

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS

CENTRO DE INVESTIGACIONES EN PSICOLOGÍA –CIEPS–

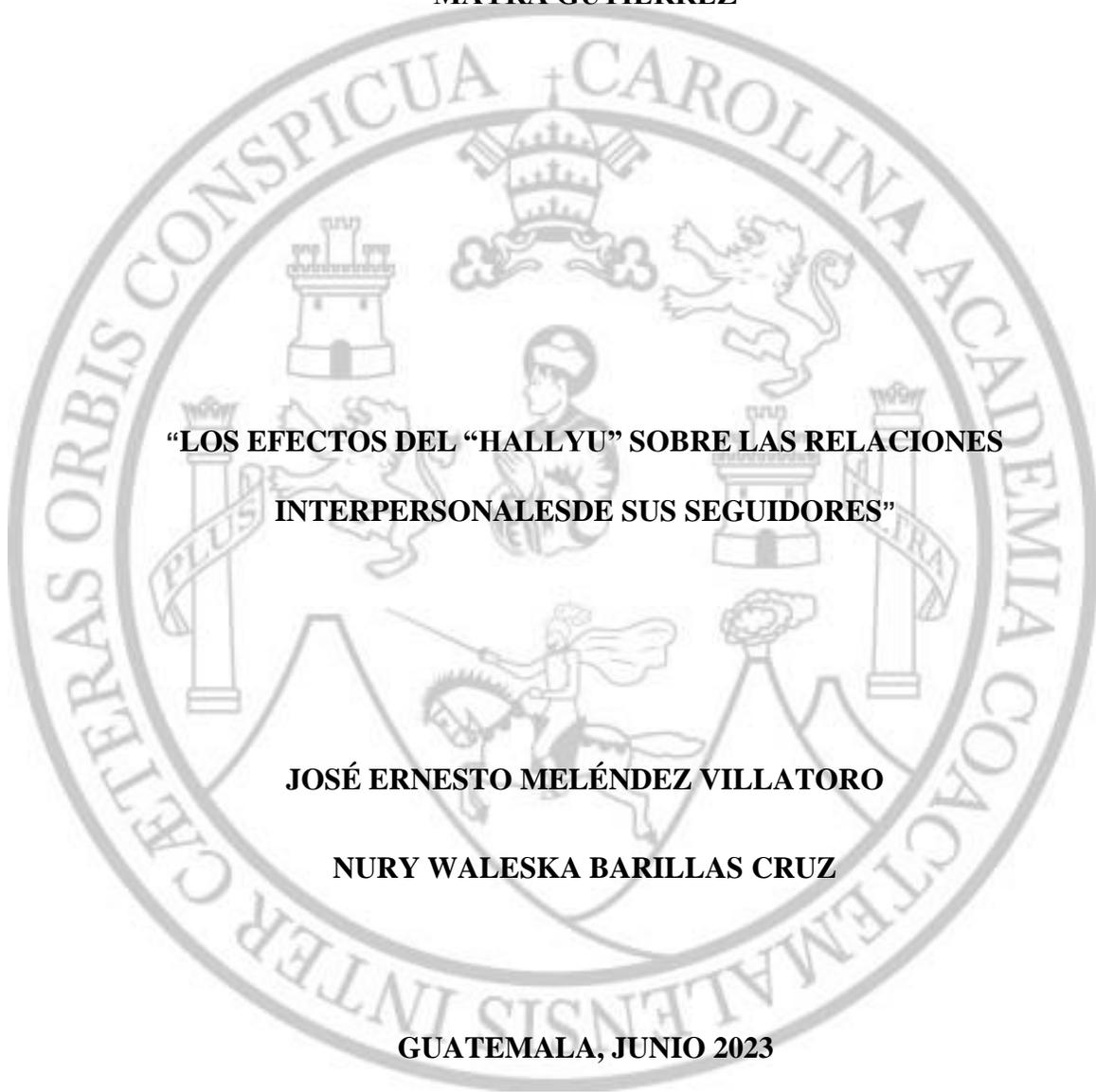
“MAYRA GUTIÉRREZ”

**“LOS EFECTOS DEL “HALLYU” SOBRE LAS RELACIONES
INTERPERSONALES DE SUS SEGUIDORES”**

JOSÉ ERNESTO MELÉNDEZ VILLATORO

NURY WALESKA BARILLAS CRUZ

GUATEMALA, JUNIO 2023



**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS
CENTRO DE INVESTIGACIONES EN PSICOLOGIA -CIEPS-
“MAYRA GUTIERREZ”**

**“LOS EFECTOS DEL “HALLYU” SOBRE LAS RELACIONES
INTERPERSONALES DE SUS SEGUIDORES”**

**INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO AL HONORABLE CONSEJO
DIRECTIVO DE LA ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS**

POR:

JOSÉ ERNESTO MELÉNDEZ VILLATORO

NURY WALESKA BARILLAS CRUZ

**PREVIO A OPTAR AL TÍTULO DE
PSICÓLOGOS**

**EN EL GRADO ACADÉMICO DE
LICENCIADOS**

GUATEMALA, JUNIO 2023

CONSEJO DIRECTIVO

ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

M.A. Mynor Estuardo Lemus Urbina

DIRECTOR

Licenciada Julia Alicia Ramírez Orizábal de León

SECRETARIA

M.A. Karla Amparo Carrera Vela

M.A. José Mariano González Barrios

REPRESENTANTES DE LOS PROFESORES

Viviana Raquel Ujpán Ordoñez

Nery Rafael Ocox Top

REPRESENTANTES DE LOS ESTUDIANTES

M.A. Oliva Marlene Alvarado Ruiz

REPRESENTANTE DE EGRESADOS



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS



Cc. Archivo

CIEPS. 009-2022

Reg. 019-2022

CODIPs. 921-2023

ORDEN DE IMPRESIÓN INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN

17 de mayo de 2023

Estudiante

Nury Waleska Barillas Cruz

José Ernesto Meléndez Villatoro

Escuela de Ciencias Psicológicas

Edificio

Estudiantes:

Para su conocimiento y efectos consiguientes, transcribo a usted el **Punto NOVENO (9°)** del **Acta VEINTIUNO - DOS MIL VEINTITRÉS (21-2023)**, de la sesión celebrada por el Consejo Directivo el 11 de mayo 2023, que copiado literalmente dice:

“NOVENO: Se conoció el expediente que contiene el Informe Final de Investigación, titulado: **“LOS EFECTOS DEL HALLYU SOBRE LAS RELACIONES INTERPERSONALES DE SUS SEGUIDORES”** de la carrera de Licenciatura en Psicología, realizado por:

Nury Waleska Barillas Cruz

Registro Académico 2014-07294

CUI: 2914-00272-0101

José Ernesto Meléndez Villatoro

Registro Académico 2014-00892

CUI: 2988-96389-0101

El presente trabajo fue asesorado durante su desarrollo por el **Licenciado Mario Colli Alonso** y revisado por el **Licenciado Pedro José de León Escobar**.

Con base en lo anterior, el Consejo Directivo **AUTORIZA LA IMPRESIÓN** del Informe Final para los trámites correspondientes de Graduación, los que deberán estar de acuerdo con el Instructivo para Elaboración de Investigación de Tesis con fines de Graduación Profesional”.

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



Licenciada Julia Alicia Ramírez Orizabal de León
 SECRETARIA

/Bky



UGE-80-2023



Guatemala, 05 de mayo de 2023

Señores

Miembros del Consejo Directivo

Escuela de Ciencias Psicológicas

CUM

Señores Miembros:

Deseándoles éxito al frente de sus labores, por este medio me permito informarles que de acuerdo al Punto Tercero (3º.) de Acta 38-2014 de sesión ordinaria, celebrada por el Consejo Directivo de esta Unidad Académica el 9 de septiembre de 2014, los estudiantes, **JOSÉ ERNESTO MELÉNDEZ VILLATORO, CARNÉ NO. 2988-96389-0101, REGISTRO ACADÉMICO No. 2014-00892 y Expediente de Graduación No. L-06-2020-C / NURY WALESKA BARILLAS CRUZ, CARNÉ NO. 2914-00272-0101, REGISTRO ACADÉMICO No. 2014-07294 y Expediente de Graduación No. L-223-2019-C-EPS**, han completado los siguientes Créditos Académicos de Graduación:

- 10 créditos académicos del Área de Desarrollo profesional
- 10 créditos académicos por trabajo de graduación
- 15 créditos académicos por Examen Técnico Profesional Privado y 15 créditos académicos por haber aprobado el Ejercicio Profesional Supervisado –EPS-

Por lo antes expuesto, en base al **Artículo 53 del Normativo General de Graduación**, solicito sea extendida la **ORDEN DE IMPRESIÓN** del Informe Final de Investigación **"LOS EFECTOS DEL "HALLYU" SOBRE LAS RELACIONES INTERPERSONALES DE SUS SEGUIDORES"**, mismo que fue aprobado por la Coordinación del Centro de investigaciones en Psicología –CIEPs- "Mayra Gutiérrez" el 18 de OCTUBRE del año 2022.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



M.A. MAYRA LUNA DE ÁLVAREZ
COORDINACIÓN
UNIDAD DE GRADUACIÓN
ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS

Lucía, G.

CC. Archivo

Adjunto: Expediente completo e Informe Final de Investigación



INFORME FINAL

Guatemala, 24 de marzo de 2023

Señores
Consejo Directivo
Escuela de Ciencias Psicológicas
Centro Universitario Metropolitano

Me dirijo a ustedes para informarles que el licenciado **Pedro José de León Escobar** ha procedido a la revisión y aprobación del **INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN** titulado:

“LOS EFECTOS DEL HALLYU SOBRE LAS RELACIONES INTERPERSONALES DE SUS SEGUIDORES”.

ESTUDIANTES:
Nury Waleska Barillas Cruz
José Ernesto Meléndez Villatoro

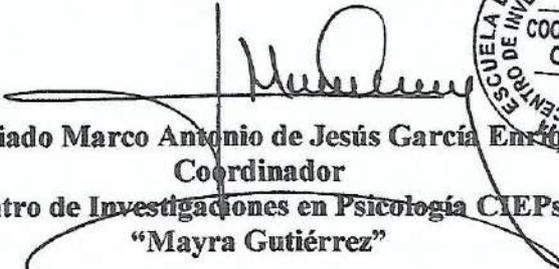
DPI. No.
2914002720101
2988963890101

CARRERA: Licenciatura en Psicología

El cual fue aprobado el 18 de octubre del 2022 por el Centro de Investigaciones en Psicología CIEPs. Se recibieron documentos originales completos el 17 de marzo del 2023, por lo que se solicita continuar con los trámites correspondientes.

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


Licenciado Marco Antonio de Jesús García
Coordinador
Centro de Investigaciones en Psicología CIEPs.
“Mayra Gutiérrez”



c. archivo

Guatemala, 24 de marzo de 2023

Licenciado Marco Antonio de Jesús García Enríquez
Coordinador
Centro de Investigaciones en Psicología CIEPs
Escuela de Ciencias Psicológicas

De manera atenta me dirijo a usted para informarle que he procedido a la revisión del **INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN**, titulado:

“LOS EFECTOS DEL HALLYU SOBRE LAS RELACIONES INTERPERSONALES DE SUS SEGUIDORES”.

ESTUDIANTES:
Nury Waleska Barillas Cruz
José Ernesto Meléndez Villatoro

DPI. No.
2914002720101
2988963890101

CARRERA: Licenciatura en Psicología

Por considerar que el trabajo cumple con los requisitos establecidos por el Centro de Investigaciones en Psicología, emito **DICTAMEN FAVORABLE** el 18 de octubre de 2022, por lo que se solicita continuar con los trámites respectivos.

Atentamente,

“ID Y ENSEÑANZA A TODOS”

Licenciado Pedro José de León Escobar
DOCENTE REVISOR



c. archivo



Licenciado,
Marco Antonio de Jesús García
Enríquez Coordinador
Coordinación
Centro de Investigaciones en
Psicología (CIEPs)
"Mayra Gutiérrez"



Estimado, Marco Antonio

Guatemala, 07 de Junio, 2022

Deseándole éxito al frente de sus labores, por este medio le informo que los estudiantes: Nury Waleska Barillas Cruz, CUI 2914002720101 y José Ernesto Meléndez Villatoro, CUI: 2988963890101 realizaron 41 encuestas a personas que han acudido a eventos como lo son el "K-Day" en Guatemala como parte del trabajo de investigación titulado: "Los efectos del "Hallyu" sobre las relaciones interpersonales de sus seguidores" en el periodo comprendido del 3 de Mayo al 10 de Mayo del presente año, sin horario en particular.

Los estudiantes en mención cumplieron con lo estipulado en su proyecto de investigación por lo que agradecemos la participación en beneficio del conocimiento sobre la población meta que atendemos en estos eventos.

Sin otro particular, me suscribo,

Saludos cordiales,

Trinidad

Pedro Trinidad

Organizador del evento
"Kday Guatemala"



+502 42177466

@ kdayguatemala@gmail.com

Ciudad de Guatemala



@kdayguatemala

Guatemala, 18 de octubre del 2022

Licenciado

Marco Antonio de Jesús García Enríquez

Coordinador

Centro de Investigaciones en Psicología

(CIEPs) “Mayra Gutiérrez”

Por este medio me permito informarle que he tenido bajo mi cargo la asesoría de contenido del informe de investigación titulado “Los efectos del “Hallyu” sobre las relaciones interpersonales de sus seguidores” realizado por los estudiantes: José Ernesto Meléndez Villatoro, CUI 2988963890101, Nury Waleska Barillas Cruz, CUI 2914002720101.

El trabajo cumple con los requisitos establecidos por el Centro de Investigaciones en Psicología (CIEPs) “Mayra Gutiérrez”, por lo que emito DICTAMEN FAVORABLE y solicito se proceda a la revisión y aprobación correspondiente.

Sin otro particular, me suscribo.

Atentamente,



Licenciado Mario Colli Alonso

Psicólogo

Colegiado No. 4323

Asesor de Contenido

Madrinas de graduación

Por Nury Barillas

Lic. Sherley Denise Aguilar Chacón

Licenciada en Psicología

Colegiado No. 11588

Por José Meléndez

Lic Diana Maribel Girard Luna

Licenciada en Ciencias Lingüísticas

Colegiado No: 19078

Dedicatoria a:

Abuelita: Por ser el pilar en mi vida, la muestra más grande de amor en la tierra y enseñarme lo fuerte que puede ser una mujer por si sola. A ti, por ser la persona que más he admirado en mi vida y a la que tendré en mi corazón una eternidad.

Mami: Por la comprensión, las palabras de aliento, el nunca dejar que me diera por vencida y apoyar mis sueños no importando lo descabellado que fueran.

Mi Papá: Por su compañía desde el inicio.

Nury Waleska Barillas Cruz

Dedicatoria a:

Dios: Por darme la oportunidad de conocer a personas maravillosas que me han ayudado a aprender y crecer como ser humano. Por darme una familia que me ayudó.

.

Padre: Por ser una gran persona que me ha dado apoyo incondicional y me ha enseñado muchas cosas sobre el mundo y la responsabilidad de un hombre. Dios me dio un gran padre.

.

Abuela: Por enseñarme tanto sobre el inquebrantable espíritu humano y sobre tener orgullo en el trabajo duro, no podría haberle pedido una mejor abuela a Dios.

José Ernesto Meléndez Villatoro

.

Agradecimientos a:

La familia: Las palabras de aliento, el velar por mí en las buenas y mala es algo que se hace por elección y agradezco el que estuvieran en los momentos que lo necesitaba.

Yesung: Ayudaste a que volviera a la realidad en mi peor momento, marcaste un antes y un después en mi historia, no sabes lo mucho que aprecio lo que haces por tantas personas.

Amigos: Enma, Gabo, Pacho, por ser mi pilar de casi toda una vida, todo lo que han hecho por mí está grabado en mi alma. Angie, tú que fuiste increíble, una persona con una de las personalidades más lindas que conozco. A las reales por hacer esta tesis posible y ser una gran luz cálida en mi vida. A mi casita glaseada por no dejar de darme ánimos y apoyo en cada momento.

Amigos: La familia que elegí, la familia que me eligió. Las personas que me acompañaron en noches de desvelo, quienes me dieron palabras de aliento y motivación cuando no quería seguir adelante.

Maestros: Larry, Bennett, Nuñez, Kang, Burke, Ana-Cecilia, Miriam, y Eunice. Escribo sus nombres para no olvidarlos. Pusieron un lapicero en mi mano y me incentivaron a seguir escribiendo. Agradezco también al dolor, tristeza y decepción, también son maestros que me enseñaron mucho

Terapeuta: Que me ha enseñado el valor de creer en mí mismo, el coraje de cuestionar las cosas que creía fijas y a soñar en convertirme una mejor persona, paso a paso. Gracias por recordarme por qué estudié psicología.

Índice

Resumen.....	1
Prólogo.....	2
Capítulo I	4
1. Planteamiento del problema y marco teórico.....	4
1.1 Planteamiento del problema.....	4
1.2 Objetivos.....	7
1.2.1 Objetivo General.....	7
1.2.2 Objetivos específicos	7
1.3 Marco teórico.....	7
1.3.1 Relaciones interpersonales.....	7
1.3.1.1 ¿Qué son las relaciones interpersonales?.....	8
1.3.1.2 Perspectiva psicológica.....	8
1.3.1.3 Perspectiva sociológica.....	10
1.3.1.4 Relevancia en la actualidad.....	11
1.3.2 La Ola Hallyu.....	11
1.3.2.1 ¿Qué es la Ola Hallyu?	11
1.3.2.2 Cultura coreana	13
1.3.2.3 Literatura.....	14

1.3.2.4 Televisión.....	15
1.3.2.5 Cine.....	16
1.3.2.6 Música.....	17
1.3.2.7 Uso de redes sociales	18
1.3.2.8 Fanatismo e idolatría.....	19
1.3.2.9 Idols	20
1.3.2.10 Sasaeng fan	21
1.3.3 Las implicaciones sociales de la Ola Hallyu en otros países	22
1.3.3.1 República Checa	22
1.3.3.2 Canada	23
1.3.3.3 Perú	25
1.03 Consideraciones éticas	29
Capítulo II.....	30
2. Técnicas e instrumentos.....	30
2.01 Enfoque y modelo de investigación.....	30
2.02 Técnicas	31
2.02.01 Técnica de muestreo	31
2.02.02 Técnica de recolección de datos	31
2.02.03 Técnica de análisis de datos.....	32

2.03 Instrumentos.....	33
2.04 Operacionalización de objetivos, categorías y variable.....	35
Capítulo III.....	38
3. Presentación de resultados y análisis de resultados	38
3.01 Características del lugar y de la muestra	38
3.01.01 Características del lugar.....	38
3.01.02 Características de la muestra	38
3.02 Presentación e interpretación de resultados	39
3.03 Análisis general.....	51
Capítulo IV	55
4. Conclusiones y recomendaciones	55
4.01 Conclusiones	55
4.02 Recomendaciones	57
Referencias.....	58
Anexo No. 1: Consentimiento informado.....	61
Anexo No. 2 Cuestionario ECR-R.....	64
Anexo No 3 Encuesta	67

Resumen

Los efectos del “Hallyu” sobre las relaciones interpersonales de sus seguidores

Autores: Nury Waleska Barillas Cruz y José Ernesto Meléndez Villatoro

Las relaciones interpersonales son una parte crucial en el desarrollo de la persona, el ser humano aprende sobre sí mismo a través de otros. El presente estudio evaluó el tiempo que dedica la población a la “Ola Hallyu” y como esto se correlaciona con su capacidad para establecer y sostener relaciones interpersonales significativas. El objetivo del estudio fue describir el efecto que tiene la “Ola Hallyu” sobre las relaciones interpersonales de jóvenes adultos guatemaltecos. Se buscaba distinguir entre los tipos del apego que demuestran este grupo de jóvenes y categorizar dichos tipos de apego dentro del modelo propuesto por Zygmunt Baumann.

El enfoque de la investigación fue cuantitativo con un diseño descriptivo utilizando instrumentos como el ECR-R de Chris Fraley, cuestionarios, y encuestas de elaboración propia. La población estaba conformada por jóvenes guatemaltecos entre las edades de 15 y 30 años que habitan dentro del territorio guatemalteco y han acudido a eventos de K-Pop.

Palabras clave: relaciones, apego, prioridades, intimidad, ansiedad y evitación.

Prólogo

El ser humano ha buscado el acercamiento con sus pares desde el inicio de la historia por el hecho de sobrevivir, algo que se aprendió debido a nuestra pertenencia al reino animal. Luego de eso, el hecho de formar clanes, la migración, etc. Nos hizo ser conscientes de la adaptabilidad del ser humano a su entorno.

En el momento en el que el ser humano dejó de asociarse a otros por buscar su supervivencia y empezó a hacer consciente sus lazos por elección, es como surge la idea de relaciones interpersonales, que mantenemos hoy en día.

Así como el hombre evoluciona, también lo hace todo a su alrededor, por lo que las variaciones que se pueden apreciar ahora van desde relaciones líquidas como lo menciona el sociólogo Zygmunt Bauman, las cuales muestran la fragilidad de una persona para adquirir compromisos con otra, hasta las relaciones para-sociales, en la cual las personas espectadoras de tv, radio, teléfono, etc. sienten una interacción recíproca con las celebridades, a pesar de que sea unilateral, etc.

Al momento de formar relaciones el tipo de apego se encuentra involucrado, todo a nivel inconsciente, por lo que estudiar este tema es necesario que sea integral. La manera en la que las personas se relacionan está cambiando de una manera apresurada e imparable, logrando que se pueda conectar con personas de todo el mundo. Y el contacto de los guatemaltecos con la cultura y personas coreana fue trascendental.

La Ola Hallyu, fue el nombre que socialmente se le dio al movimiento global de la expansión de la cultura coreana por el mundo, los guatemaltecos lo recibieron con los brazos abiertos, mostrando un gran interés, tanto emocional, económico, político, etc.

Debido a la gran aceptación que tuvo, se empezaron a celebrar, festivales, eventos, conciertos de música tradicional, etc. Llamando la atención de personas de todas las edades, volviéndose una convivencia agradable y amena. Uno de los eventos más esperados año con año para estos fanáticos el conocido como “K-Day”.

Este evento, con una iniciativa que promueve un espacio para que las personas que tienen un gusto por la cultura coreana se reúnan, es importante observar que son cada vez más los asistentes al mismo, aumentando esa cifra considerablemente año con año. Teniendo dentro de sus instalaciones inclusive a artesanos guatemaltecos que se inspiran en ambas culturas para presentarlas, así como bailarines y cantantes.

Los asistentes que participaron en el proceso de investigación fueron evaluados para conocer sus emociones, pensamientos, afiliaciones sobre el tema de relaciones interpersonales; así como sus conocimientos sobre la cultura coreana. Los cuales se mostraron emocionados ante esta iniciativa. Fueron beneficiados por esta experiencia al tener un contacto con sus pensamientos y cuestionarse de manera consciente sobre temas personales y como la cultura coreana es parte de su día a día.

Asimismo, se le agradece al agradecimiento, organizador del evento “K-Day”, por abrir las puertas de su institución y evento, para la realización de esta investigación. Y a los participantes de este que fueron tan amables, colaboradores y abiertos sobre el tema y la investigación.

Capítulo I

1. Planteamiento del problema y marco teórico

1.01 Planteamiento del problema

Actualmente, todos los países se encuentran interconectados de una u otra forma. Éste es solamente uno de los muchos efectos que nos ha dejado la globalización. Una decisión tomada por una nación es escuchada por todos los demás. La actualidad vive dentro de la época donde más fácil es conectar, interactuar y forjar lazos con personas que existen dentro de su respectiva área geográfica. Hay mayor facilidad para entablar diálogos, debates y aprender una cultura de la otra. El uso de las redes sociales facilita este intercambio de ideas creando así una metáfora “ruta de seda” alrededor del mundo, con facilidad de acceso desde cualquier dispositivo móvil con acceso al internet. Teóricamente, la actualidad es el momento histórico en el cual todo el mundo ha estado más interconectado.

Por otro lado, la actual es una de las eras donde existe mayor división a nivel mundial. El ejemplo perfecto está en la existencia de bloques mundiales, establecidos estratégicamente en casos de guerras masivas, pero también existen ejemplos más locales, los niveles de discriminación resultan históricos, surgen divisiones por creencias, razas, ideologías y muchos otros motivos. Parece ser que las redes que existen para crear vínculos entre personas han resultado creadoras de mayor división. Éstas incluso incentivan la creación de lazos interpersonales más solubles. El mismo Zygmunt Bauman hace referencia a lo mismo, la actualidad crea lazos interpersonales que fácilmente pueden ser rotos, esto por la facilidad que le otorga la modernidad líquida, no sólo habilitando esta decisión, sino incentivando la misma. (Baumann, Modernidad Líquida, 2005) Existe entonces una

segmentación de grupos a partir de sus ideologías, razas y creencias, facilitados por algoritmos integrados en redes sociales como Facebook que le otorgan prioridad a las noticias que van de acorde a gustos de cada usuario. (Constin, 2016)

La Ola “Hallyu” crea a su vez un segmento adicional de gustos dentro de los ya existentes. Este fenómeno ampliamente popular que se conforma de factores sociales de la cultura coreana (entre ellas su literatura, cine, televisión y música ha demostrado su capacidad para englobar una buena porción del “mercado” internacional; este fenómeno social puede presumir un amplio número de seguidores a nivel mundial.

Existe a tal nivel que surgieron ya investigaciones sobre su efecto en diferentes países del mundo. A partir de una investigación por Vladislava Manzaná en la República Checa se estima un número de 3000 (tres mil) seguidores en dicho país, esto no parece mucho en un país con una población actual mayor a los 10 millones de habitantes. Pero es reconocible por los efectos que ha tenido sobre la sociedad. Ha incrementado el interés de los estudiantes universitarios por carreras en “estudios coreanos”, existe mayor número de restaurantes que ofrecen comida coreana, e incluso se estableció una institución en el país denominada como “CzechHallyuWave” que se encarga de propagar la cultura coreana a través de eventos y convenciones. (Mazana, 2014) En una similar, Moisés García Jiménez demuestra los efectos positivos que tiene la Ola "Hallyu" sobre jóvenes de Lima, Perú. Los resultados hablan de cómo el seguimiento de dicha moda influencia de forma positiva a los jóvenes, inculcando valores positivos como el respeto a los mayores, el sacrificio, la pasión, esfuerzo, dedicación, compromiso y liderazgo. (Jiménez, 2017) Por otro lado existe otra investigación que se llevó a cabo en Perú, ésta elaborada por Nusta Carranza Ko en la cual se señala el efecto que tiene la Ola "Hallyu" sobre las conductas escapistas en la juventud

peruana que sigue dicha moda. Esta investigación vio a la cultura coreana como una forma que tienen estos jóvenes de escapar de su realidad negativa, creando un tipo de burbuja a su alrededor dentro de la cual procuran protegerse de la realidad de su país, caracterizado por violencia e injusticia. (Ko, 2014) Esto inevitablemente, tiene un efecto adverso en su forma de establecer vínculos con otras personas.

Guatemala, por otro lado, presenta muchas de las características de las que se habla al entablar la conversación del escapismo en Perú, es un país con desigualdades ampliamente marcadas, es plagado por corrupción, violencia e injusticia; a su vez éste presenta también una basta cantidad de divisiones preexistentes a través de creencias, razas y factores socioeconómicos. (Ko, 2014) Tomando esto en cuenta se pudo establecer a Guatemala como un país con una población vulnerable a conductas escapistas. Un ejemplo de esto podría ser el número de personas que siguen la moda del "Hallyu". Esto, junto con las preexistentes divisiones en Guatemala, el uso constante y casi compulsivo de redes sociales en el país para establecer amistades fácilmente solubles, ayuda a entender que existe una verdadera crisis en Guatemala para el establecimiento adecuado de vínculos, relaciones sólidas y duraderas, es importante cuestionarse entonces: seguir la moda Hallyu ¿afecta el establecimiento y sostenimiento de relaciones interpersonales?, ¿cuáles son los tipos de apego que muestran los jóvenes que siguen el movimiento nombrado "Hallyu"? Estos tipos de apego ¿pueden ser explicados y categorizados a través de la teoría establecida por Zygmunt Baumann, y ¿pueden establecerse factores de riesgo demográficos que pueden predisponer el establecimiento de vínculos de apego inseguros?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Describir el efecto que tiene la Ola Hallyu sobre las relaciones interpersonales de jóvenes adultos guatemaltecos.

1.2.2 Objetivos específicos

Distinguir los tipos de apego que muestran los seguidores guatemaltecos de la Ola "Hallyu" mediante el ECR-R de Fraley para reconocer los vínculos establecidos por dicha población.

Categorizar los tipos de vínculos establecidos a través del ECR-R de Fraley dentro de los límites establecidos en el modelo propuesto por Zygmunt Baumann.

Establecer factores de riesgo para desarrollar vínculos inseguros a partir de edad, escolaridad, área geográfica y situación socioeconómica, mediante la triangulación de datos entre el ECR-R de Fraley y un cuestionario de elaboración propia.

1.3 Marco teórico

1.3.1 Relaciones interpersonales

Según Winnicot las relaciones interpersonales son la base de la existencia humana, sin estas no podríamos subsistir. (Winnicot, 1998) Ésta es una temática muy importante para la mayoría de los teóricos dado que el humano es un ser social por naturaleza. Hemos evolucionado de tal manera desde el cavernícola que requería de la inteligencia y colaboración de otros cavernícolas hasta nuestra necesidad de formar vínculos a partir del apego. Pero en realidad. ¿Qué son las relaciones interpersonales?

1.3.1.1 ¿Qué son las relaciones interpersonales?

Laplanche y Portalis establecen que la relación objetal designa la forma del individuo de interactuar con el mundo. (Laplanche, 1971). Tyson insiste que esta misma es una representación mental inconsciente de los objetos y de la interacción del sujeto con los mismos. (Tyson, 2000) Esto se va desarrollando a partir de interacciones y experiencias en la niñez. Esto es resaltado por Bleichmar quien insiste que esta relación objetal surge previo a los 3 años, dado que es necesario para el infante establecer un vínculo objetal con la madre. (Bleichmar, 2001)

Según Bisquerra este término es bastante sencillo, lo define más bien como “una interacción recíproca entre dos o más personas” se tratan estas relaciones sociales que se encuentran reguladas por normas sociales, pero estas también presentan predisposiciones a partir de experiencias que hayan tenido previamente los sujetos que la construyen. (Bisquerra, 2003)

1.3.1.2 Perspectiva psicológica

Según la perspectiva psicoanalítica las relaciones interpersonales son llamadas “Relaciones Objetales”, un término que fue utilizado por varios teóricos para explicar cómo el sujeto interactúa con objetos (estos pueden ser objetos o personas) dentro de su entorno. Estos teóricos establecen que lo más importante de un sujeto no es el placer sino su relación con los objetos de su entorno. Al tratar con personas se establecen vínculos importantes, pero también el inconsciente continúa percibiendo como ‘objetos’. Insisten incluso que un gran motivo de consulta es la deshumanización de sus relaciones interpersonales, estos vuelven objetos a otros seres y los utilizan como objetos que pueden ser usados para su propia satisfacción. A partir de la tradición psicoanalítica, el sujeto debe reconocer la

existencia del 'otro' para poder así reconocerse a sí mismo. Es crucial la mirada del otro para que el individuo pueda construir su personalidad. (Tubert-Oklander, 1999)

Autores de una perspectiva más social como Kurt Lewin hablaban de lo crucial que es el entorno para el desenvolvimiento de la persona. En su teoría del campo, el autor hace referencia que no es tan importante el pasado para guiar las decisiones del sujeto como lo es el presente. (Lewin, 1997). Es por ello por lo que insiste que el sujeto y su entorno no son dos cosas distintas para ser estudiadas de forma separada. El individuo no se divide de su entorno, deben ser estudiados juntos, ya que el individuo puede tener una respuesta distinta a partir de las diferentes circunstancias que encuentra en la actualidad. En la teoría del campo de Lewin se resaltan las relaciones interpersonales. por lo mismo, el sujeto sin su entorno no tiene el mismo sentido. Esta perspectiva insiste que en toda situación hay una necesidad (afecto, por ejemplo) y esta necesidad es algo que el sujeto requiere es una motivación. Ante la comparación entre la necesidad y la realidad surge la tensión, esta es la diferencia entre la realidad y lo óptimo para la persona. Al percatarse de la tensión, el sujeto causa una fuerza (una actividad con la finalidad de cambiar su entorno) (Lewin, 1988).

Henry Stacks Sullivan en su teoría interpersonal también hablaba sobre lo importantes que son las mismas relaciones, aquí establecen que son las interacciones mutuas, con mayor importancia en las relaciones significativas. Sullivan menciona que estas interacciones profundas son las que nos permiten crear una sensación de seguridad, como una sensación de dinamismo que también nos motiva a actuar y quizá lo más importante, nos habilita en la creación de un "self". Según dicha teoría es a través de varias etapas que el sujeto pasa a construir una sensación de bien hacia sí mismo tanto como hacia los demás. Mediante el 'otro', el sujeto aprende a deshacerse de percepciones

distorsionadas de los demás y de sí mismo, verificando sus ideas a través de la validación consensual de sus relaciones interpersonales. Sullivan también creía en etapas de desarrollo como la infancia, niñez, preadolescencia, adolescencia temprana y tardía y su culminación en la adultez. El desarrollo “saludable” del individuo depende más bien de la habilidad del individuo de establecer vínculos íntimos con otra persona; la ansiedad es lo que se debe vencer para lograrlo. Se dice que la preadolescencia es una de las etapas cruciales, dado que es cuando el sujeto empieza a poseer la capacidad de la intimidad. (Feist, 2012)

1.3.1.3 Perspectiva sociológica

En el libro “Modernidad Líquida” de Zygmunt Baumann, se establece una perspectiva nueva de la sociedad actual. El autor habla de una modernidad en la cual el sujeto tiende más a establecer relaciones interpersonales fácilmente solubles, esto quiere decir que le resulta más fácil ‘cortar’ los vínculos establecidos con estas personas. Una gran parte de lo mismo es la existencia de las redes sociales, la interacción a partir de las mismas se basa en gustos, creencias e ideologías similares.

Según Baumann estas relaciones actuales carecen de contenido, son más bien superficiales, por lo mismo no son capaces de una intimidad real. Es por ello que resulta mucho más cómodo para el sujeto deshacer el vínculo con la otra persona y crear otro vínculo con un sujeto distinto. Se ha convertido en un intercambio de bienes en el cual se puede fácilmente reemplazar una relación como se reemplaza un cepillo de dientes.

(Baumann, Modernidad Líquida, 2005)

El término ‘líquido’ hace referencia a una característica peculiar de los líquidos, la capacidad para cambiar, estos pueden llevar cualquier recipiente sin importar su forma, esto siendo muy diferente a algo sólido que no tiene esta capacidad para transformarse y así

adaptarse. Puede decirse entonces que vivimos en una sociedad que responde de mejor forma ante el cambio, lo cual es un punto positivo, pero también una donde las relaciones más íntimas son de poca profundidad. En este tipo de sociedad donde resulta más y más difícil crear una conexión profunda, en una cultura de deshecho y consumo, en la cual existen fenómenos como el “fast fashion”, matrimonios infelices, creciente índice de divorcios e incluso abandonos con mayor frecuencia dado que la capacidad de adaptarse rápidamente no significa que el individuo se adaptará correctamente. (Baumann, 2005)

1.3.1.3 Relevancia en la actualidad

Las relaciones interpersonales son relevantes en toda época, pero lo es particularmente en la actualidad. La sociedad contemporánea muestra altos índices de violencia y desigualdad, una realidad que muy pocos están dispuestos a aceptar. Una cultura de consumo es la norma, en la cual un foco de luz es reemplazado con una nueva lámpara, una impresora sin tinta es reemplazada por una nueva; un vínculo afectivo de años intercambiado por uno relativamente nuevo. Se ejemplifica una modernidad incapaz de luchar por reparar algo y que le provee poca o nula estabilidad a sus ciudadanos. En el caso de la teoría de Sullivan, en una sociedad así es imposible establecer un afecto profundo y por lo tanto el sujeto nunca aprenderá quién es en realidad ante los demás, tendrá la misma estabilidad en su personalidad que el entorno le provee y es por lo mismo que continuará adaptándose sin algún día hacer una forma a partir de tu arcilla.

1.3.2 La Ola Hallyu

1.3.2.1 ¿Qué es la Ola Hallyu?

El término Ola "Hallyu" o “Korean Wave” hace referencia a un fenómeno social que se divide en dos cosas: una siendo esta la consolidación de una estrategia (con fondos

tanto públicos como privados) coreana para la expansión global de sus productos; éste siendo películas, canciones, celebridades, comida, dramas televisivos e incluso literatura. La segunda cosa que conforma la Ola "Hallyu" es el mismo contenido cultural que se provee ahora y se percibe de forma positiva en otras áreas de Asia y de todo el mundo. (Zarco, 2018)

Existen, a su vez, diferentes olas de la misma cultura. La ola depende del país que recibe dichos productos. Un ejemplo sencillo es que en Japón existen tres olas del mismo fenómeno. La primera siendo cuando la novela "Sonata de Invierno" obtuvo popularidad en Japón. Esto creó mayor interés por la televisión, música popular y cocina de Corea. La segunda Ola fue cuando novelas históricas como "La Joya en el Palacio" intriguaron la atención de televidentes masculinos, así creando aún más demanda por los distintos productos coreanos. El tercer furor de la Ola Coreana se le reconoce como la "Neo-Hallyu" dado que implica el ingreso de nueva música desde Corea, mediante grupos como Super Juniors que sobresalen en este medio y a su vez, logró integrar a más fanáticos al movimiento.

A su vez, en el resto del mundo, la primera ola Hallyu a nivel mundial se encargó de obtener fanáticos en países en el sudoeste de Asia, esto se refiere a países como Vietnam, Malasia, Filipinas y Singapur. Fue la segunda Ola que trajo la cultura coreana a América, esto fue protagonizado mayormente por la música "K-pop" de artistas como SHINee, Big Bang y Super Junior que obtuvieron muchos fanáticos adolescentes y jóvenes adultos. (Honduras, 2019)

1.3.2.2 Cultura coreana

La cultura coreana que ha sido conferida mediante esta “Ola” es peculiar dado que se muestra como una fusión entre dos culturas complementarias, la cultura tradicional de Corea y la nueva cultura perteneciente a dicho país.

Hogarth habla sobre los motivos por los cuales este fenómeno se volvió tan fuerte en otros países asiáticos. (Hogarth, 2013) Hogarth insiste que hay 9 motivos por los cuales este es el caso. Este insiste que se la cultura tradicional se muestra en los ángulos sofisticados de la cámara. A su vez, estas tomas muestran belleza, edificios, estaciones e incluso actores y actrices atractivos. Éstos incluyen la “ethos” cultural del país en sí los sistemas de valores, centrados en la familia y el respeto. Otro motivo fue la existencia de la idea de una historia contada a través de lo predestinado y la actitud del sexo como la búsqueda del matrimonio y del nacimiento de un infante. El quinto punto que establece Hogarth empieza a explicar también la coexistencia entre la cultura tradicional y la nueva cultura del país; este punto presenta los nuevos roles de género para hombres y mujeres; ahora las mujeres han de ser proyectadas como mujeres fuertes, independientes y con virtudes. El próximo punto se refiere a la dicotomía entre la coexistencia pacífica entre la tradición coreana y la nueva cultura orientada hacia la globalización. Un punto adicional de lo mismo resulta el costo que podrían tener estos productos frente al costo alto de los productos japoneses. El penúltimo punto en el que hace énfasis Hogarth es su habilidad de narrar de forma sencilla; éstos no entran a temas “socialmente complicados” como la prostitución, la homosexualidad y el abuso. En lugar de esto hablan sobre el amor verdadero, triángulos amorosos y otros temas como la amistad. Finalmente, el último punto

que establece el autor es el uso de temáticas universales como la verdad, la belleza y la bondad.

Por otro lado, existen los nuevos factores de la cultura coreana que se presentan a través de diferentes productos artísticos como la televisión, literatura, cine y música.

1.3.2.3 Literatura

La literatura es en palabras de Aristóteles: “es un arte innominado”. Estando en un contexto contemporáneo, Rene Guastalla la define como: “La literatura es resultado del esfuerzo hecho por el individuo para expresarse. En un acto en el que la materia en sí poco vale, pero que lo coloca en una responsabilidad total entre sí.” (Guastalla, 1940)

En el contexto coreano esta última definición se asemeja a la escritura que se ha presentado en estos dos últimos siglos en los cuales los escritores han presentado proyectos inspiradores los cuales han llegado a convertirse en series, doramas e incluso en películas.

Como uno de los medios más antiguos de expresión, la literatura coreana tuvo su auge en el siglo XX con algunos de sus más prolíficos escritores procedentes de Corea del Norte como refugiados del conflicto político que existía en estos años. Se podían apreciar temas culturales relatando la experiencia que se tenía como inmigrante y tiempo después como una persona más de las reservas de la armada surcoreana. Cuando el conflicto llegó a su fin se pudo notar en muchos ámbitos, y la población surcoreana tuvo un levantamiento económico, social y cultural. Haciendo que sus libros sirvieran como referencia histórica de lo ocurrido y de cómo una sociedad no olvida sus raíces y se enorgullece de sus fortalezas.

El género literario favorito de las nuevas generaciones es la fantasía y en la cultura coreana se puede apreciar uno en las cuales las personas occidentales se vieron

identificadas y seguras, ya que se ve a la mujer como una persona empoderada, pero sobre todo como un ser sensible y poético del cual, a pesar de considerarse como una cultura machista, la literatura coreana se enfoca en el punto femenino como el principal. Haciendo que inclusive artistas del entretenimiento tomen sus propias vidas y experiencias para armar algo fantástico.

1.3.2.4 Televisión

Desde programas de variedades en los que sus artistas son retados a cumplir una serie de penitencias para el sentido humorístico, hasta novelas románticas de alto impacto a nivel internacional, generando un alto índice de audiencia, por lo tanto, haciendo que la inversión internacional ponga una lupa en las actividades de esta nación, haciendo que actualmente en la plataforma Netflix, cuente con muchos de estos doramas en su repertorio.

Se define dorama como series cortas o telenovelas, los cuales son rodados en Corea del Sur principalmente, sus actores son coreanos y son transmitidos por televisión, los doramas coreanos también conocidos como drama coreano o k-drama ya que también existe el dorama japonés.” (Anónimo, 2019)

La producción que llevan estas novelas es tan alta que inclusive se lleva a cabo una premiación debido a cada rol desempeñado, banda sonora, cámara, efectos especiales, etc. Por lo que es un tema importante en la cultura este medio de difusión ya que se han hecho los cálculos y estos junto con los programas de variedades ocupan el mayor tiempo al aire de los canales nacionales, siendo mayor a noticieros, etc.

1.3.2.5 Cine

Una de las joyas podríamos decir que es el cine surcoreano, el cual ha tenido un salto exponencial en la última década en la cual ha sido su más alto auge.

Como habíamos mencionado con anterioridad, en la cultura coreana, todo va de la mano, por lo que las adaptaciones son algo que se maneja constantemente para poder tener un guion fijo en el cual basarse, y así tener un beneficio para ambas partes, la literaria y los cinematógrafos.

Pero no fue hasta que se estrenó “Train to Busan” que el ojo occidental se posó en la nación asiática, siendo alabada por la crítica, *'Train to Busan' es un auténtico espectáculo repleto de adrenalina. No hay lugar para el descanso en esta película en constante movimiento. El tren se convierte en una especie de metáfora caníbal de una sociedad en la que todo va demasiado deprisa, en la que la lucha por la supervivencia parece entroncar con las bases del más voraz capitalismo. Como toda gran película de género fantástico, también aquí encontramos una reflexión en forma de metáfora de nuestro tiempo.* (Martinez, 2017)

Pero si hablamos de cómo la Ola "Hallyu" intervino en el cine, no puede faltar el más alto logro para Corea en 2019, en el cual “Parasite” del director Bong Joon-Ho la cual hizo que todo el mundo supiera el nombre de Corea del Sur, atrayendo a personas de todas las edades para ver un film cuya trama es totalmente magnética, llevándose no solo uno, sino que nada más ni nada menos que seis premios Oscar en la entrega de 2020, logrando hacer un salto exponencial para las probabilidades de esta nación.

1.3.2.6 Música

La historia es algo que se ve intrínseco en cada uno de los pasos dentro de la cultura coreana, debido a que no es raro ver en espectáculos privados o de índole ceremonial, debido a que los días festivos son tomados en serio y cada uno de los requerimientos para que se lleve a cabo, y uno de los más importantes son los instrumentos tradicionales, entre los más importantes podemos mencionar el Janggu – paleum (Para tocar el instrumento se emplean dos baquetas: el yeolchae (열채), una baqueta delgada de bambú que se utiliza con la mano derecha, y el gungchae (궁채), una baqueta con forma de mazo también de bambú.

Dependiendo del tipo de música puede usarse sólo la primera baqueta y golpear el otro extremo con la mano izquierda. Al igual que otros instrumentos coreanos se toca sentado con las piernas cruzadas, menos en la música folclórica en la que es transportado por los bailarines.) (Inhwa, 2017)

Actualmente Corea te medio un salto exponencial en el que todo el mundo está escuchando sus canciones y comprando masivamente álbumes, haciendo que el país tenga un crecimiento económico admirable.

La Ola "Hallyu", *“se ha definido a este fenómeno como cultura popular o como cultura pop, argumentando que la mayoría de los productos o elementos considerados dentro de éste, son productos de entretenimiento, en lugar de elementos de la cultura popular de Corea en general.”* (Paik, 2012). En Guatemala se pudo observar claramente en el 2010 cuando los programas de televisión y los programas de radio empezaron a tomar en cuenta estas canciones de grupos como Super Junior y SS501 para transmitirlos, pero se quedó como un secreto a voces en las que nadie admitía este “gusto culposo”, por lo que

quedó rezagado a un grupo minoritario. No fue hasta en el 2017, cuando el grupo surcoreano BTS (Bangtan Sonyeondan), ganó el premio internacional Mejor Artista en Redes Sociales. Haciendo que jóvenes de todo el mundo investigan y poco a poco se convirtieran en fans y también se abrieran a la opción de poder ver a otros grupos, haciendo que los ingresos de la empresa a la que pertenece BTS tuviera un incremento de ganancias de 132%.

Las fans de este género se han visto en diferentes disputas debido a la intensidad con la que se relacionan con estos “idols” haciendo que inclusive violen su privacidad, averiguando los vuelos de estos para poder estar en el mismo avión u hotel, así como también hay fans los cuales compran bosques u abren centros para poder apoyar a causas benéficas en sus nombres.

1.3.2.7 Uso de redes sociales

La globalización se considera como uno de los grandes movimientos a nivel mundial, ya que impulsó la economía, el comercio, las oportunidades laborales, el contacto con información de tipo variado, entre otras cosas. En estos últimos 5 años se pudo ver otro fenómeno, el cual fue el crecimiento de las redes sociales, “Las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos”, afirma (Celaya, 2008).

Este crecimiento logró que muchas personas pudieran encontrar grupos de conocimiento cultural, personales, de intereses, etc. En los cuales se sintieron identificados y eso hizo que ellos mismos crearan su contenido para recreación, hacer conciencia sobre ciertas problemáticas, entre otros, por lo que pueden incluso devengar un sueldo por este

material. Así como todo en la vida, las redes sociales tienen un lado negativo en el cual algunas personas las han utilizado para propósitos perjudiciales y de estafa.

Si hablamos a nivel anatómico, estudios han demostrado que la dependencia a las redes sociales trabaja de una forma bastante similar a la dependencia que se genera por el alcohol y otro tipo de sustancias, (Goldberg, 2013), por lo que eso genera comportamientos erráticos, irritables y problemas de control de impulsos.

Algunas de seguidoras del kpop han presentado tales conductas en las cuales llegan al punto de tener una perspectiva fantasiosa de la vida en la cual, han llegado al punto de agredir verbal, física y psicológicamente a otras, por tener un punto contrario a lo que ellas consideran correcto.

1.3.2.8 Fanatismo e idolatría

Podemos definir fanatismo como: La esencia reside en el deseo de obligar a los demás a cambiar. En esa tendencia tan común de mejorar al vecino, de enmendar a la esposa, de hacer ingeniero al niño o de enderezar al hermano en vez de dejarles ser. (Oz, 1991). El fanatismo no es algo nuevo, ya que podemos hablar desde la veneración religiosa, la cual trasciende toda línea de tiempo e histórica, lo que sí podemos ver es que este ha sido un fenómeno social, en el cual involucra un grupo minoritario, hasta grandes sectas de poder.

Si hablamos de idolatría, el uso del término se da principalmente en la literatura religiosa judía y cristiana, en la cual se trasladó a los textos bíblicos para hablar de cómo se debía adorar a un solo Dios, entre otras referencias que se pueden apreciar a lo largo de distintos escritos. Con frecuencia se pueden confundir ambos términos, si se hace una

diferenciación de ambos sería, “Según el psicólogo del Hospital Clínico UC José Pinedo, idolatrar a figuras de la música, del deporte o de la farándula es normal, el problema comienza cuando se pierde el juicio de realidad y se cae en una “idealización extrema”, es ahí cuando se podría estar frente a un inconveniente, porque algunas veces el límite entre lo sano y lo patológico se diluye al idealizar fervientemente a un artista.” (Pinedo, 2012)

Uno puede ser fanático del arte, y otro tipo de figuras, pero cuando la mente raya entre lo normal y lo patológico es donde nace el problema.

1.3.2.9 Idols

Los “idols”, (como son conocidos los artistas en Corea) son por lo general artistas pertenecientes a grupos en los cuales tienen una extensa preparación en la cual muchos de ellos deben practicar más de 12 horas al día, para estar preparados para su presentación antes el público y como grupo o solista dependiendo del caso.

Muchos de ellos empiezan a una temprana edad, los cazatalentos ven a chicos que los consideran “atractivos” y los incentivan para poder entrar a las empresas de entretenimiento, otros de ellos estudian en distintas academias de arte para formarse y poder audicionar. Solo un grupo pequeño de ellos son seleccionados para formar un grupo en el futuro, lo cual no termina allí, cuando son seleccionados, deben entrar horas exhaustivas por lo que algunos de ellos se retiran, también tienen que pasar por entrenamiento en modelaje, oratoria, instrumentos musicales, canto, ritmo, y etiqueta.

Son pocos los que realmente hacen su debut como artistas, por lo que deben de mantener una actitud impecable ante el público y en su mayoría deben jugar cierto “rol” dentro del grupo para que los fans se sientan identificados. En su mayoría la presión

ejercida por el público coreano y la de sus propias empresas hacen que padezcan problemas emocionales y mentales, los cuales son silenciados para que el público crea en este sistema de perfección, los hombres y mujeres idols sufren de manera diferente. Los hombres deben venderse como novios y las mujeres deben vender una imagen joven y tierna, pero con el tiempo esto se ha moderado.

1.3.2.10 Sasaeng fan

La definición de sasaeng es: “Sasaeng (사생팬) es el término con el que en Corea se refieren a las “fans locas” al extremo de ser obsesivas con su o sus artistas preferidos. "Sa" significa privado y "Saeng" vida lo que se refiere a la obsesión de ellas con la vida privada de sus artistas. Ellas pasan el límite de una fan “normal”, haciendo cosas que podrían poner en peligro su propia vida, la de la gente alrededor y la de su “amado” artista.”

El fanatismo es llevado a niveles extremos por este tipo de fans, uno de los casos más sonados fueron cuando el miembro del grupo Super Junior, Kim Heechul, sufrió un accidente automovilístico el cual le ocasionó fractura de fémur, al huir de un grupo de fans que lo perseguían en una camioneta, colisionando con su auto, lo que hizo que en la actualidad no se pueda promocionar con su grupo.

Estas fans representan una amenaza constante en el que van desde el someterse a cirugías estéticas para parecerse a las personas que los idols describen como atractivas, hasta hackear sus teléfonos o comprar información personal como vuelos o nombres de hoteles. Se cree que estas fans presentan apegos patológicos hacia esta cultura o personas que la representan, por lo que se están realizando algunos estudios de cómo ellas recurren a estas medidas para sentirse más “cercanas” a sus idols. (Deli, 2015)

1.3.3 Las implicaciones sociales de la Ola Hallyu en otros países.

La Ola "Hallyu", como fenómeno cultural, ha creado grandes cambios en la sociedad. Cada país se ve afectado de forma distinta y por lo mismo han existido varias investigaciones a nivel mundial. Entre los países que han investigado la influencia de dicho fenómeno social están La República Checa (mediante la investigación de Vladislava Manzanà, Canadá (a través de la Investigación por Kyong Yoon) y Perú. (Por las investigaciones de Nusta Carranze e incluso Garcia Jimenez)

1.3.3.1 República Checa

En la Investigación titulada: “Cultural Perceptions and Social Impact of the Korean Wave in the Czech Republic” elaborada por Vladislava Manzaná se indagaba sobre el impacto que ha tenido la cultura coreana sobre la cultura de la República Checa. Esta investigación del año 2014 nos ayuda a reconocer que este país (en dicho año tenía alrededor de 3000 seguidores de la Ola Hallyu, esto entre un país con una población mayor a los 10,000,000 de habitantes. Esta cifra no parece ser muy alta, pero también se debe reconocer que deben existir muchos más fanáticos que siguen dicho movimiento, esto evidenciado por los claros cambios que se han notado en la sociedad Checa. Un ejemplo claro es en el área académica, aquí se nota el caso de la Charles University of Prague, esta tiene la posibilidad de estudiar el lenguaje coreano desde 1950, cuando este programa fue establecido. A partir de las cifras del año 2014, la cantidad de personas que optan por este estudio había incrementado de forma constante hasta que la universidad se vio en la necesidad de incrementar el cupo para las clases. También se ha notado un incremento en la cantidad de escuelas privadas de lenguaje que han integrado el lenguaje dentro de lo que estos ofrecen, hubo incluso un crecimiento en la búsqueda de tutorías de coreano en línea

para individuos interesados en el lenguaje. Esto es aún más interesante dado que según la encuesta de Manzaná solamente un tercio de las personas que se identifican como seguidores de la Ola "Hallyu" se encuentran en el proceso de aprender el lenguaje. Esto permite especular que existen más fanáticos, pero estos no lo reconocen.

Otro gran impacto que ha tenido dicha cultura es la creación de una organización sin fines de lucro llamada CZHW o Czech Hallyu Wave, la finalidad de esta es unir a los diferentes fanáticos de la Ola Hallyu y así organizar eventos dentro del país que sirvan para propagar más la cultura en el país, a su vez, estos sirven de vínculo entre el fanático y la embajada de corea en la Republica Checa. Estos incluso organizan un evento masivo de fanáticos para que estos conozcan a otros fanáticos y puedan disfrutar del mismo sin temor a ser discriminados.

Otro gran ejemplo es culinario, se dice que a el 46% de las personas encuestadas les gusta la comida coreana, esta nueva área de oportunidad no es desperdiciada por los empresarios de la República Checa dado que ahora es más fácil encontrar opciones coreanas dentro de los supermercados, y en festivales gastronómicos es mucho más común encontrar comida coreana en la actualidad. Incluso es fácil encontrarla en el Czech-Korean days in Ostrava, un festival que celebra la cultura coreana a través de música, literatura y claro que la cocina. Otro evento en el cual es fácil encontrar cocina coreana es en el “Czech-Korean Sports day” donde personas de ambas comunidades tienden a establecer vínculos participando en juegos y deportes. (Mazana, 2014)

1.3.3.2 Canadá

Dentro de la Investigación titulada: “Transnational Fandom in the Making: K-Pop fans in Vancouver” elaborada por Kyong Yoon sobre el K-pop en la ciudad canadiense de

Vancouver. Este trabajo estudia cómo este fenómeno social se manifiesta dentro de los fanáticos, las perspectivas sobre cómo estos viven su fanatismo, e incluso la percepción que se tiene sobre la Ola Hallyu y sus seguidores.

Según el texto de Kyong Yoon los fanáticos de otros productos asiáticos como el anime y manga son más propensos a ser seguidores del K-pop dados los algoritmos de redes sociales como Youtube, donde muchos de ellos conocieron dicho movimiento. Interactuar y sentirse parte del movimiento K-pop suele ser muy difícil para fanáticos que se encuentran en otro continente enteramente. La solución que muchos jóvenes de Vancouver proveen es la creación de su propio contenido como videos de reacción ante los nuevos videos musicales de sus idols favoritos. Otros aprenden las coreografías de las canciones. Estos mismos fans insisten que la música les permite trascender la línea trazada por la distancia y el lenguaje e incluso los prejuicios.

A partir de las respuestas trazadas por individuos que siguen la moda del K-pop en Vancouver, se nota que existe cierto nivel de desdén hacia las personas fanáticas de la Ola Hallyu. Parece que se ha construido un estereotipo a nivel social indicando que un sujeto fanático del K-pop deberá ser una persona adolescente, mayormente mujeres. Entonces indican que cuando este no es el caso, las personas consideran que el sujeto es “inmaduro” dado sus gustos. Existe incluso otro estereotipo que cree que esta cultura coreana solamente es popular en personas con fetiches hacia las personas de origen asiático. Es por lo mismo que un ‘fan’ no se encuentra tan dispuesto a hacer pública su afición. Según varios canadienses que no son de descendencia asiática, estos tienen muchos problemas con que su familia se interesara por sus gustos ya que ellos percibían productos de origen coreano como algo completamente incomprensible. Se preocupan tanto de la percepción que tienen

los demás de ellos que son mucho más propensos a quitar la música totalmente cuando hay personas a su alrededor, esto por miedo a ser etiquetados como “raros”. Esto es mucho menos difícil para canadienses de ascendencia asiática. Son los “canadienses-asiáticos” para quienes el encontrarse inmerso en la Ola del Hallyu representa el reencontrarse con sus propias raíces ya que la música K-pop es una gran parte de la cultura asiática en el mundo.

Por otra parte, existen también otras formas de “estrechar” la brecha entre fans del K-pop. Los fanáticos que empezaron a serlo desde joven han ido creciendo y madurando juntos en cierto grado, insisten que esto les ha ayudado a no subscribirse a la norma social o a los mismos estereotipos propagados socialmente e incluso a luchar para que estos no sean tan comunes. Otra gran parte de esto son las amplias redes de fanáticos a nivel mundial, estos son mayormente en línea, donde las personas pueden compartir su fanatismo y hablar sobre sí mismos en un ámbito más seguro. Todo esto ayuda a que los fans se sientan interconectados en cierto grado y que perciban como que pertenecen a algo más grande que ellos mismos. Incluso dicen que sienten como que estos mismos van creciendo con sus idols. (Yoon, 2019)

1.3.3.3 Perú

En el contexto peruano, han surgido dos investigaciones sobre el efecto de la ola Hallyu, el primero de estos pertenece a Moisés Gustavo García Jiménez con el título de “Influencia Cultural del K-Pop en Jóvenes Limeños”. Esta investigación trata de qué es el K-Pop y cómo se vive en jóvenes en la ciudad de Lima. A su vez, estudiaba el comportamiento de los jóvenes en el “Campo Marte” un espacio donde los fanáticos del K Pop suelen juntarse los fines de semana. Existen cientos de jóvenes limeños y suelen congregarse desde 5 a 15 personas para escuchar su música favorita y hacer las complejas

coreografías de sus “Idols”. Según varios autores citados por García Jiménez, esta música les ha proveído muchos valores positivos a los jóvenes peruanos, igual que ha servido mucho para romper muchas barreras socioculturales.

A partir de las encuestas establecidas por el autor, los fanáticos establecen que han aprendido mucho del K Pop pero que no cambiarían su identidad peruana por nada, también establecen que los valores que más logran encontrar en dicha cultura es el sacrificio, la disciplina y el respeto a la jerarquía. Insisten que los “Idols” son una gran fuente de inspiración para ellos. Otras formas en las cuáles estos fans viven su devoción es a través de arreglarse, depilarse y maquillarse de ciertas formas para parecerse más a sus Idols favoritos, existe una gran variedad de ‘fanclubs’ en línea a través de los cuales se editan imágenes y se comunican entre sí, estos suelen ser frecuentados más por mujeres que por hombres k-popers. Otro factor interesante es que insisten que empezaron a seguir el K-pop alrededor de la secundaria y en un buen margen suele ser por recomendaciones de amigos. En su mayoría, reconocen que la parte de la cultura coreana que más les apasiona es la música. Otro factor interesante que resaltan los resultados del autor es que Facebook es la segunda fuente más importante para conseguir Información de su afición, la primera siendo sus amistades lo cual demuestra una fuerte cohesión entre los mismos. Socialmente hablando los cambios en Lima no son muy grandes, el uso de instalaciones públicas donde los fans hacen coreografías, o el uso de centros comerciales donde existen tiendas de productos coreanos para juntarse y el establecimiento de grupos en redes sociales como Facebook, pero parece que el crecimiento del movimiento en el país continuará creciendo. (Jimenez, 2017)

Por otro lado, también existe otra investigación, elaborada por Nusta Carranza Ko titulada como: “The Korean Wave Hallyu in Looking at Escapism in Peruvian Society”. Esta investigación indagaba sobre comportamientos escapistas en jóvenes que siguen el movimiento Hallyu dentro del país. Esta investigación toma una perspectiva de cómo la Ola Hallyu ha logrado sobrepasar barreras culturales, geográficas y lingüísticas al esparcirse por todo el mundo. Explica los distintos tipos de productos coreanos y la popularidad de estos. Nusta Carranza percibe a la Ola Hallyu como una “realidad falsa” para las personas que siguen dicha moda en Perú, está siendo una herramienta para escapar mentalmente de la desigualdad social. (Ko, 2014)

El autor se basa en las ideas previamente establecidas por Williams donde establecen los medios como máquinas de simulación. Estas decían ellos, crean símbolos, imágenes e iconos en exceso y esto es consumido, con suficiente de esto, la ficción se vuelve realidad para el expectante. La investigación se llevó a cabo en el Centro Comercial Arenales (uno de los varios lugares dónde se reúnen los fans del Hallyu, también se habló con personas en universidades con clases coreanas o de estudios coreanos. Todos lugares donde se encontraron más fanáticos de la ola coreana. Según los estudios la difusión televisiva es muy importante, un poco menos de un cuarto de los entrevistados dijeron que empezaron a seguir el Hallyu a partir de ver productos de televisión coreana como novelas en el cable.

Las novelas coreanas se sitúan geográficamente en su país, demostrando una cultura totalmente distinta a la peruana, el televidente se ve envuelto en un “falso presente”. Esto es confirmado en casos como el de una señora que insiste que mientras ve su novela favorita puede olvidarse de las largas horas de trabajo que tiene en una pequeña cocina. Las novelas

coreanas tienden a tratar temas de desigualdad social y romances. Se reconoce una perspectiva de “Cenicienta” en la mayoría de estas y un gran porcentaje de la población estudiada lo percibe como un tema inmersivo. Usualmente se creería que esta fascinación por la “historia de cenicienta” sería en un sector socioeconómico en particular; pero en realidad, casi el 60% de las personas que lo ven de forma favorable se encuentran en el proceso de sus estudios universitarios. Esto, aun en un gran porcentaje de mujeres empoderadas demuestra el índice de desigualdad que suelen tener las mujeres en el país.

Carranza continúa citando a Williams al considerar el ciberespacio de fanáticos coreanos como una alucinación consensual. Dado que le da una sensación al joven de estar cerca de otras personas con gustos similares e incluso de sentirse cerca a sus ‘Idols’ este ciberespacio es considerado por el autor como las redes sociales (Facebook, Instagram, YouTube) y otros fanclubs dentro del internet. (Williams, 1998)

Se establece también que hay diferentes tipos de escapismo. El escapismo pasivo se trata de sentarse en el sofá y ver la televisión. El escapismo activo se refiere a cuando la persona también crea contenido, esto siendo lo que hacen los fanáticos del Hallyu en el ciberespacio (la edición de imágenes, creación de videos de reacción y muchas otras cosas). Según Evans este tipo de escapismo activo suele ocasionar efectos psicológicos como la negación y el establecimiento de “capas de ilusión” alrededor de la persona. (Evans, 2001)

1.03 Consideraciones éticas:

- Valor: La presente investigación pretendió establecer mayores conocimientos con respecto a este fenómeno social y buscó velar por la salud mental a través de vínculos afectivos seguros
- Validez Científica: la validez de la investigación provino de herramientas que han sido utilizadas previamente en el ámbito científico, para evitar la creación de nuevas pruebas y su validación.
- Selección de sujetos: se hizo una selección por conveniencia, al cumplirse los requisitos de inclusión básicos para formar parte de la investigación.
- Proporción de Riesgo/ Beneficio: no existieron riesgos con respecto a la salud mental de los sujetos que fueron estudiados en la investigación y el beneficio provino de sugerir acompañamiento psicológico en casos que fuera necesario.
- Consentimiento Informado: se solicitó un consentimiento informado de los sujetos previo a recabar información para la investigación. (Ver Anexo II)
- Respeto a los participantes: se protegió la privacidad de los sujetos y la información obtenida de los mismos.

Capítulo II

2. Técnicas e instrumentos

2. 01 Enfoque y modelo de investigación

El enfoque de la investigación fue cuantitativo, según Sampieri “es secuencial y probatorio” también se establece que es un formato de investigación donde se refleja la necesidad de medir y estimar magnitudes de los fenómenos o problemas”. Por otro lado, esta implica establecer una hipótesis a partir de un marco teórico establecido que fue comprobada o negada por los datos obtenidos y sintetizados en el trabajo de campo. Se caracteriza por su objetividad y su patrón estructurado con la finalidad de identificar “leyes universales” y causales.

Diseño de la Investigación: La investigación es de diseño descriptivo, dado que esta “busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades u objetos que sean sometidos a análisis” (Sampieri, 2014) Esto resultó útil dado que la investigación pretendía medir y recabar información sobre los conceptos sin intentar relacionarlos.

Este enfoque y diseño investigativo resultan necesarios dado que la investigación pretendió indagar al respecto de un fenómeno en particular (las relaciones interpersonales y los fanáticos del movimiento “Hallyu”) sin buscar comprobar una correlación o establecer una norma sobre su interacción. Esto se hizo a través de pasos específicos y estableciendo una hipótesis a partir de una teorización profunda sobre ambos temas.

2.02 Técnicas

2.02.01 Técnica de muestreo

Esta investigación tiene como población meta, las personas que asisten a los eventos coreanos que se desarrollan en el país, que a través de los últimos 4 años han incrementado de ser entre cien y doscientos asistentes. La muestra será de 40 personas, donde los criterios de inclusión es que hayan asistido a uno de los eventos de cultura coreana realizados en el parque de la Industria ubicado en zona 9 de la Ciudad Capital, que estén dentro del rango de edad entre 15 y 30 años, otro criterio de inclusión es que este se encuentre dentro del territorio geográfico guatemalteco. Los criterios de exclusión son los siguientes: 1) que estos asistentes sean menores a 15 años y 2) mayores a 30 años o 3) que se encuentren fuera del territorio guatemalteco.

El muestreo será estratificado debido a que, si bien el grupo muestra una gran diversidad, las personas dentro de las edades de entre 15 y 30, ya que según Erickson los adultos jóvenes comprendidos en esta edad participan en actividades sociales y culturales.

2.02.02 Técnica de recolección de datos

- Uso de la plataforma “Google Forms”: es un procedimiento nuevo que resulta muy útil para la recolección y registro de datos. Es una técnica de recolección que puede abarcar aspectos cuantitativos y cualitativos. Su característica singular radica en que, para registrar la información solicitada a los mismos sujetos, ésta tiene lugar de una forma menos profunda e impersonal, que el "cara a cara" de la entrevista, reduciendo su sesgo, protegiendo a su vez la privacidad de la persona. Al mismo tiempo, permite consultar a una población amplia de una manera rápida y económica. Lo cual facilita la obtención de los datos relacionados a factores de

riesgo para desarrollar vínculos inseguros. El cuestionario fue adaptado para poder ser hecho con la herramienta de “Google Forms” que permite el envío a través de un hipervínculo y que provee una herramienta útil para la tabulación de los datos.

- Análisis de contenido o análisis textual o documental: técnica para estudiar y analizar la comunicación de manera objetiva, sistemática y cuantitativa, que permite hacer inferencias válidas y confiables de datos con respecto a su contexto.
- Encuesta por medio Web: es un método de investigación compatible con el empleo de varias técnicas e instrumentos de recolección de datos, como son: la entrevista, el cuestionario, la observación, la prueba, etc. Se conoce también como una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características. (Ferrando, 1993) Dicha herramienta será distribuida por correo electrónico tras ser adaptada al formato de “Google Forms” para mayor facilidad en distribución y tabulación de la encuesta.

2.02.03 Técnica de análisis de datos

- Gráfica de barras: es una forma de resumir un conjunto de datos por categorías. Muestra los datos usando varias barras de la misma anchura, cada una de las cuales representa una categoría concreta. La altura de cada barra es proporcional a una agregación específica (por ejemplo, la suma de los valores de la categoría que representa). Las categorías podrían ser desde grupos de edad a ubicaciones geográficas.

- Análisis de contenido o análisis textual o documental: técnica para estudiar y analizar la comunicación de manera objetiva, sistemática y cuantitativa, que permite hacer inferencias validas y confiables de datos con respecto a su contexto.
- Triangulación de Datos: la metodología de triangulación de datos es útil para el análisis de datos, a partir de esta se toman datos cualitativos como los obtenidos en el marco teórico y datos cuantitativos como aquellos obtenidos a partir de las encuestas/cuestionarios para converger en conclusiones contundentes.

2.03 Instrumentos

- ECR-R (Experiences in Close Relationships Scale Revised): por sus siglas en inglés cuenta con una serie de 37 preguntas de selección múltiple. En los que se evaluará su percepción en distintas situaciones sociales, todo para tener como resultado un tipo específico de apego.

La versión original de esta prueba es de habla inglesa, años posteriores le hicieron las debidas modificaciones para que pudieras ser aplicada a personas hispanohablantes, conservando su sentido original y su grado de validez. Teniendo vigencia hasta la fecha, siendo actualizada constantemente, teniendo una versión virtual para la comodidad del participante.

- Encuesta: es un método de investigación compatible con el empleo de varias técnicas e instrumentos de recolección de datos, como son: la entrevista, el cuestionario, la observación, la prueba, etc. Se conoce también como una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende

explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características. (Ferrando, 1993)

- Cuestionario: es un procedimiento considerado clásico en las ciencias sociales para la recolección y registro de datos. Su versatilidad permite utilizarlo como técnica de investigación y como técnica de evaluación de personas, procesos y programas de formación. Es una técnica de evaluación que puede abarcar aspectos cuantitativos y cualitativos. Su característica singular radica en que, para registrar la información solicitada a los mismos sujetos, ésta tiene lugar de una forma menos profunda e impersonal, que el "cara a cara" de la entrevista, reduciendo su sesgo, protegiendo a su vez la privacidad de la persona. Al mismo tiempo, permite consultar a una población amplia de una manera rápida y económica. Lo cual facilitará la obtención de los datos relacionados a factores de riesgo para desarrollar vínculos inseguros.

2.04 Operacionalización de objetivos, categorías/variables

Objetivos	Definición Conceptual	Indicadores	Técnicas/ Instrumentos
Distinguir los tipos de apego que muestran los seguidores guatemaltecos de la ola hallyu mediante el ECR-R de Fraley para reconocer los vínculos establecidos por dicha población	Apego Evitativo: tipo de apego que no rechaza el vínculo, pero tampoco lo busca, expresa poca emoción por vínculos.	Apego Evitativo: respuestas de afinidad «medias» ante las preguntas 1 a 8 del ECR-R, mostrará también respuestas de afinidad «Media» en las preguntas 9-18 de la misma escala. Pero demostrará un promedio «alto» en las preguntas 19, 21, 23, 24, 25, y 32 tanto como un promedio «bajo» en las preguntas, 20, 22, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 33, 34, 35 y 36.	Las evaluaciones logradas a través de la prueba ECR-R de Fraley. Respuestas obtenidas a través del cuestionario de elaboración propia
	Apego Seguro: apego que establece buenas relaciones con los demás, disfruta de buen autoestima y relaciones sanas. Apego Ambivalente: tiene dificultad para estar o no emocionalmente disponible ante las personas	Apego Seguro: implica un promedio «bajo» en las preguntas de 1-8 y «alto» en las preguntas del 9 al 18. También tendrán un promedio «bajo» en las preguntas 19, 21, 23, 24, 25, y 32. E incluso in promedio alto en las preguntas: 20, 22, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 33, 34, 35 y 36 Apego Ambivalente: Promedio «alto» en las preguntas del 1-8, bajo en las 9-18. Y presentará un	

		promedio «medio» en la segunda parte del ECR-R	
	Apego Temeroso-Evasivo: deseaten relaciones cercanas, pero a su vez se siente incómodo con la intimidad.	Apego Temeroso Evasivo: implica un promedio "alto" entre las preguntas 1-8, "bajo" entre las preguntas 9-18. También demostrará un promedio "alto" en las preguntas 19, 21, 23, 24, 25, y 32, así como un promedio «bajo» en las preguntas: 20, 22, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 33, 34, 35 y 36.	

Categorizar los tipos de vínculos establecidos a través del ECR-R de Fraley dentro de los límites establecidos en el modelo propuesto por Zygmunt Baumann	Líquido: Sustancia cuyas partículas presentan mayor movilidad que los sólidos y menor que los gases, y no presentan una forma propia determinada	Líquido: Es referente a un tipo de apego, «evitativo», «temeroso» o «ambivalente» bajo los resultados del ECR-R de Fraley	Técnica de análisis textual con la finalidad de estudiar la comunicación de manera objetiva, sistemáticamente y de forma cuantitativa que permite hacer inferencias válidas con respecto a su contexto.
	Sólido: es el cuerpo con forma propia y que resiste a ser cortado por productos mediáticos.	Sólido: Es referente a un tipo de «apego seguro» bajo los resultados del ECR-R de Fraley	

Establecer factores de riesgo para desarrollar vínculos inseguros a partir de edad, escolaridad, área geográfica y estado socioeconómico, mediante la triangulación de datos entre el ECR-R de Fraley y un cuestionario de elaboración propia	<p>Edad: tiempo que ha vivido una persona u otro ser vivo contando desde su nacimiento.</p> <p>Escolaridad: periodo de tiempo que un niño o joven asiste a la escuela para estudiar y aprender, especialmente el tiempo que dura la enseñanza.</p>	<p>Edad: respuesta ante la pregunta sobre el rango de edad de la persona cuestionada. (15-18, 19-21, 22-25, y 26-30)</p> <p>Escolaridad: respuesta ante la incógnita de escolaridad de la persona cuestionada. (Primaria, Secundaria, y Universitaria)</p>	<p>Respuesta ante las preguntas demográficas establecidas dentro de la encuesta de elaboración propia.</p>
--	--	--	--

	<p>Área Geográfica: Espacio o ámbito en que se desarrolla una actividad</p> <p>Estrato Socioeconómico: Capacidad económica y social de un individuo, una familia o un país, existiendo aproximadamente tres escalones. Bajo, Medio y Alto.</p>	<p>Área Geográfica: respuesta ante la incógnita de en qué departamento reside la persona cuestionada</p> <p>Estrato Socioeconómico: respuesta ante la incógnita sobre en qué estrato socioeconómico se encuentra la persona cuestionada. (Bajo, Medio y Alto)</p>	
--	--	---	--

Capítulo III

3. Presentación de resultados y análisis de resultados

3.01 Características del lugar y de la muestra

3.01.01 Características del lugar

K-Day Guatemala

Es una organización que se encarga año con año de crear un espacio que promueve la exposición a la cultura de la coreana, por medio de la comida, música, ropa, artículos, etc. Haciendo actividades que los fanáticos encuentran atractivas, siendo una de las convenciones que se realizan en el parque de la industria con más afluencia. El K-Day se lleva a cabo en el parque de la industria el cuales administrado por el COPEREX-. Se encuentra ubicado en 8 Calle 2-33 zona 9 de Ciudad de Guatemala. (COPEREX, 2015)

El Parque cuenta con servicios básicos como: agua potable, energía eléctrica, servicios sanitarios, etc. Cuenta con un área de 23,424 metros cuadrados para exposición bajo techo distribuida en 12 salones, de los cuales 3 cuentan con aire acondicionado.

3.01.02 Características de la muestra

La muestra está conformada por cuarenta y una personas que asisten regularmente al mayor evento dedicado a la cultura coreana, el cual es llamado K-Day, que tiene lugar en el parque de la industria. Se utilizó un muestreo estratificado, de personas comprendidas entre los 15 a 30 años y que hubieran asistido a este evento por lo menos dos años seguidos.

La muestra tiene las siguientes características: todas pertenecen al sexo femenino y están entre el rango de 15 a 30 años; el estrato socioeconómico de la muestra es de medio en un 53.7% medio bajo 24.4 y medio alto 19.5, perteneciendo una pequeña parte al alto

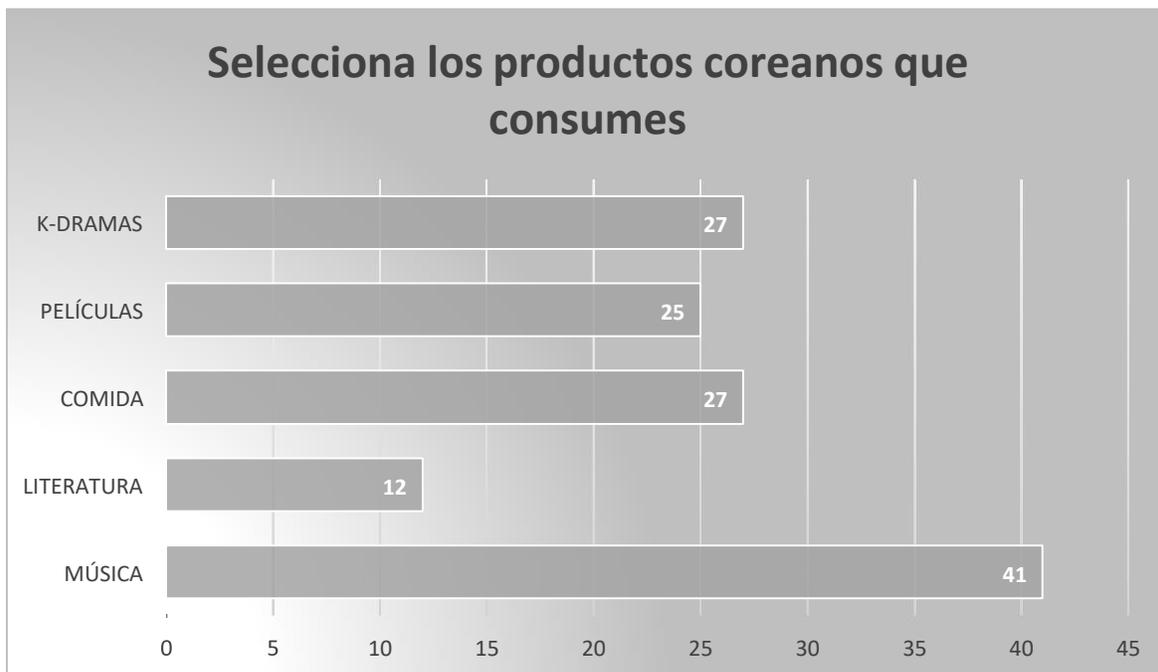
con un 2.4%; el nivel académico es de 4.9% nivel básico, 22% nivel diversificado y un 73.2% nivel universitario; toda la población tiene como idioma predominante el español. Un 95.1% de la población se encuentra soltera en el momento de la prueba, mientras que el 4.9% se encuentra casado. La diversidad cultural de la población se dividió en un 82.9% en personas que se consideran ladinas y un 17.1% de personas pertenecientes a la comunidad maya. De la población el 75% habita en la ciudad capital; mientras que el 25% pertenece a departamentos aledaños.

3.02 Presentación e interpretación de resultados

Se realizó el trabajo de campo, el cual consistió en el Cuestionario ECR-R de Fraley y el cuestionario sobre relaciones interpersonales hacia la cultura coreana, previo a la iniciación de los cuestionarios se contactó con una de las tiendas organizadoras del evento, la cual nos dio el espacio para que las personas interesadas en el estudio se pusieran en contacto con nosotros y firmar al consentimiento informado. Así mismo se utilizaron cuestionarios fiables para comprobar la efectividad de este y verificar el resultado en los participantes y para valorar la efectividad de este.

A través de los cuestionarios se obtuvo datos que se presentan en la gráfica y en el siguiente cuadro:

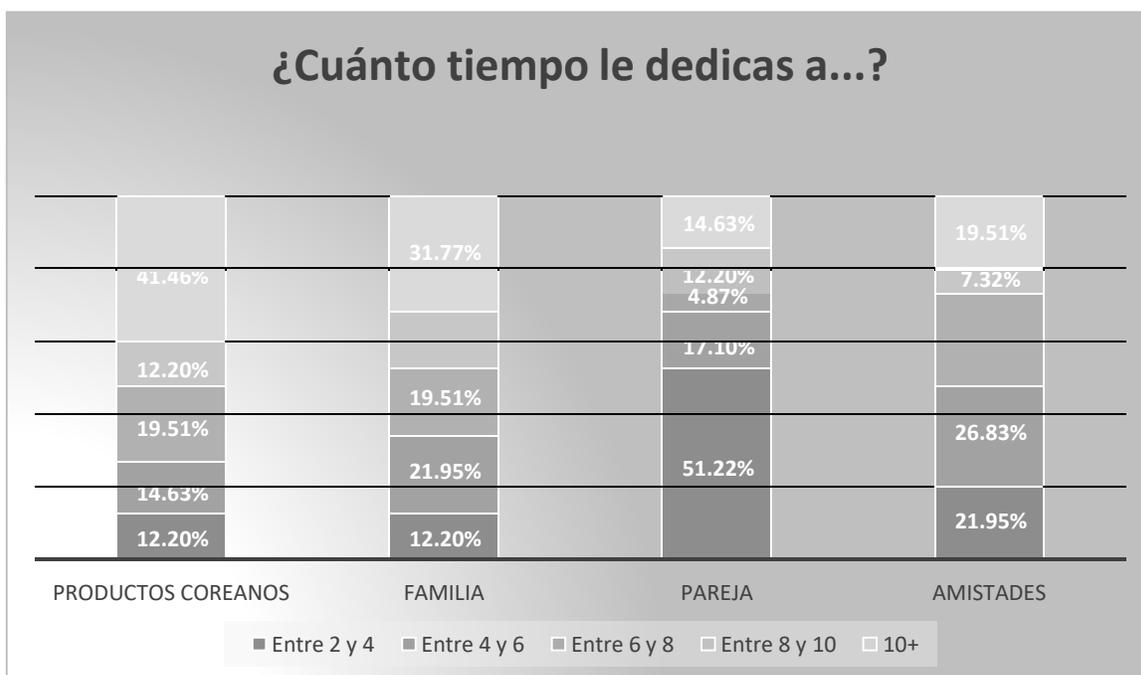
Gráfica No. 1



Fuente: Datos obtenidos a partir de una encuesta de elaboración propia. Mayo/2022

En la aplicación del cuestionario se evidenció la alta demanda que la música tiene en esta población, ya que no sólo se consume de forma digital, la compra de álbum musicales de forma física, haciendo que la economía de ambos países por la compraventa que tiene este medio favorezca a ambas naciones. Se ha visto de los años 60 que la música hace que las personas formen determinados subgrupos sociales en los cuales comparten características en común. Seguido de la música, también se consumen mucho las series coreanas nombradas “K-Dramas” que también hacen uso de medios audiovisuales de forma similar a las películas. Dentro de estos medios audiovisuales se hace mucho énfasis a la comida, por lo cual es uno de los productos que más consumen sus devotos. Por otro lado, la literatura es el medio que menos consumen, esto podría darse por la dificultad en su traducción o por la posibilidad que el gusto de estas personas tiende más hacia la visualización de la cultura por sus “Idols”

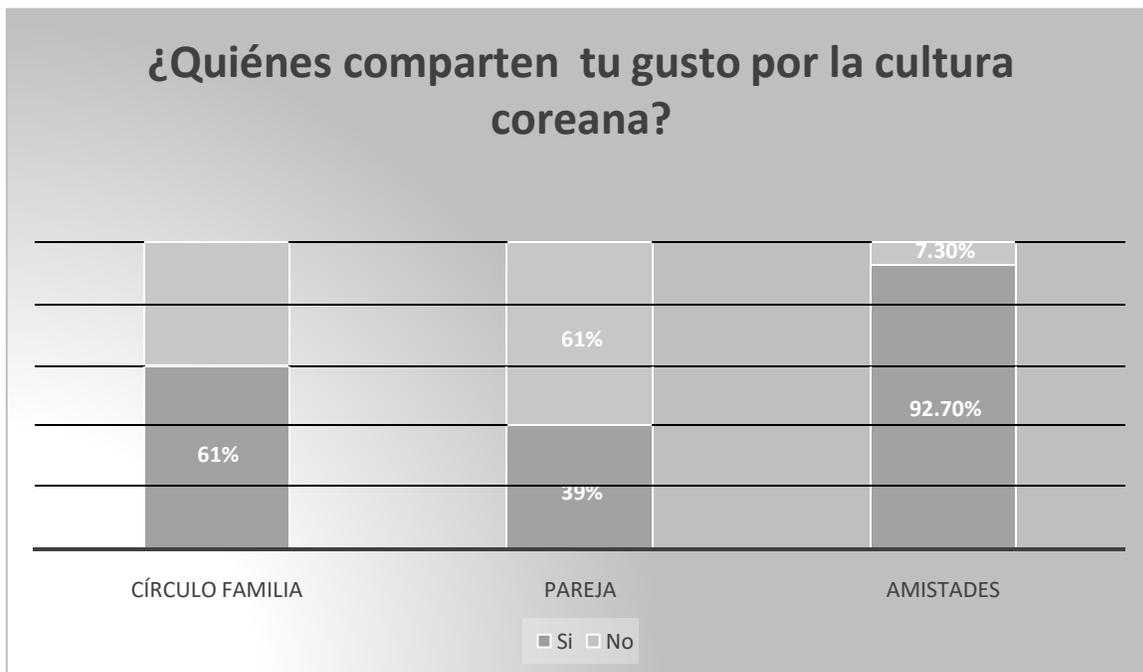
Gráfica No. 2



Fuente: Datos obtenidos a partir de una encuesta de elaboración propia. Mayo/2022

Estudiando los resultados de la gráfica se puede notar que el tiempo que dedican los fanáticos de la “Ola Hallyu” a consumir productos coreanos tiende a ser más alto que el que dedican a su pareja o incluso sus amistades. Esto demuestra que esta población tiende a priorizar el consumo de productos coreanos sobre incluso el tiempo que dedican a su familia. Este fenómeno puede verse como un comportamiento escapista frente a su situación en general, la persona se distrae mediante una cultura diferente a la propia para evitar lidiar con aspectos poco- óptimos de su propia existencia (ausencia de pareja, pocas amistades con gustos similares e incluso problemas intrafamiliares.) Resulta importante reconocer que la familia es el segundo grupo al que más tiempo le dedica la población estudiada, algo que podría verse reflejado en que la cultura coreana tiende mucho hacia la familia.

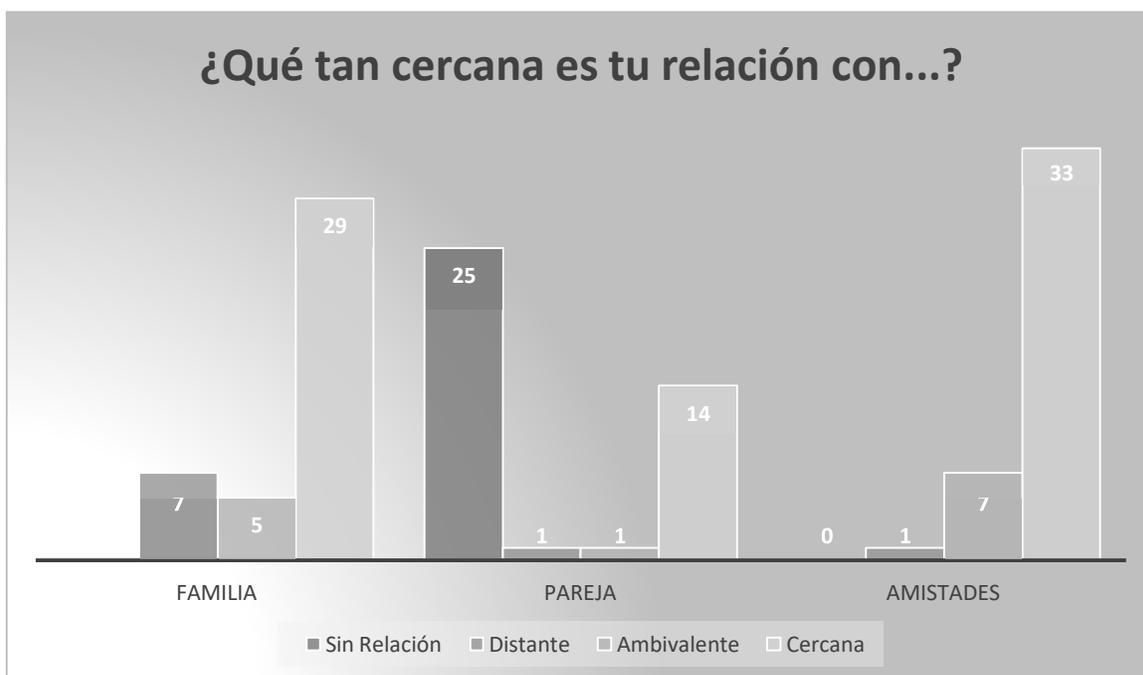
Gráfica No. 3



Fuente: Datos obtenidos a partir de una encuesta de elaboración propia. Mayo/2022

Mediante el estudio de la presente gráfica logramos ver que en el círculo familiar y las amistades tienden a compartir más que la pareja. Esto ayuda a reconocer por qué la pareja tiende a ser la prioridad menos importante en las personas que siguen la “Ola Hallyu, comparten menos tiempo con su pareja dado que esta no tiende a compartir su gusto por la cultura coreana, mientras tanto, las amistades que escoge tienden a compartir sus gustos y tienden a adjudicar más tiempo de su semana a este grupo. Otro factor muy importante de resaltar es la familia, aunque estos no comparten el gusto por la cultura coreana como lo hacen las amistades, aun así adjudican tiempo para la misma. Esto puede ser explicado por una característica importante de la cultura coreana. La cultura asiática tiende a darle gran importancia al rol de la familia, entonces es fácil reconocer que las personas que consumen mucho los medios coreanos también empezarán a priorizar a su familia. Esto ayudará también para que sus familiares tomen mayor interés por sus gustos.

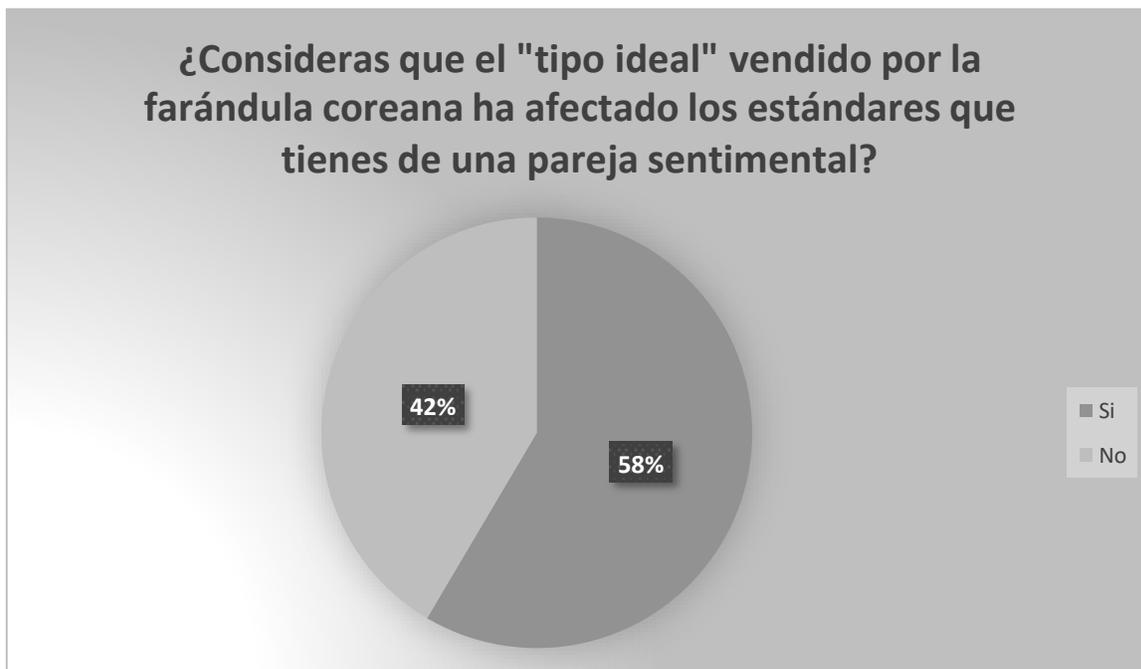
Gráfica No. 4



Fuente: Datos obtenidos a partir de una encuesta de elaboración propia. Mayo/2022

La cercanía de una relación es importante para el sostenimiento de un vínculo interpersonal cercano a largo plazo. Mediante el estudio de la gráfica se puede notar que las amistades tienden a ser una relación cercana en la mayoría de las personas encuestadas, esto puede ser explicado por que tienen gustos similares tienden a dedicar una cantidad saludable de tiempo a la semana a su amistad. Esto se sostiene con la familia, dado que en un alto porcentaje las familias tienden a compartir el gusto por la cultura coreana, la persona tiende a adjudicar bastante tiempo a la familia. En el lado inverso encontramos que un alto índice de las personas encuestadas muestra no tener una relación de pareja, esto puede ser causado por el poco tiempo que le tienden a dedicar a sus parejas cuando las tienen, también puede ser por ocasionada por el efecto que ha tenido sobre ellas los estándares de belleza establecidos por la cultura que siguen.

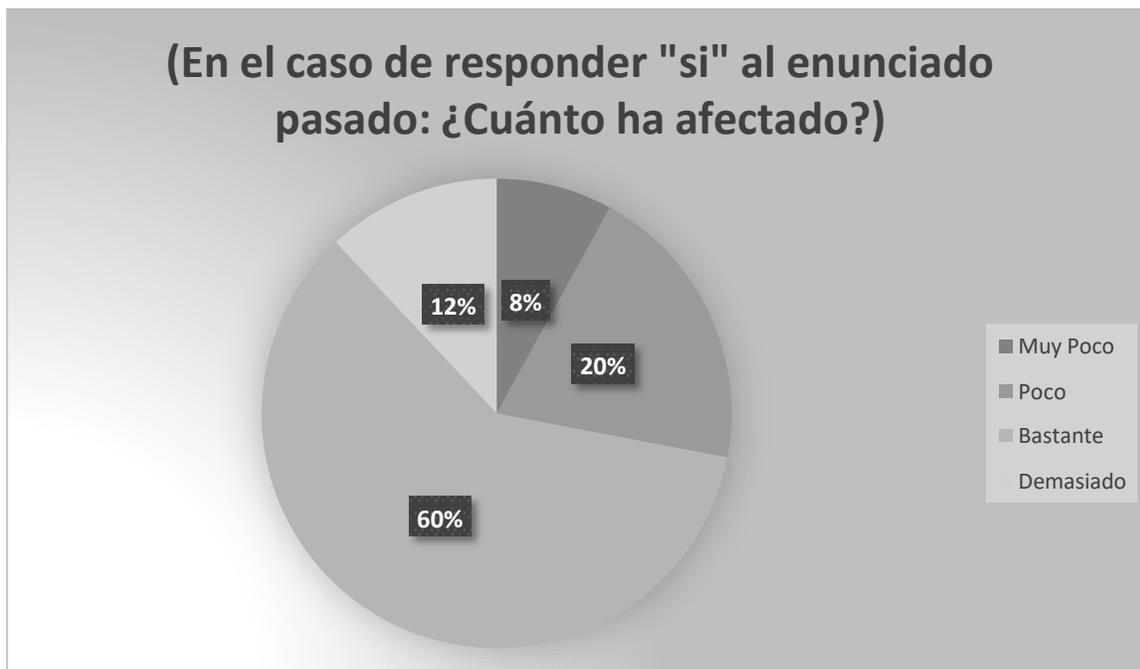
Gráfica No. 5



Fuente: Datos obtenidos a partir de una encuesta de elaboración propia. Mayo/2022

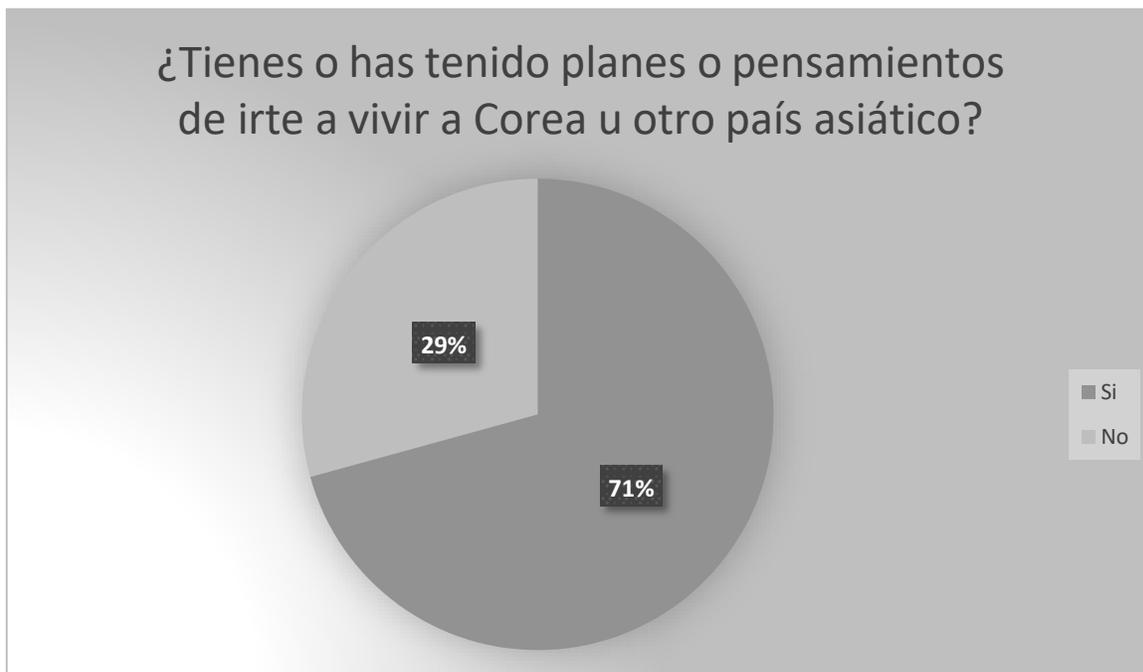
Las expectativas son un factor importante en el establecimiento de una relación de pareja, la mayoría de las personas encuestadas mencionan que sus estándares han sido afectados por la idealización de figuras coreanas por la farándula de la misma cultura. Esto se ve en casos severos como lo son las “Sasaeng fan” que se traduce a “fans locas” por su obsesión por cierto personaje específico e incluso llega a amarle. Esto es una parte normal de la cultura dentro de la “Ola Hallyu” en la cual se le nombran “Idols” (Ídolos) a los artistas coreanos, la prensa hace énfasis cargado en su belleza y en personajes elaborados específicamente para atraer la atención de sus fanáticas. Esto si funciona dado que existe mayor consumo de los medios audiovisuales en comparación con el medio escrito de la literatura, es mucho más común el consumo de videos musicales y series donde aparecen estos “Idols”

Gráfica No. 6



Fuente: Datos obtenidos a partir de una encuesta de elaboración propia. Mayo/2022

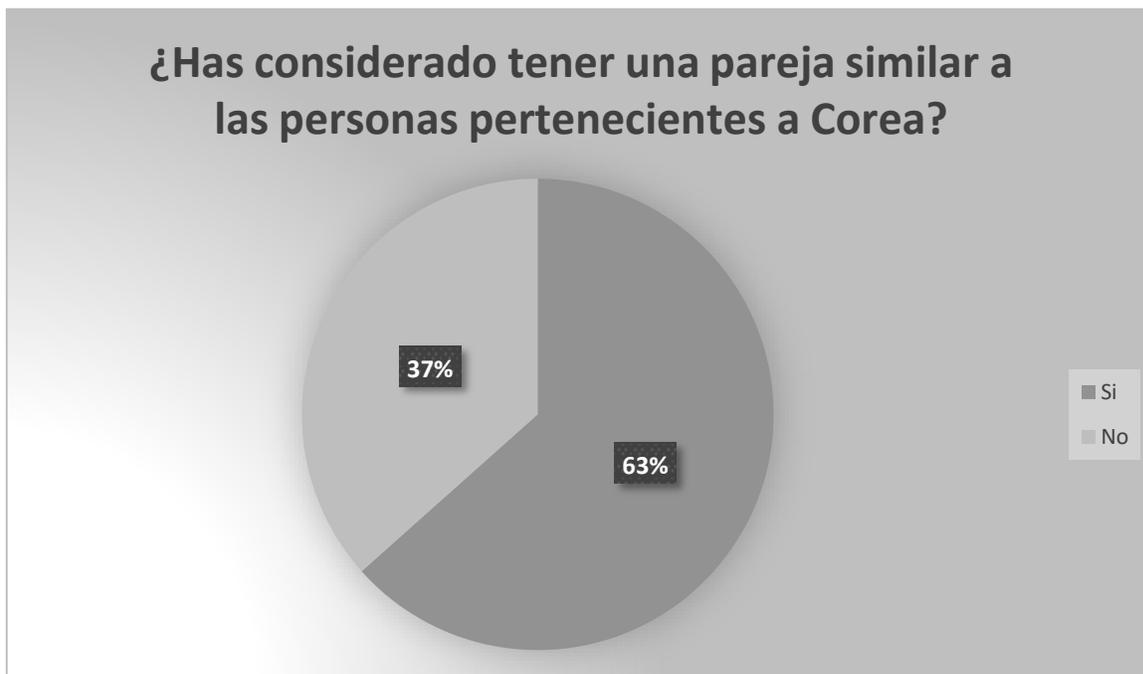
Las mismas fanáticas de la “Ola Hallyu” reconocen que el marcado énfasis en la belleza y en personajes creados para ser perfectos frente a los ojos de sus fanáticas han afectado mucho sus gustos propios y lo que estas buscan en una pareja sentimental. La maquinaria publicitaria detrás de un grupo de artistas tiende a ser gigantesco, y busca precisamente la creación de personajes que irán destinados a nichos diferentes del mercado. Este esfuerzo por ‘vender’ personajes resulta en que las personas que siguen a estas figuras tienden a tener dificultades estableciendo estándares de belleza realistas cuando se encuentran en búsqueda de una pareja sentimental. Incluso una vez establecida una relación sentimental, esta mercadotecnia afecta en el sostenimiento de dicha relación ya que la persona continuará comparando el comportamiento de su pareja con el comportamiento de su “idol” favorito.

Gráfica No. 7

Fuente: Datos obtenidos a partir de una encuesta de elaboración propia. Mayo/2022

El pensamiento constante de mudarse del país y vivir en otro no es algo nuevo, se ha visto desde hace décadas con el reconocido “sueño americano” que vendía los Estados Unidos de Norte América. Muchas personas partían de países con poca estabilidad económica o política para ir en búsqueda de una mejor vida para su familia. Estas personas “escapan” de su realidad mediante la inmigración. Tal es el caso de un alto porcentaje de las personas encuestadas que han considerado mudarse para vivir en Corea u otro país asiático. Esto proviene de años de esfuerzo por parte de países como Corea y Japón por exportar más de su cultura y proyectar una imagen de un país con oportunidades, desarrollo y ahora espectáculos. Guatemala, es un país de bajo desarrollo, conflicto constante y deficiencias ocasionadas por corrupción en el gobierno; es bastante habitual encontrar comportamientos escapistas en jóvenes como los encontrados en los seguidores de la “Ola Hallyu”.

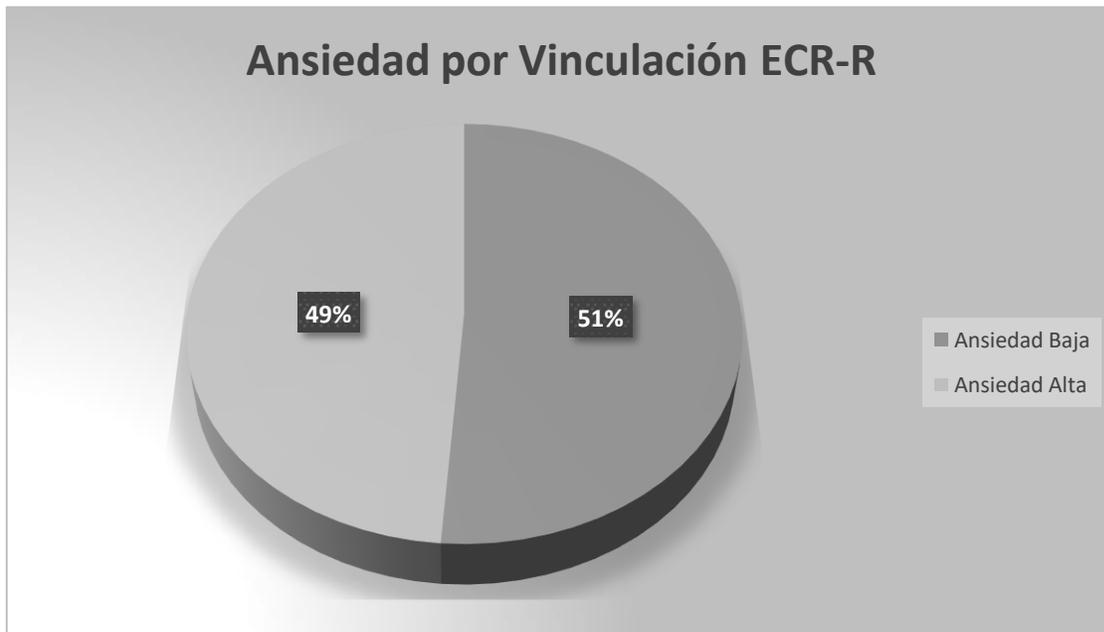
Gráfica No. 8



Fuente: Datos obtenidos a partir de una encuesta de elaboración propia. Mayo/2022

Las personas encuestadas hacen énfasis en que han pensado buscar una persona con rasgos asiáticos (físicos y de personalidad) para establecer una relación sentimental. Este factor puede ser explicado a partir de que, al ser sujetas a estándares de belleza de otro país, sus gustos han cambiado hacia esos estándares que ven en series, videos musicales y otros medios culturales. Esto dificulta de igual forma el establecimiento inicial de una relación interpersonal con una persona dentro del ámbito guatemalteco dado que las características físicas del guatemalteco tienden a ser muy diferentes a las que se encontraría en una persona de rasgos asiáticos. Por otro lado, es aún más difícil encontrar rasgos de personalidad similares dado que la persona guatemalteca nació y creció dentro de un ámbito completamente diferente al coreano con un énfasis en ideales muy distintos basados mayormente en valores religiosos. Esto de igual forma dificultará más el sostenimiento de una relación interpersonal.

Gráfica No. 9

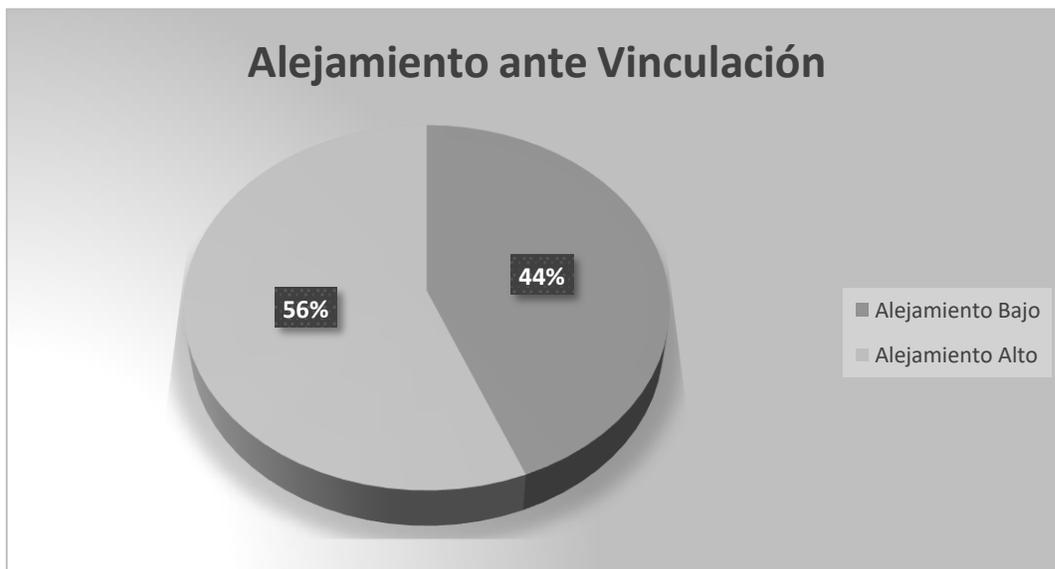


Fuente: Datos obtenidos durante la aplicación de la prueba ECR-R de Chris Fraley.

Mayo/2022

Más de la mitad de la muestra encuestada demuestra niveles bajos de ansiedad (frente a una media establecida por la misma muestra). Estas son personas que solo mantienen un nivel de ansiedad bajo ante el establecimiento de un vínculo afectivo. Un porcentaje muy similar demuestra niveles altos de ansiedad ante la posible vinculación con otra persona. Las personas con baja ansiedad tienden hacia apegos evitativos, pero también hacia apegos seguros. Es necesario tomar en cuenta esta ansiedad ante la vinculación dado que tiende a dificultar el sostenimiento de una relación interpersonal, una persona que le causa ansiedad el verse vinculado emocionalmente requerirá que su pareja o amistad le reasegure de forma constante que no planea dejarle y que su amistad es real. Dicha persona puede dar esta seguridad, pero su incapacidad de convencerle se convertirá en una brecha difícil de superar.

Gráfica No. 10

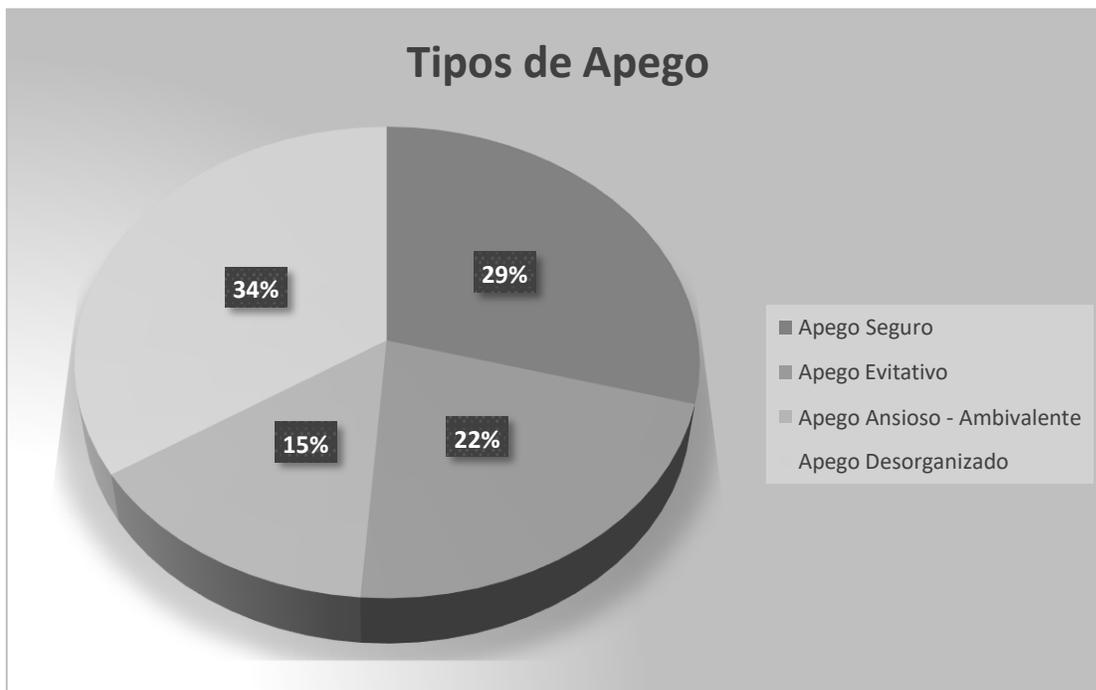


Fuente: Datos obtenidos durante la aplicación de la prueba ECR-R de Chris Fraley.

Mayo/2022

Un porcentaje mayoritario de la población muestra un índice alto de “alejamiento” (evitación) ante la vinculación sentimental necesaria en el establecimiento de una relación sentimental, esto dificulta mucho el establecimiento de una relación romántica. Las personas con alto nivel de alejamiento tienden hacia apegos desorganizados y hacia apegos evitativos. Un porcentaje similar demuestra un alejamiento bajo ante el establecimiento de un vínculo afectivo, lo cual sirve para facilitar más el crear una relación sentimental. Este factor es importante, la persona que activamente evita o se aleja de posibles vinculaciones (sean estas de amistad o románticas) tendrá mucha dificultad en el establecimiento inicial de una relación significativa dado que nunca le dará la oportunidad a alguien para que intente establecer dicho vínculo. Incluso las pocas personas que logren establecer dicho vínculo no podrán fortalecerlo si el sujeto continúa alejándose emocional o físicamente.

Gráfica No. 11



Fuente: Datos obtenidos durante la aplicación de la prueba ECR-R de Chris Fraley y la interpretación sugerida por el mismo autor en el sitio web: <http://labs.psychology.illinois.edu/~rcfraley/measures/ecrr.htm> Mayo/2022

El porcentaje mayoritario de la población demuestra un apego desorganizado, este es caracterizado por un alto índice de ansiedad ante la vinculación y altos niveles de evitación. Este tipo de personas tienden a tener conductas contradictorias hacia sus parejas, son personas con baja autoestima y tienden a perder el contacto con la realidad. Estas personas evitarán una relación emocional, pero también buscarán validación de su valor con una pareja. El negarse a buscar una relación sentimental dificultará de grande forma el establecer una relación puede provenir de una idealización de una figura y que las demás personas no cumplen con este estándar. Por otro lado, el factor de ansiedad puede provenir del miedo a ser rechazado por tener gustos diferentes a los habituales al seguir modas de la “Ola Hallyu”.

Un porcentaje significativo demuestra un apego seguro y son aquellas con bajos niveles de evitación y de ansiedad, a estas personas se les hace fácil establecer un vínculo sentimental y sostenerlo de forma sana.

El apego evitativo demuestra comportamientos donde evita el establecimiento de relaciones sentimentales porque sus cuidadores le han provocado sufrimiento en la niñez. Tienden a rechazar la intimidad con otras personas y esto dificulta en gran nivel el establecimiento de relaciones íntimas con otras personas.

El apego ambivalente tiende mucho a expresar emociones y sentimientos contrapuestos, esto proviene de una sensación de inseguridad en la niñez, la persona no tiende a evitar el establecimiento de relaciones íntimas, pero si busca constantemente una aprobación de parte de su pareja, esto, junto con su ansiedad de ser abandonados tiende a dificultar el mantener relaciones sanas con su pareja.

3.03 Análisis general

Las relaciones interpersonales son un factor clave en la socialización de los seres humanos, formando así vínculos de distintos tipos. La manera en que las personas se vinculan tendrá un impacto en la formación de círculos sociales (familia, amistades, pareja). Actualmente, las relaciones interpersonales se han convertido en vínculos cada vez menos sólidos, es más fácil, deshacer vínculos con otras personas, que intentar mantenerlos de forma longeva. Cada vez resulta más difícil el establecimiento de relaciones íntimas profundas, lo cual es importante para lograr una madurez plena.

La juventud guatemalteca no tiende a consumir su propia cultura, más bien asimila factores de otras culturas como la estadounidense, mexicana y colombiana. En los últimos

años ha surgido una cuarta opción y ha demostrado un crecimiento exponencial con respecto al número de seguidores en Guatemala, esta es la “Ola Hallyu” y es representante la cultura coreana, su comida, sus presentaciones, contenido televisivo, libros e incluso su música. Dentro del entorno guatemalteco, existen muchas personas que siguen este movimiento. Típicamente, las personas que siguen este movimiento tienden a comunicarse mediante redes sociales las cuales facilitan el establecimiento de vínculos.

Las cuarenta y una personas que voluntariamente decidieron participar, todos cumplían con los criterios de inclusión establecidos que eran: 1) haber asistido a un evento de cultura coreana, 2) que se encuentren dentro del territorio guatemalteco durante el trabajo de campo y 3) que tengan una edad entre 15 y 30 años. El proceso inició mediante un acercamiento a la comunidad a través de redes sociales, los voluntarios decidieron ayudar con su colaboración. Siguiendo paso fue enviarles el consentimiento informado para que estas pudieran saber un poco más sobre el proyecto y pudieran así tomar la decisión de ser parte del mismo. Luego de este paso se les envió un cuestionario de elaboración propia; cuya finalidad era obtener información demográfica y obtener mayor “insight” sobre las relaciones significativas de su vida. Al finalizar este paso, se les envió la herramienta ECR-R (Experiences in Close Relationships- Revised) de Chris Fraley con la finalidad de evaluar los índices de ansiedad y alejamiento (evasión) de cada individuo, que luego sirvió para establecer y categorizar a estas personas a partir de su tipo de apego.

Dentro de los resultados obtenidos mediante las diferentes herramientas previamente detalladas se pudieron observar varios fenómenos, dentro de estos encontramos que un 29% de la población mostró tener un Apego Seguro, este representó menos de un tercio de la población total, el resto de la población estudiada presentó uno de

tres diferentes tipos de apego que se categorizan en Evitativo, Ansioso-Ambivalente y Desorganizado. Las personas con apego seguro demuestran mayor capacidad de establecer y sostener relaciones interpersonales significativas. Siendo este la minoría de la muestra podemos concluir que un gran porcentaje de la población estudiada tiene dificultad en el establecimiento y sostenimiento de relaciones interpersonales.

Otro resultado que debería ser abordado es el tiempo que estas personas dedican a su familia, sus amistades, su pareja y al consumo de productos coreanos. Se puede notar, a partir de cuánto tiempo invierten en cada uno de estos, sus prioridades. Se puede notar que el consumo de productos coreanos tiende a ser una prioridad para estas personas, esto porque el 41.46% de la población estudiada dice dedicar más de 10 horas a la semana, mientras que el 31.77% de esta misma población decía dedicar esa misma cantidad de tiempo a su familia. En comparación el 19.51% dice pasar esas mismas 10 horas semanales con la familia y un 14.63% con su pareja. Incluso el 51.22% de esta población dice pasar entre 2 y 4 horas a la semana con su pareja. Es imprescindible buscar una explicación para este fenómeno, Una posible explicación puede ser la libertad que sienten estos para compartir su afición con sus parejas, según la encuesta un 61% de la población no se siente como que puede compartir su afición con su pareja, pero un 61% si tiene algún familiar con quien, si puede o incluso alguna amistad, estas siendo un 92.70% de la población estudiada. Es posible que, si la muestra no puede compartir su afición con su pareja, esta puede pasar menos tiempo con la misma y más tiempo en el espacio seguro que es la consunción de productos coreanos. Esto demuestra incluso tendencias escapistas.

Al tratar el tema de cercanía o intimidad se puede notar que el 80.48% de la población estudiada dice tener una amistad que es cercana, mientras que dicen en un

70.73% que tienen una relación cercana con su familia, esto en contraste con un 58.53% que dice no tener ninguna relación de pareja en la actualidad. Existe entonces una correlación entre el sostenimiento de una relación interpersonal significativa y la capacidad de compartir el interés o afición por los productos coreanos en las personas que siguen la “ola hallyu”; dificultando aún más su capacidad de sostener relaciones interpersonales con personas que no tienen este gusto.

Al estudiar específicamente cómo este puede afectar la capacidad de la persona para establecer una relación romántica, podemos notar que un 63% de la población encuestada admitía haber considerado tener una pareja coreana o que sea similar a esta, esto tiende a disminuir su posibilidad de obtener una pareja que tenga los rasgos físicos y culturales que buscan. Esto tiene cierto nivel de correlación con lo visto en la gráfica No. 7 donde el 71% de la muestra encuestada ha tenido pensamientos de mudarse a Corea o algún país asiático, esto puede ir de la mano con el tipo de persona con la que desean establecer una relación interpersonal; pero también se puede relacionar con la existencia de conductas escapistas de estas personas ante una realidad guatemalteca repleta de violencia, carente de oportunidades laborales y con conflictos sociales constantes. En este caso podríamos entender con mayor profundidad la búsqueda de escapar a un mundo que han idealizado a través de la “Ola Hallyu”, un mundo representado por Corea.

Capítulo IV

4. Conclusiones y recomendaciones

4.01 Conclusiones

En base a los resultados concluimos que:

- Existe una correlación alta entre seguir la “Ola Hallyu” y tener dificultad para entablar y sostener relaciones interpersonales íntimas con otras personas debido a el apego desorganizado. Estos sujetos tienden a tener un nivel alto de evitación a la posible vinculación sentimental, pero también presentan altos niveles de ansiedad ante sus relaciones actuales. Por lo tanto, son sujetos quienes se alejan activamente de otras personas y requieren refuerzo constante por parte de la otra persona.
- La mayor parte de participantes presentó apego desorganizado, estos sujetos tienden a tener pocos vínculos fortalecidos dado que tienden a evitar el establecimiento inicial de esta relación y también dificultan su sostenimiento a través de la ansiedad que le presenta el miedo de ser abandonado.
- Los seguidores de la “Ola Hallyu” tienden a establecer “vínculos líquidos” con su pareja, ya que comparten menos tiempo con ellos que con su familia y sus amistades o incluso con su afición por la cultura coreana. Esto es referente a la prioridad que le otorgan al vínculo de pareja. Si su pareja no presenta cierto gusto por la cultura coreana no son tratados con tanta prioridad como otros vínculos y se vuelven reemplazables como establece el vínculo líquido de Baumann.
- Los fanáticos tienden a establecer “vínculos sólidos” con personas que comparten su afición, debido a que estas personas siendo su familia y amistades cercanas. El compartir su afición ayuda a que pueda pasar más tiempo hablando con sus

amistades sobre este gusto compartido. Existen vínculos solidos con la familia también dado que aprenden a valorar vínculos familiares a través de la cultura coreana.

- No existen correlaciones con respecto a la edad, escolaridad, área geográfica o situación socioeconómica y el establecimiento y sostenimiento de vínculos inseguros.
- Las personas que siguen la “Ola Hallyu”, en su mayoría tienden a utilizar la cultura coreana y sus productos cómo un método de escape ante su realidad en Guatemala, ya que las conductas evasivas representan una situación de riesgo para la población de las edades comprendidas en el estudio. Estos comportamientos de escape surgen a partir de la dificultad que tienen estas personas para vincularse en Guatemala tanto como las dificultades inherentes del país como la pobreza, delincuencia y corrupción

4.02 Recomendaciones

A las personas que deseen trabajar sobre las relaciones interpersonales en este tipo de población se recomienda:

- Trabajar sobre el efecto que tiene la “Ola Hallyu” sobre el establecimiento de relaciones íntimas de pareja, en lugar de estudiar todas las relaciones interpersonales, debido a su bajo nivel de conexión emocional en el área de pareja.
- Identificar patrones de crianza que pudieron haber afectado sobre los tipos de apego que muestran las personas en la investigación para comprender con mayor profundidad el motivo detrás de su comportamiento.
- Implementar la observación de las personas dentro de su grupo de amistades para comprender con mayor profundidad qué tan “sólidas” o “líquidas” son las relaciones de amistad que establecen las personas en el grupo, porque ese grupo se mostró con mayor fluctuación en los resultados.
- Implementar la investigación a una muestra masculina para poder comparar resultados a partir de sexo fisiológico y las implicaciones sociales que pueden partir de este, debido a que la percepción de ambos sexos es distinta con relación a sus iguales.
- Profundizar en comportamientos escapistas y evaluarlos mediante más interrogantes en la herramienta de elaboración propia, ya que en el año que se llevó a cabo la investigación, existen pocas que se centren en este tema.
- Implementar la investigación a una muestra con personas de estudios básicos y de área de diversificado, para obtener un formato de comparación de resultados.

Referencias

- Baumann, Z. (2005). *Amor Liquido*. Argentina: Fondo de Cultura Economica.
- Baumann, Z. (2005). *Modernidad Liquida*. Argentina: Fondo de Cultura Economica.
- Bisquerra, R. (2003). Educación emocional y competencias básicas para la vida. *Revista De Investigación Educativa*, 7-43.
- Bleichmar, N. (2001). *El psicoanálisis después de Freud: Teoría y Clínica*. Buenos Aires: Editoriales Paidós.
- Brennan, K., Clark, K., & Shaver, P. (1998). *Self-Report measures of adult romantic attachment in J Simpson and W Rholed, Attachment Teory and Close Relationships*. New York: Guilford Press.
- Constin, J. (2016, 9 6). *Techcrunch*. Retrieved from Techcrunch:
<https://techcrunch.com/2016/09/06/ultimate-guide-to-the-news-feed/>
- Deli. (2015). *Kpopreplay*. Retrieved from Kpopreplay:
<https://www.kpopreplay.com/2017/05/editorial-quienes-son-las-sasaeng-y.html>
- Evans, A. (2001). *The Virtual Life and simulation in our media world*. London: Fusion.
- Feist, G. (2012). *Theories of Personality*. McGraw Hill Education.
- Guastalla, R. (1940). *Dokumen*. Retrieved from Dokumen:
<https://www.dokumen.tipos/education/autores-y-concepto-de-literatura.html>

- Hogarth, H. (2013). The Korean Wave: An Asian Reaction to Wester-Dominated Globalization. *Perspectives on Global Development and Technology*, 135-151.
- Honduras, E. d. (2019, 02 15). *Mofa.go.kr*. Retrieved from Mofa.go.kr:
http://overseas.mofa.go.kr/hn-es/brd/m_6426/view.do?seq=663072&srchFr=&srchTo=
- Jimenez, M. G. (2017). Influencia Cultural del K-Pop en Jovenes Limeños. *Investigaciones Sociales: Universidad Nacional Mayor de San Marcos*, 237-246.
- Ko, N. C. (2014). The Korean Wave Hallyu in Looking at Escapism in Peruvian Society. *Perspectives on global Development and Technology*, 332-346.
- Laplanche, J. (1971). *Diccionario de Psicoanalisis*. Barcelona: Editorial Labor.
- Lewin, K. (1988). *La teoría del campo en la ciencia social*. 1988: Paidos.
- Lewin, K. (1997). *Resolving Social Conflicts: Field Theory in Social Science*. Washington DC: American Psychological Association. .
- Martinez, B. (2017, 01 31). *ElPeriodico*. Retrieved from ElPeriodico:
<https://www.elperiodico.com/es/ocio-y-cultura/2010103/critica-train-to-busan-yeon-sang-ho-5723996>
- Mazana, V. (2014). Cultural Perceptions and Social Impact of the Korean Wave in the Czech Republic. In V. Marinescu, *The Global Impact of South Corean Popular Culture: Hallyu Unbound* (pp. 47-63). New York: Lexington Books.
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodologia de la Investigacion*. Mexico: McGraw Hill Education.
- Tubert-Oklander J. (1996) "El Postanalisis: una fase fundamental del proceso analitico"

Trabajo presentado en el XXV Congreso Nacional del Psicoanálisis "El proceso analítico" en la mesa sobre "La terminación del proceso analítico". San Miguel de Allende, Gto, 31 de Octubre a 2 de Noviembre de 1996. Publicado en Vives J. (comp.) (1997): El Proceso Psicoanalítico. México: Asociación Psicoanalítica Mexicana/Plaza y Valdes, 1997, Págs 305-320.

Tubert-Oklander, J. (1999). *Aperturas.org*. Retrieved from Aperturas.org:

<http://www.aperturas.org/articulo.php?articulo=0000093>

Tyson, P. (2000). *Teoría Psicoanalítica del Desarrollo: Una Integración*. Lima:

Publicaciones Psicoanalíticas.

Williams, S. (1998). *Emotions in social life : Critical Themes and Contemporary Issues*.

New York: Routledge.

Winnicott, D. (1998). *Los Bebés y Sus Madres*. España: Ediciones Paidós.

Yoon, K. (2019). Transnational Fandom in the making: k pop fans in Vancouver. .

International Communication Gazette, 167-192.

Zarco, L. A. (2018). Difusión de Dramas Coreanos, un análisis de su exodo a América

Latina y Colombia. *Palabra*, 82-98.

Anexo No. 1: Consentimiento Informado

Consentimiento informado

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias Psicológicas



Los efectos del “Hallyu” sobre las relaciones interpersonales de sus seguidores.

Investigador: José Ernesto Meléndez Villatoro

DPI. 2988 96389 0101 Registro académico 201400892 Teléfono. 32694032

Investigador: Nury Waleska Barillas Cruz

DPI. 2914 00272 0101 Registro académico 201407294 Teléfono. 55123969

Se le solicita participar en un estudio de investigación concerniente a la “Ola Hallyu” dirigida a personas que asisten eventos de esta índole en el parque de la industria.

Objetivos: La investigación pretende conocer la relación que existe entre los efectos del “Hallyu” sobre las relaciones interpersonales de sus seguidores. Categorizar los tipos de vínculos establecidos y distinguir los tipos de apego que muestran.

Procedimientos: Si decide participar, se le aplicaran pruebas de conocimientos, actitudes y conductas para medir su percepción sobre algunos temas relacionados a la Ola Hallyu, así como la aplicación de pruebas para conocer acerca de sus relaciones interpersonales.

Derecho a negarse o retirarse: Tiene derecho a negarse a participar o a cambiar de opinión sobre su participación en el estudio y retirarse de él después que se haya iniciado.

Confidencialidad. Los datos de las pruebas serán cuantificados de forma anónima. La información será presentada de gráficas y cuadros estadísticos.

Costos/compensación: los participantes no recibirán pago de ninguna naturaleza. No hay costo para el participante, excepto el tiempo y el esfuerzo requerido para llevar a cabo los procedimientos descritos.

Preguntas: Si tiene preguntas, por favor siéntase con toda confianza para plantearlas. Si quiere formular una adicional en un momento posterior, puede realizarlo a cualquiera de los investigadores.

Consentimiento: Su firma al calce indicara que aceptó voluntariamente ser sujeto de investigación y que ha leído y entendido los datos precedentes.

He comprendido de manera clara lo anteriormente leído y doy mi consentimiento solicitando de inclusión en la investigación Los efectos del “Hallyu” sobre las relaciones interpersonales de sus seguidores. Yo _____ con No. de DPI: _____ Acepto y firmo como prueba de conformidad con el contenido del presente, en la ciudad de Guatemala el día _____ del mes de _____ año _____.

Firma de participante

Firma del investigador

Anexo No. 2: Cuestionario ECR-R

Cuestionario ECR-R de Fraley

Instrucciones:

Las siguientes declaraciones son relevantes sobre cómo te sientes emocionalmente frente a una relación íntima. Nos interesa en como experimentas las relaciones generalmente, no solamente lo que sucede en tu relación actual. Elige uno de los siguientes números para indicar que tanto estás de acuerdo o en desacuerdo con los enunciados. El 1 equivale a totalmente en desacuerdo y 7 significa totalmente de acuerdo.

1. Tengo miedo de que perderé el amor de mi pareja.
2. A menudo me preocupo de que mi pareja no querrá quedarse conmigo.
3. A menudo me preocupo de que mi pareja no me ama.
4. Me preocupo de que no le importo tanto a mi pareja como me importa mi pareja a mí.
5. A menudo deseo que los sentimientos de mi pareja hacia mi persona sean tan fuertes como mis sentimientos con para el/ella.
6. Mis relaciones me preocupan mucho
7. Cuando no estoy con mi pareja, me preocupo de que el/ella se interesará en alguien más.
8. Cuando demuestro mi cariño hacia mis parejas, temo que ellos no sentirán lo mismo por mí.
9. Rara vez me preocupo de que mi pareja me dejará
10. Mi pareja romántica me hace dudar de mí mismo/a

11. Rara vez me preocupa ser abandonado/a
12. Me encuentro de que mis parejas no quieren ser tan cercanos como a mí me gustaría.
13. A veces los sentimientos de mis parejas románticas cambian sin motivo aparente.
14. Mi deseo de ser muy cercano/a a veces asusta a otras personas.
15. Temo de que una vez mi pareja romántica me conozca, el/ella no le gustará quien soy.
16. Me enoja que no obtengo el afecto y apoyo que necesito de mi pareja.
17. Me preocupa no estar a la altura de otras personas.
18. Mi pareja solo me pone atención cuando estoy enojado/a
19. Prefiero no demostrarle a mi pareja como me siento en realidad.
20. Me siento cómodo/a compartiendo mis pensamientos privados y sentimientos con mi pareja.
21. Se me dificulta mucho dejarme depender de mis parejas.
22. Me siento muy cómodo/a estando muy cercano/a a mi pareja.
23. No me siento cómodo/a expresando mis sentimientos con mi pareja.
24. Prefiero no involucrarme mucho con mi pareja romántica.
25. Me incomoda cuando mi pareja cuando mi pareja intenta acercarse a mi persona.
26. Es fácil acercarme emocionalmente a mi pareja.
27. No es difícil acercarme emocionalmente a mi pareja
28. Habitualmente hablo sobre mis problemas con mi pareja
29. Me ayuda acercarme emocionalmente a mi pareja cuando necesito de el/ella

30. Hablo de casi todo con mi pareja.
31. Yo suelo resolver problemas con mi pareja mediante el diálogo.
32. Me pongo nervioso/a cuando mis parejas se acercan emocionalmente a mi.
33. Me siento cómodo/a dependiendo de mi pareja.
34. Es fácil para mi depender de mi pareja romántica
35. Es fácil para mi ser cariñoso/a con mi pareja.
36. Mi pareja me comprende a mí y a mis necesidades.

Anexo No. 3: Encuesta

Encuesta: "Los efectos del 'Hallyu' sobre las relaciones interpersonales de sus seguidores"

La presente investigación es un trabajo con fines académicos para lograr el grado de licenciatura y la información utilizada será de carácter anónimo. El objetivo de la investigación es indagar sobre el efecto que puede tener el seguimiento de la ola "Hallyu" sobre el establecimiento de vínculos interpersonales sobre jóvenes guatemaltecos entre las edades de 15 y 30 años dentro del área geográfica del país de Guatemala. Se agradece su colaboración de antemano dado que esta es muy valiosa para el proyecto

Instrucciones:

A continuación, se presentan algunos ítems, cuya finalidad es conocer su opinión, leer cuidadosamente y marcar la respuesta que considere más cercana a su opinión

Información general:

1) Edad:

A- 15-18 años, B- 19 a 21 años. C- 22-25 años. D- 26-30 años

2) Sexo:

A- Masculino. B- Femenino

3) Estado civil:

A- Casado. B- Soltero. C- Separado. D- Divorciado. E- Viudo. F- Unión libre

4) Etnia:

A- Maya. B-Ladina. C- Xinca D- Garífuna

5) ¿Cuál es su escolaridad?

A- Ninguna. B. Primaria. C Secundaria. D- Diversificado. E- Universidad

6) ¿En qué departamento vives?

7) ¿En qué zona vives?

8) ¿A cuál sector económico consideras pertenecer?

A- Bajo B- Medio Bajo C- Mediano D- Medio Alto. E- Alto

Preguntas referentes a la “Ola Hallyu”

1) Selecciona lo productos coreanos que consumes

A- Música, B- Literatura, C- Comida. D-Películas E- K-dramas

2) ¿Cuánto tiempo llevas consumiendo estos productos?

A- 0 a 6 meses, B- 7 meses a 1 año, C- 1-2 años, D- 3-a 4años E- 5+ años

3) ¿En qué año conociste acerca de la cultura coreana?

4) ¿Cuántas horas a la semana le dedicas al consumo de estos productos?

A- Entre 2 y 4 B- Entre 4 y 6. C- entre 6 y 8. D- entre 8 y 10 E- Mas de 10

5) ¿Cómo descubriste los productos coreanos?

A- Redes sociales. B- Televisión. C- Radio. D- Prensa. E- Referencia de una amistad

Preguntas sobre tus relaciones actuales

1) Dentro de tu circulo familiar ¿alguien comparte tu gusto por la cultura coreana?

A- SI B- NO

2) “Mi relación con mi familia es...”

A- Distante. -b Cercana. C- Sin Relación. D- Ambivalente

3) Dentro de tu relación con tu pareja sentimental ¿compartes sobre tu gusto por la cultura coreana?

A- SI. B- NO

4) “Mi relación con mi pareja es...”

B- Distante. -b Cercana. C- Sin Relación. D- Ambivalente

5) ¿Tienes amistades cercanas que compartan tu gusto por la cultura coreana?

A- SI- B- NO

6) “Mi relación con mis amigos es...”

C- Distante. -b Cercana. C- Sin Relación. D- Ambivalente

7) ¿Cuánto tiempo le dedicas a tu familia? (por semana)

A- Entre 2 y 4 horas. B- Entre 4 y 6 horas. C- Entre 6 y 8 horas. D- entre 8 y 10 horas.

E-10+ horas

8) ¿Cuánto tiempo le dedicas a tu pareja? (por semana)

B- Entre 2 y 4 horas. B- Entre 4 y 6 horas. C- Entre 6 y 8 horas. D- entre 8 y 10 horas.

E-10+ horas

9) ¿Cuánto tiempo le dedicas a tus amistades? (por semana)

C- Entre 2 y 4 horas. B- Entre 4 y 6 horas. C- Entre 6 y 8 horas. D- entre 8 y 10 horas.

E-10+ horas

Preguntas adicionales

1) ¿Tienes o has tenido planes o pensamientos de irte a vivir a Corea u otro país asiático?

A- Si. B- NO

2) ¿Has considerado tener una pareja similar a las personas pertenecientes a Corea?

A- SI. B- NO

- 3) ¿Consideras que el “tipo ideal” vendido por la farándula coreana ha afectado los estándares que tienes de una pareja sentimental?
- A- SI. B- NO
- 4) En el caso de responder que “si” al enunciado pasado ¿Cuánto ha afectado?
- A- Muy Poco. B- Poco. C- Bastante. D- Demasiado
- 5) ” Cuándo tengo una discusión con un amigo yo...”
- A- Le hablo para solucionarlo- B- Decido distanciarme. C- Corto la relación completamente.
- 6) “Cuando tengo una pelea con mi pareja yo...”
- A- Terminó la relación. B- No le hablo para que comprenda que hizo algo mal.
- B- le pido que hablemos para arreglarlo
- 7) ¿Cuántos años de amistad tienes con tu mejor amigo/a?
-