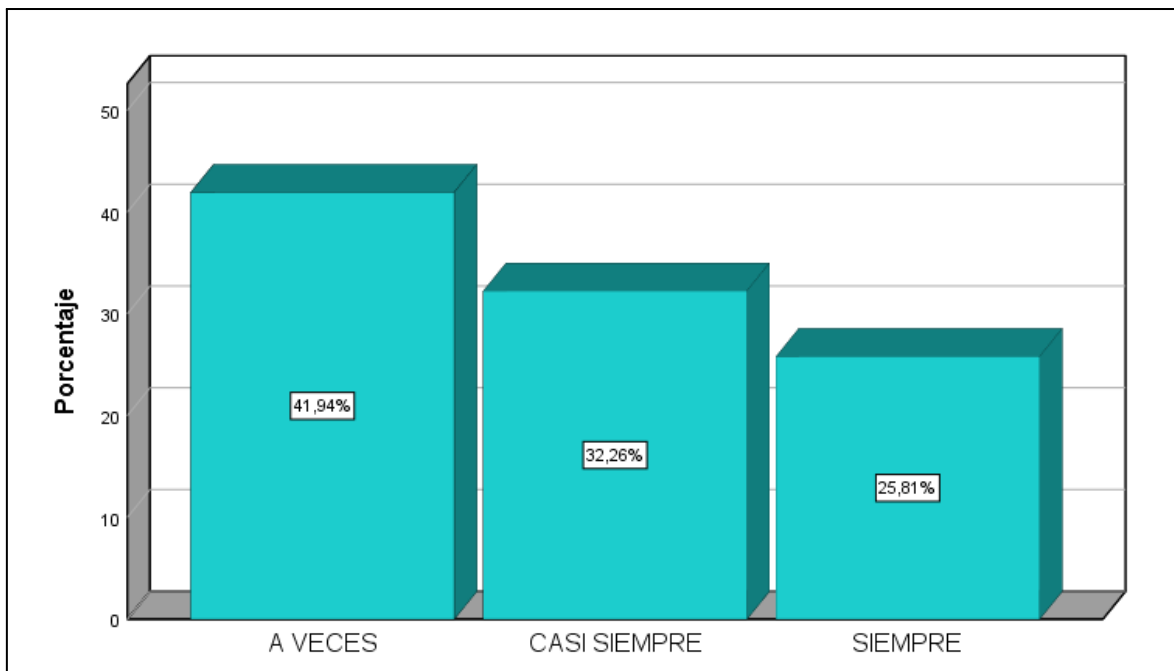


Fuente: IBM SPSS Statistics 25

En el gráfico N° 08 se observó que la mitad de los encuestados, con 50,54%, opinaron que las temáticas del anime, "a veces" influyen en la manera de ver la realidad, seguido de un 32,18% que mencionaron que "casi siempre" ha influido en dicho aspecto. Caso contrario, el mínimo porcentaje de 3,23% de jóvenes, tuvo en claro que "nunca" las temáticas del anime, no tienen mayor influencia en sus vidas diarias.

ÍTEM 5: Existen animes que pierden o ganan su atractivo dependiendo del **estilo de animación**.

Gráfico 09: Ítem 05

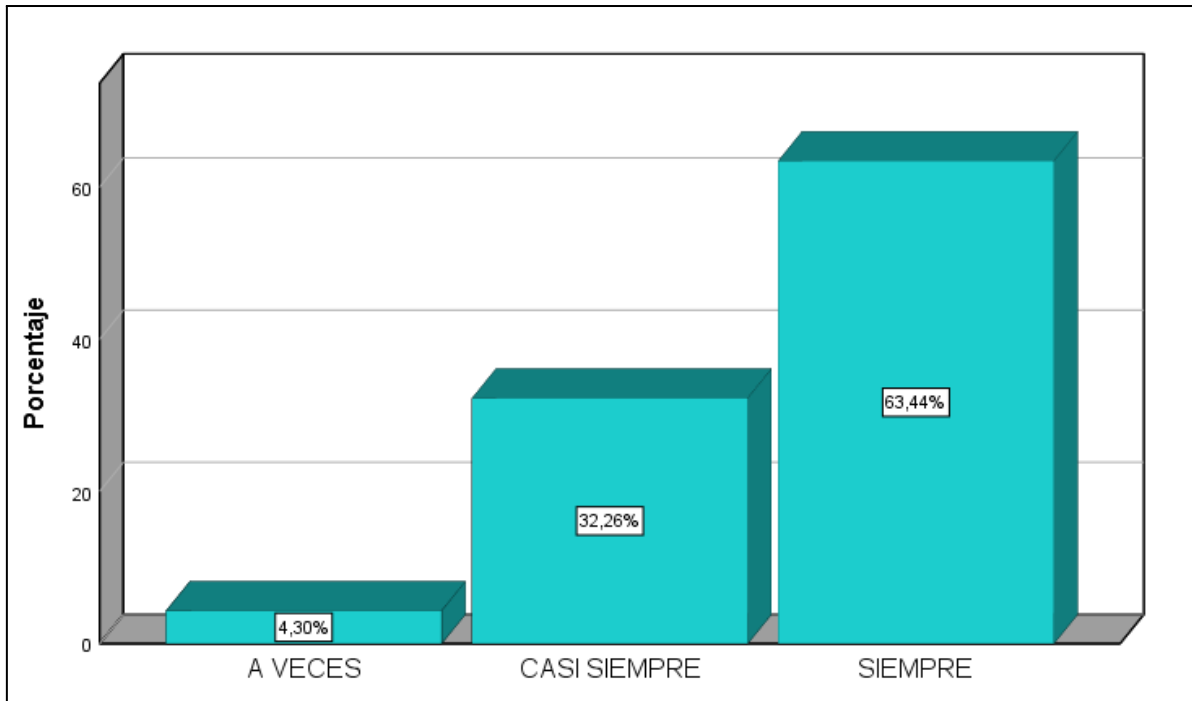


Fuente: IBM SPSS Statistics 25

En el gráfico N° 09, se evidenció de manera unánime, la respuesta positiva respecto a si los animes dependen de su estilo de animación para ganar o perder su atractivo. De este modo, el 41,95% de jóvenes afirmaron que "a veces" sucede este tipo de acciones, asimismo, el 32,26% opinó que "casi siempre" es importante el estilo de animación, culminando con un 25,8% quienes tuvieron la respuesta más clara, al mencionar que "siempre" es determinando la manera en la cual se animan dichos productos audiovisuales.

ÍTEM 6: El **lenguaje audiovisual** es importante para el buen entendimiento de la historia.

Gráfico 10: Ítem 06

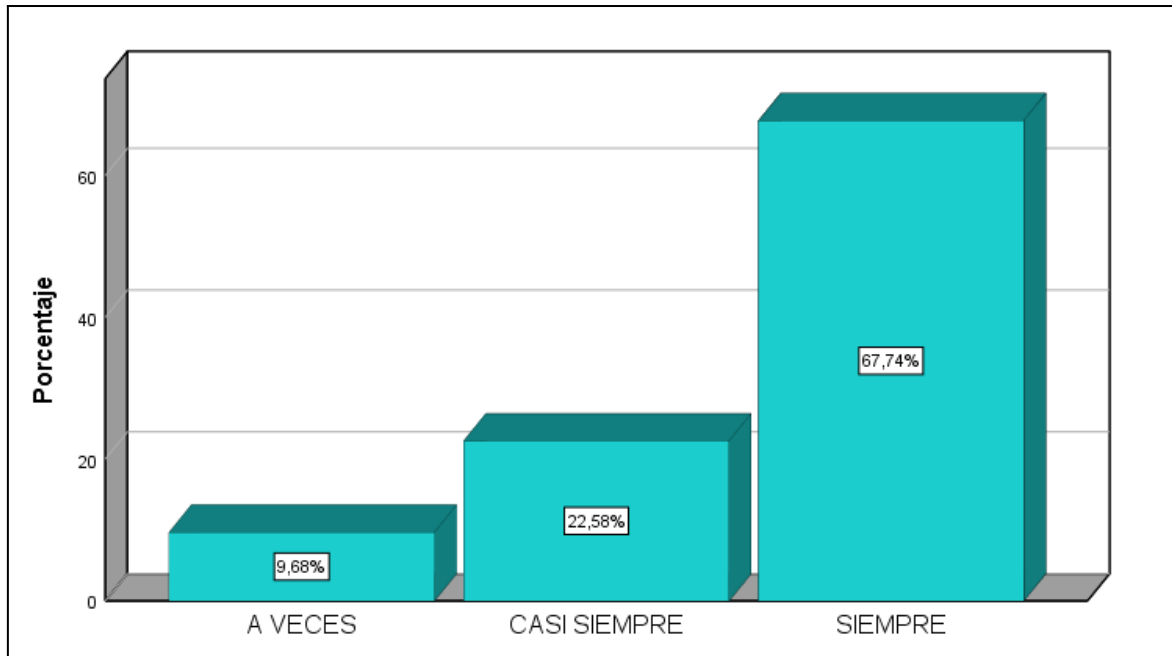


Fuente: IBM SPSS Statistics 25

En el gráfico N° 10, más de la mitad de jóvenes, de manera uniforme, tuvieron una respuesta positiva respecto a la afirmación en cuestión. Por ello, el 63,44% mencionaron que una historia "siempre" se entiende mejor gracias a su lenguaje audiovisual, reforzando dicha opinión con otro 32,26% de personas, que expresaron que "casi siempre" sucede de dicha forma.

ÍTEM 7: El acompañamiento **sonoro** es necesario para transmitir emociones al exponer el mensaje central de la animación japonesa.

Gráfico 11: Ítem 07

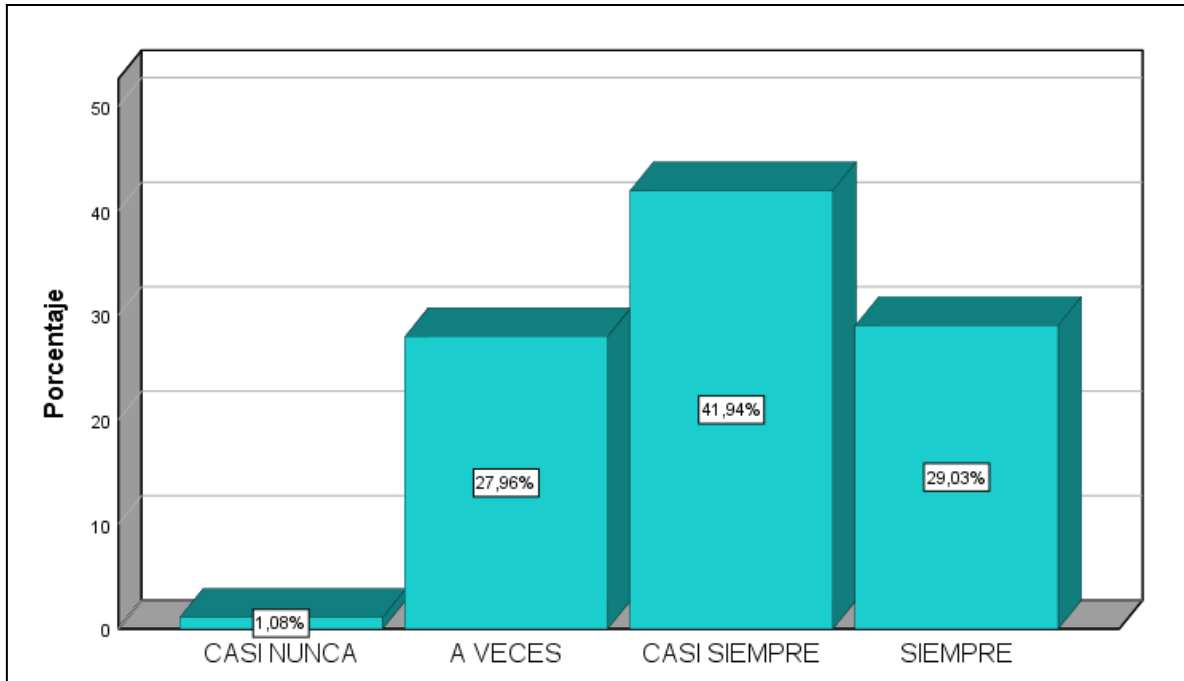


Fuente: IBM SPSS Statistics 25

En el gráfico N° 11, el 67,74% de encuestados expresaron de manera determinante, que el sonido "siempre" ha sido necesario para el acompañamiento y transmisión de emociones en la animación japonesa. A ello, le sigue un porcentaje menor de 22,58%, quienes afirman que "casi siempre" es importante, lo cual contrasta con otro 9,68% quienes alegan que esto sucede solo "a veces".

ÍTEM 8: La animación japonesa ha influido en la creación de nuevos **servicios streaming** para su transmisión.

Gráfico 12: Ítem 08

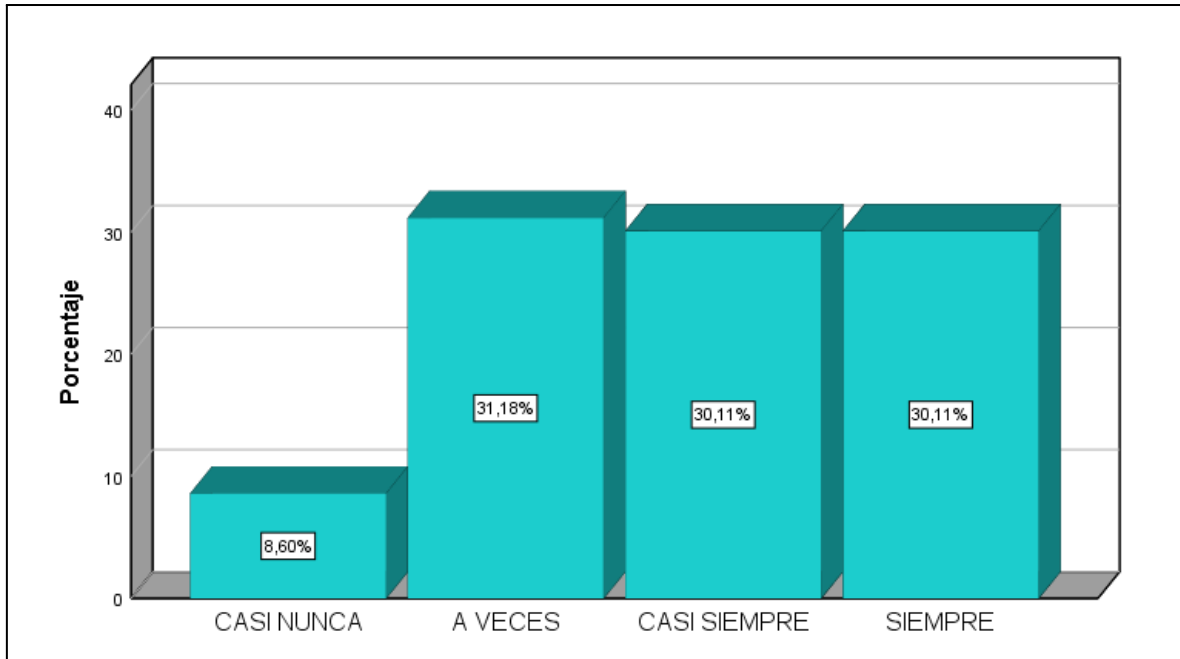


Fuente: IBM SPSS Statistics 25

En el gráfico N° 12, se evidenció que el 41,94% de encuestados, manifestaron que la animación japonesa "casi siempre" ha influido en la creación de nuevos servicios streaming. Del mismo modo, con una respuesta positiva, el 29,03% afirmó de manera más clara, que "siempre" se ha visto dicha influencia. Sin embargo, el 1,08% opinó que la animación japonesa "casi nunca" ha contribuido en la creación de nuevas plataformas.

ÍTEM 9: La **subtitulación** es importante para el entendimiento del mensaje y facilita el aprendizaje de modismos del idioma japonés.

Gráfico 13: Ítem 09

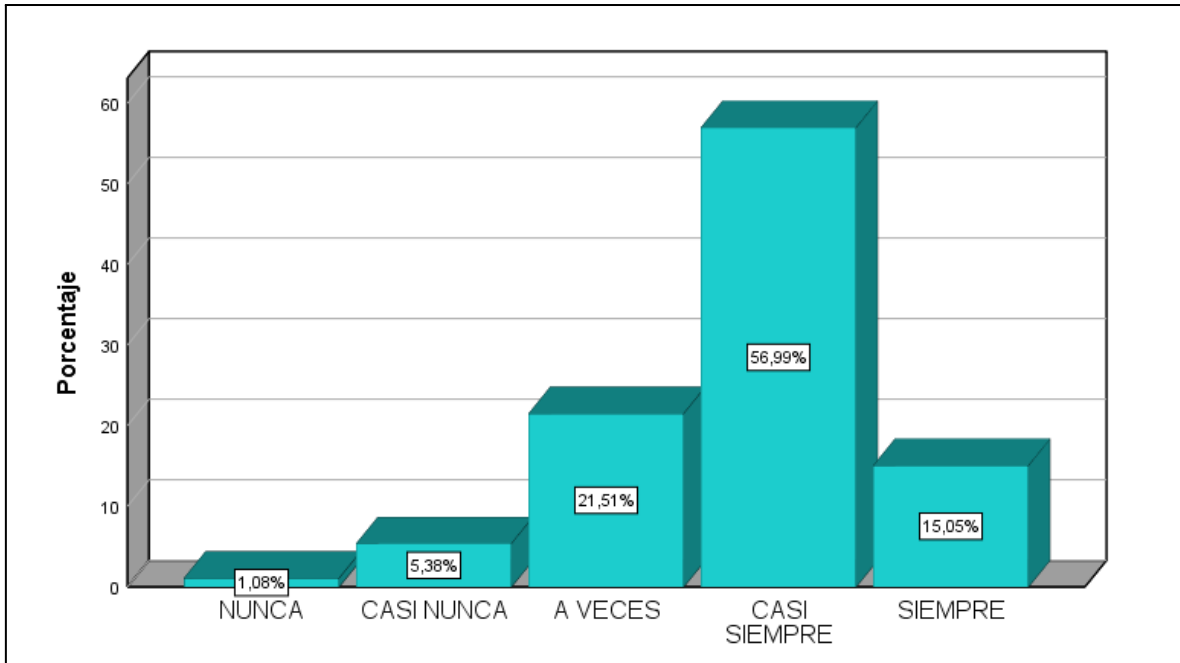


Fuente: IBM SPSS Statistics 25

En el gráfico N° 13, se constató que el 31,18% de encuestados, mencionaron que la subtitulación de la animación japonesa, “a veces” les facilita el aprendizaje de modismos nipones. De igual forma, el 30,11% de jóvenes, afirmó que “casi siempre” y “siempre” aprenden nuevos modismos del país oriental, gracias a los subtítulos.

ÍTEM 10: La **clasificación del anime**, determina el éxito o fracaso de la franquicia.

Gráfico 14: Ítem 10

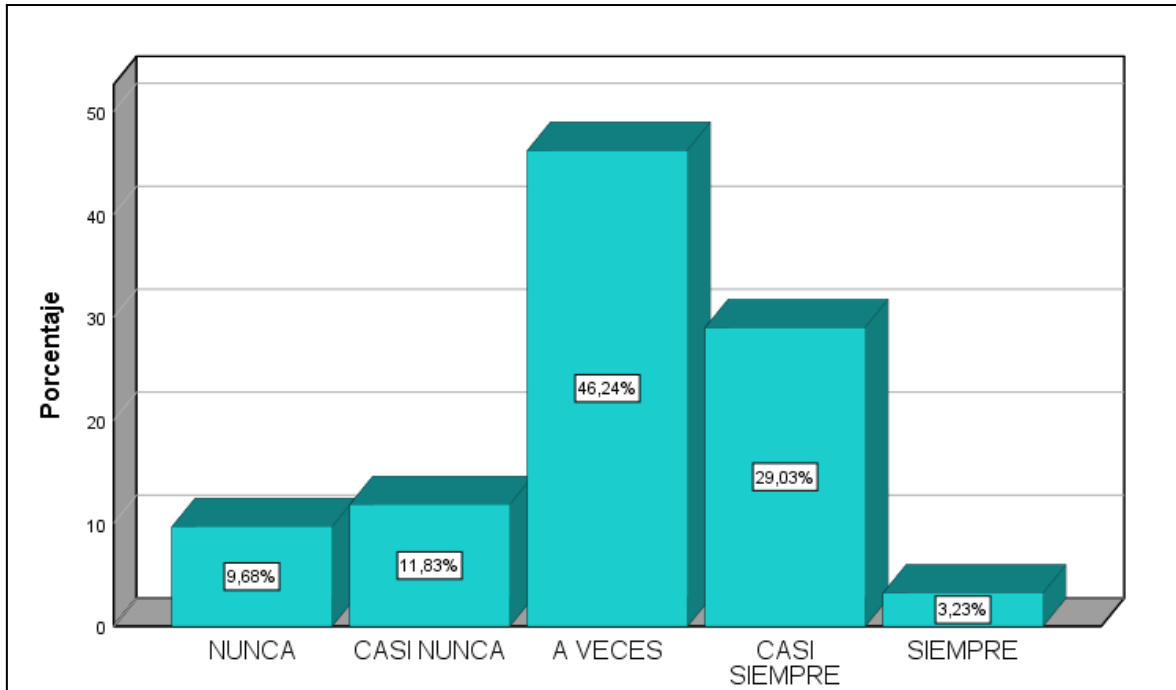


Fuente: IBM SPSS Statistics 25

En el gráfico N° 14, gran parte de encuestados, en un 56,99% opinaron que la clasificación del anime, “casi siempre” determina el éxito o fracaso de una franquicia, mientras que el 21,51% mencionó que estos casos, suceden solo “a veces”. Asimismo, el 1,08% afirmó que esta cuestión “nunca” ha sido un factor determinante para el éxito o fracaso de una animación japonesa.

ÍTEM 11: El interés por la animación japonesa se relaciona con la **clase social** a la que pertenece cada persona.

Gráfico 15: Ítem 11

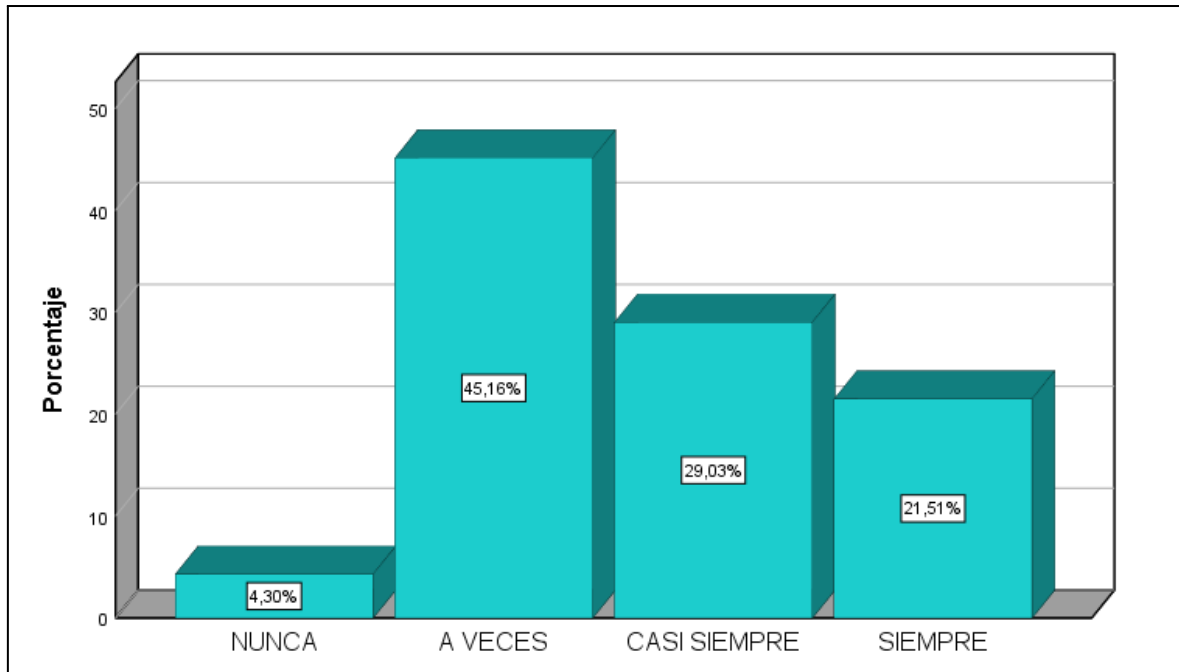


Fuente: IBM SPSS Statistics 25

En el gráfico N° 15, se observó que el 46,24% de los jóvenes encuestados, afirmaron que “a veces” la clase social influye en el interés por seguir a la animación japonesa, mientras que en menor medida, el 11,83% y 9,68% mencionaron que “casi nunca” y “nunca” se considera a la clase social como un factor que afecte en los intereses de las personas.

ÍTEM 12: El **consumo de contenido** del anime, interviene en la manera de actuar frente a la toma de decisiones.

Gráfico 16: Ítem 12

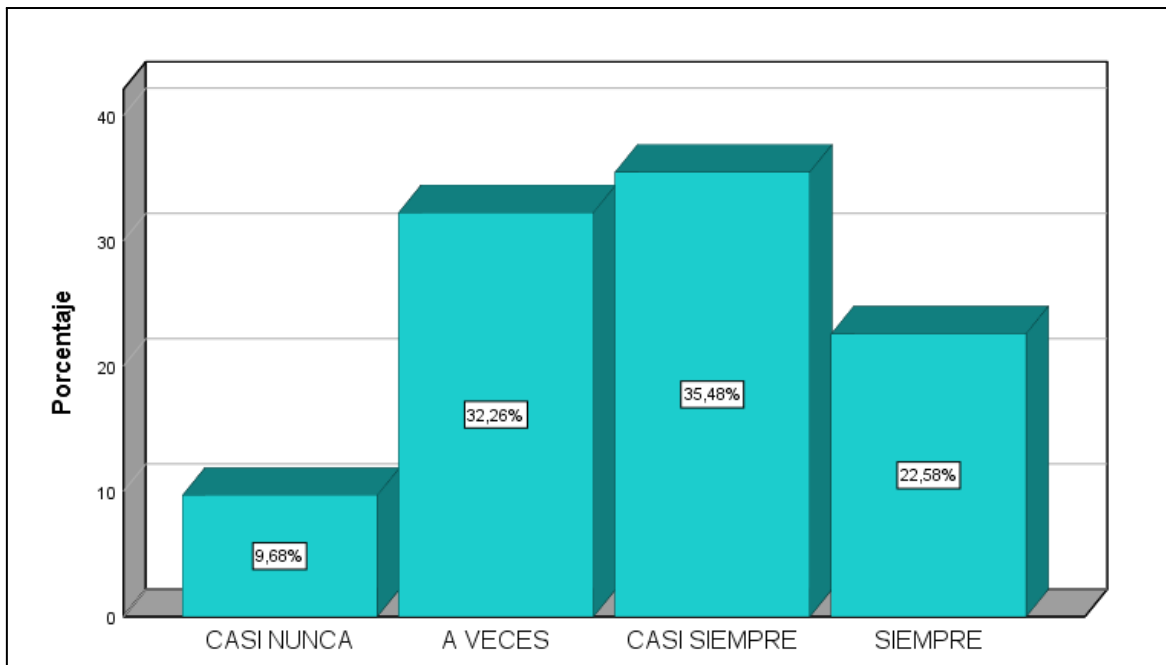


Fuente: IBM SPSS Statistics 25

En el gráfico N° 16, se evidenció que el 45,16% de jóvenes encuestados, opinaron que “a veces” el anime puede intervenir en la manera de actuar frente a la toma de decisiones. Por otro lado, el 29,03% mencionó que “casi siempre” es un factor que se interpone, esto en comparación con el 4,30 % de personas, los cuales expusieron que el consumir anime, “nunca” interviene en la manera de tomar decisiones.

ÍTEM 13: Mirar animación japonesa influye en la construcción de la **identidad personal**.

Gráfico 17: Ítem 13

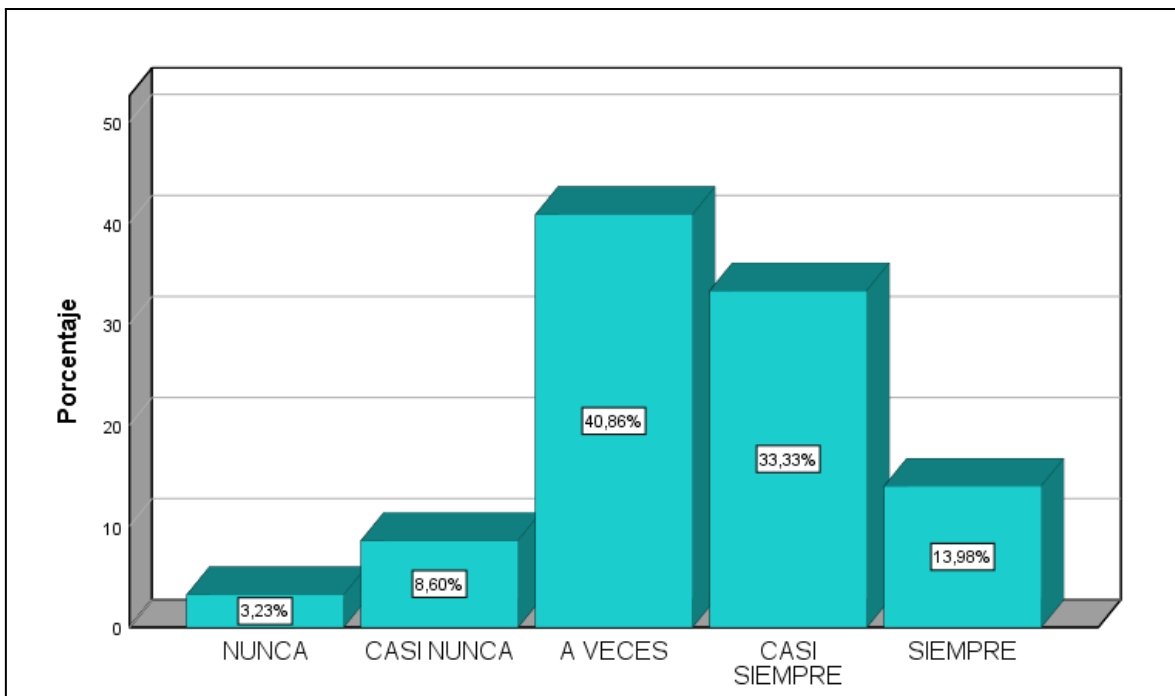


Fuente: IBM SPSS Statistics 25

En el gráfico N° 17, las afirmaciones positivas tienen un pico alto en comparación con las negativas. Por lo tanto, se observó que el 35,48% de encuestados, concluyeron que el anime influye en la construcción de su identidad personal. A esta opinión, se suman el 32,26% y 22,58% con respuestas como “a veces” y “casi siempre”, respectivamente. Por otro lado, solo el 9,68% negó que exista dicha influencia, optando por marcar la opción de “nunca”.

ÍTEM 14: Mirar continuamente anime dificulta la capacidad de establecer relaciones sociales.

Gráfico 18: Ítem 14

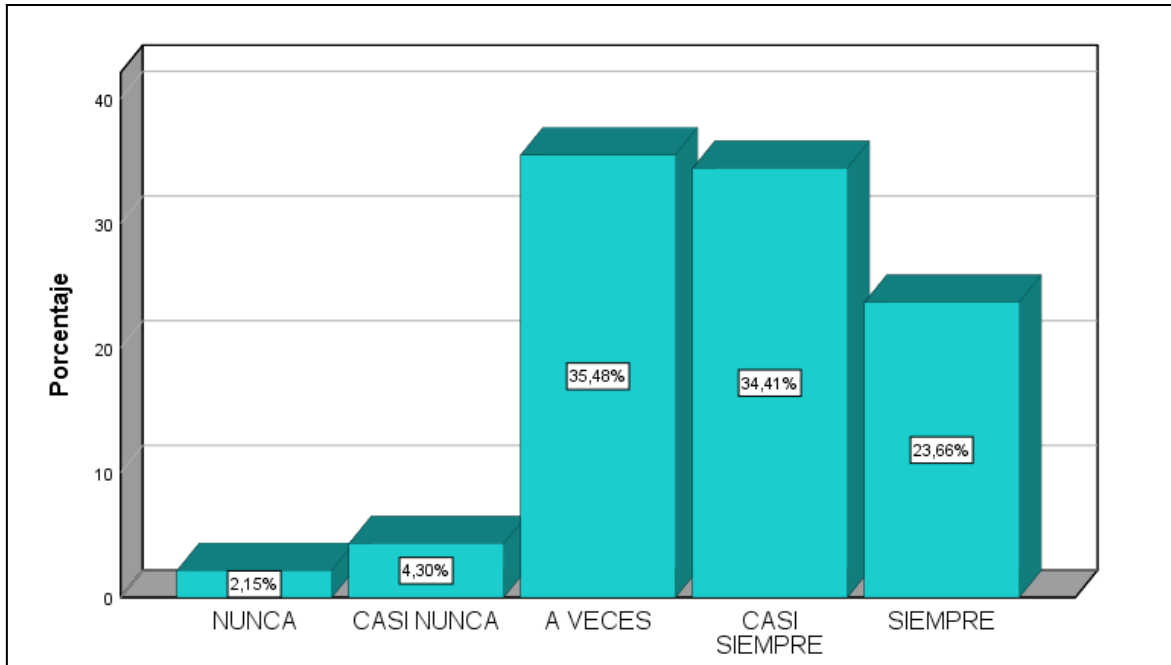


Fuente: IBM SPSS Statistics 25

En el gráfico N° 18, se evidenció en su mayoría, una respuesta afirmativa a la disyuntiva en cuestión. Por lo tanto, el 40,86 % de jóvenes mencionó que ver anime “a veces” dificulta su capacidad para establecer relaciones con la sociedad. Mientras tanto, el 33,33% manifestaron que “casi siempre” suele ser un inconveniente, esto en diferencia del 3,23% de encuestados, que opinaron que “nunca” suele ser un impedimento para efectuar futuras relaciones sociales.

ÍTEM 15: El fenómeno de **transculturación** del anime, desplaza la cultura propia de la persona.

Gráfico 19: Ítem 15



Fuente: IBM SPSS Statistics 25

En el gráfico N° 19, se observó que, como resultado, los jóvenes en un 35,48% manifestaron que “a veces” este fenómeno, desplaza la cultura de su país de origen. Del mismo modo, para reforzar tal afirmación, el 34,41% expuso que “casi siempre” sucede lo mencionado, a diferencia del 2,15% que aclaró que “nunca” se puede desplazar a la cultura propia, con el fenómeno de la transculturación.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, SANTILLAN ARRUZ JOSE SANTOS, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, asesor de Tesis titulada: "Animación japonesa y su influencia en el estilo de vida de jóvenes, caso de un centro comercial, Lima, 2022", cuyos autores son ARIAS ACHO ZACK ANGELO, CUTIPA SOLIS JOHANA MARIELLA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 13.00%, 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, 28 de Noviembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
SANTILLAN ARRUZ JOSE SANTOS DNI: 08347544 ORCID: 0000-0002-5658-9710	Firmado electrónicamente por: JSANTILLANAR el 13-12-2022 16:05:02

Código documento Trilce: TRI - 0458503