



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

LA OTAKUMANIA COMO FENÓMENO DEL CONSUMISMO DE LA
INDUSTRIA CULTURAL JAPONESA EN JÓVENES DE 15 A 25 AÑOS
QUE CONCURREN A LOS PUNTOS DE ENCUENTRO, CENTRO
COMERCIAL ARENALES Y CYBERPLAZA, 2015

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO
EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

AUTOR:

SILVA ESPINOZA MARX VLADIMIR

ASESOR:

MG. CÉSAR AUGUSTO SMITH CORRALES

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

PROCESOS COMUNICACIONALES EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

LIMA – PERÚ

Año 2015

JURADO CALIFICADOR

JURADO 1:

Firma

JURADO 2:

Firma

JURADO 3:

Firma

DEDICATORIA:

Con todo cariño y mi amor para la persona que hizo todo en la vida para que yo pudiera lograr mis sueños, por motivarme darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba, a ti madre por siempre mi corazón y agradecimiento.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi madre por todo lo que ella vivió junto conmigo, por la claridad que me daba en los momentos más oscuros de este proceso aunque muchas veces ni siquiera ella misma sabía cómo ayudarme. En fin, por un millón de cosas. Solo puedo decirte: gracias, mamá y si estoy aquí es en infinitos sentidos gracias a ti.

DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Yo Marx Vladimir Silva Espinoza con DNI N° 47051603, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Escuela de Ciencias de la Comunicación, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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 de la Universidad César Vallejo.

Lima, 18 de octubre del 2015

Marx V. Silva Espinoza

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “La otakumania como fenómeno del consumismo de la industria cultural japonesa en jóvenes de 15 a 25 años que concurren a los puntos de encuentro, Centro Comercial Arenales y Cyberplaza, 2015”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

Marx V. Silva Espinoza

Índice

Jurado calificador	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento.....	iv
Declaración de autenticidad	v
Señores miembros del Jurado:.....	vi
Resumen	viii
Abstract	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	10
1.1 Realidad Problemática.....	10
1.2 Trabajos previos	11
1.3 Teorías relacionadas al tema	16
1.4 Formulación del problema	24
1.5 Justificación del estudio.....	25
1.6 Objetivos.....	27
1.7 Hipótesis.....	27
II. MÉTODO	28
2.1 Diseño de investigación.....	28
2.2 Variables, operacionalización.....	28
2.3 Población y muestra	31
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad..	32
2.5 Métodos de análisis de datos	33
2.6 Aspectos éticos.....	37
III. RESULTADOS	38
IV. DISCUSIÓN.....	44
V. CONCLUSIÓN.....	49
VI. RECOMENDACIONES.....	49
VII. REFERENCIAS	50
ANEXOS.....	54

Resumen

El presente estudio que fue de tipo correlacional y de diseño no experimental – transeccional, tuvo como objetivo determinar si el consumismo de la industria cultural japonesa se relaciona a la existencia del fenómeno de la otakumania en jóvenes de 15 a 25 años que concurren a los puntos de encuentro, Centro Comercial Arenales y Cyberplaza, 2015. Para llegar a definir dicho objetivo, luego de haber revisado las fuentes secundarias, se elaboró el instrumento de recolección de datos (encuesta) y validada bajo el criterio de 3 expertos, según lo establecido por el Coeficiente de V de Aiken, el cual arrojó el 100% de validez. Asimismo, se determinó la confiabilidad del instrumento a partir del Coeficiente alfa de Cronbach, el cual arrojó como resultado 0,751 considerando así una fiabilidad aceptable.

Posteriormente, se procedió a la ejecución del instrumento en las instalaciones del Centro Comercial Arenales y Cyberplaza a una muestra de 68 jóvenes de 15 a 25 años. Luego de realizado la encuesta, se ordenó los datos adquiridos en el programa estadístico SPSS para luego hacer la prueba de hipótesis (Chi-cuadrado y Rho de Spearman) y la obtención de los resultados.

Finalmente, con la teoría crítica el cual según Horkheimer y Adorno (1944) nos dice que “la industria cultural ha llevado a la sociedad a la estandarización y la producción en serie [...] Hay un control de la conciencia individual”, Se procedió a la interpretación de los resultados donde un 70.59% de los encuestados pertenecen a un grupo y 36,76 ha realizado cosplay, por lo que se confirma que existe alienación en los jóvenes que consumen productos de la industria cultural japonesa.

Palabras claves: Otaku, manga, industria cultural, consumismo, cosplay, globalización, alienación.

ABSTRACT

This study was correlational and not experimental design - transactional, aimed to determine whether the consumption of Japanese culture industry is related to the existence of the phenomenon of otakumania in 15- to 25 years attending the points meeting, and Centro Comercial Cyberplaza Arenales, 2015. To reach that goal set, after reviewing secondary sources, the data collection instrument (survey) was developed and validated under the criterion of 3 experts, as established by V Coefficient of Aiken, which yielded 100% of validity. Furthermore, the driveability of the instrument was determined from Cronbach's alpha coefficient, which resulted in 0.751 daring and considering acceptable reliability.

Subsequently, we proceeded to the execution of the instrument at the premises of Arenales Cyberplaza Mall and a sample of 68 young people from 15-25 years. After conducted the survey, the data acquired in the SPSS statistical program was ordered and then make the hypothesis test (Chi-square and Spearman Rho) and obtaining results.

Finally, criticism which theory Horkheimer and Adorno (1944) tells us that "the culture industry has led the company to standardization and mass production [...] There is a control of the individual conscience," he proceeded to the interpretation of the results where 70.59% of respondents belong to a group and has made 36.76 cosplay, so it confirms that there is alienation in young people who consume products of Japanese cult industry.

Keywords: otaku, manga, cultural industry, consumerism, cosplay, globalization, alienation.