

---

**Estudio del estereotipo del aficionado al *anime* como alguien introvertido y neurótico en una muestra de estudiantes universitarios de Cartagena de Indias (Colombia)**  
**Study of the stereotype of *anime* fan as an introvert and neurotic in a sample of university students in Cartagena de Indias (Colombia)**

**Lina Guzmán-Viloria**

*Universidad Tecnológica de Bolívar*

E-mail: [liguzman12@hotmail.com](mailto:liguzman12@hotmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5372-557X>

**Yurleidys Castilla Jiménez**

*Universidad Tecnológica de Bolívar*

E-mail: [yurle.castilla04@gmail.com](mailto:yurle.castilla04@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2891-3592>

**Pedro Vázquez-Miraz**

*Universidad Tecnológica de Bolívar*

E-mail: [pvasquez@utb.edu.co](mailto:pvasquez@utb.edu.co)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5801-1728>

**Tania Lucía Cobos**

*Universidad Tecnológica de Bolívar*

E-mail: [tcobos@utb.edu.co](mailto:tcobos@utb.edu.co)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8348-3631>

Artículo recibido: 12/08/2023

Artículo aceptado: 25/10/2023

**Resumen.** El *anime* es una industria audiovisual que se ha mantenido en continua expansión global, de Japón para el mundo, llegando, desde luego, a Colombia. Alrededor de la misma se ha conformado una particular cultura, los *otaku*, de la cual se tienen muchos estereotipos. El objetivo de este estudio es describir la relación entre los niveles de introversión, neuroticismo y el interés por el *anime* en un grupo de estudiantes universitarios de la ciudad de Cartagena de Indias. El estudio se llevó a cabo mediante datos cuantitativos obtenidos a través de encuestas para medir el nivel de consumo de estos programas televisivos y una prueba de personalidad EPI (*Eysenck Personality Inventory*) para analizar las variables psicológicas mencionadas. Los resultados del análisis estadístico mostraron que los sujetos no presentan rasgos tan marcados en estos dos factores de personalidad, dando como respuesta el rechazo a las hipótesis de investigación referentes a los elevados niveles de introversión y neuroticismo que se suponía que tendrían los consumidores de este tipo de producto audiovisual. La principal limitación de la investigación fue la obtención de un puntaje de sinceridad ligeramente inferior a lo deseable en la prueba psicológica, por lo que estos datos deben asumirse con la cautela debida.

---

**Palabras clave:** introversión, neuroticismo, personalidad, estereotipos, anime, Cartagena de Indias

**Abstract.** *Anime* is an audiovisual industry that has been in a continuous global expansion, from Japan to the world, making its way to Colombia. It has helped in the conformation of a particular culture, the *otaku*, culture that contains a wide variety of stereotypes can be linked to it. This study aims to describe the relationship between the levels of introversion, neuroticism, and interest in anime from a group of university students in the city of Cartagena de Indias. The study was conducted using quantitative data obtained through the use of surveys to measure the level of consumption of these audiovisual products and a personality test EPI (*Eysenck Personality Inventory*) to analyse the aforementioned psychological variables. The results of the statistical analysis showed that the subjects did not present such distinguished traits in these two personality factors, thus rejecting the research hypotheses concerning the high levels of introversion and neuroticism that consumers of this type of television program were supposed to have. The main limitation for the research was the slightly lower than desirable sincerity score on the psychological test, so the data should be treated with the appropriate caution.

**Keywords:** introversion, neuroticism, personality, stereotypes, anime, Cartagena de Indias

## Introducción

Son múltiples las facetas culturales que presentan las diferentes comunidades de nuestro planeta, continuando la influencia mutua entre todas ellas. En los tiempos actuales, se ha observado una permanente dinámica de globalización comúnmente asociada a tendencias culturales aceleradas que mantienen relación estrecha e interrelacionada con las sociedades (Pérez 166). La comprensión de cómo las tendencias culturales logran impactar la vida de los sujetos es un ámbito de interés para diversas disciplinas sociales, tales como la antropología, la sociología o la comunicación social. De manera llamativa, la psicología se mantuvo en gran parte ausente en la temática de este tipo de investigaciones interculturales (Pérez 166).

Una de estas tendencias culturales que tiene una fuerte influencia en los jóvenes del mundo es el *anime*. El término proviene del inglés *animation* y del francés *animé* (Horno 107). El concepto de *anime* en su cultura propia, la nipona, se refiere a los dibujos animados en general, independientemente de su estilo o nacionalidad. Sin embargo, la palabra *anime* en occidente hace referencia exclusivamente a la animación producida en Japón (Arciniegas y Mora 15). Ésta se caracteriza por tramas argumentales profundas y complejas, por contener referencias culturales, por poseer una variedad de espacios narrativos y por presentar un llamativo aspecto visual (Cobos 4). Su producción, mayoritariamente, suele ser una adaptación de historietas o tiras cómicas, denominadas *manga*, cuyo significado literal es “garabatos” (Cobos 73).

El paso de la imagen estática impresa, *manga*, a la imagen en movimiento de la televisión o el cine, *anime*, es la evolución natural del mismo objeto de estudio a través del avance de las

---

tecnologías de la información y comunicación en el siglo XX. Aspecto que se sigue profundizando en el siglo XXI, pues actualmente el *anime* es generado a través de computadora donde muchas veces incluyen sombreado, efectos especiales, luces y brillos y otros efectos visuales (Horno 697).

Aunque tanto el *manga* como el *anime* están más extendidos en su país de origen que en las naciones occidentales -al año se pueden sacar muchísimas producciones de *anime*, tanto de productoras japonesas como de productoras a nivel global (Ortiz y Rodríguez 144)-, estos productos culturales se han convertido en todo un fenómeno social (Horno 5). El *anime* y el *manga* son consumidos por un público tanto infantil como adulto al ser sus temáticas muy heterogéneas y habiendo muchos géneros diferentes. Estos consumidores reciben el nombre de *otaku* (Frey y Fisher 20, Romero 21, Robles 35, Vidal 9).

García y García (1) explican como el *manga* y el *anime* se ha desarrollado en la cultura de occidente haciendo que los jóvenes de estos países realicen eventos y convenciones por su afición a este tipo de productos culturales. En muchas ocasiones, las personas asisten a estas reuniones disfrazadas de sus personajes favoritos. Una conducta social que se denomina *cosplay* (Lamerichs 2-3), donde se evidencia un gran interés en todo lo que a Japón y a su cultura se refiera.

De acuerdo con Cobos (24), la palabra japonesa *otaku* se puede traducir al español como “su casa u hogar”. Un término muy formal y cortés que originalmente permitiría decir “tú” a un extraño, siendo algo parecido al «usted» del español. En la actualidad, en Japón es común que el ser llamado *otaku* sea entendido de una manera distinta a cómo ese mismo vocablo es visto en la cultura occidental. Este matiz es importante recalcarlo puesto que se pasaría de la visión occidental del *otaku* como un joven tímido aficionado al *anime*, a una mirada peyorativa desde la perspectiva nipona. Allí se refiere a una persona fanática que está tan involucrada por este aspecto cultural que acaba obsesionándose (Newitz 1) y se identifica plenamente con las expectativas de estas específicas producciones comunicacionales (Bogarín 63).

Esta expansión global del *anime* y el *manga* a occidente también trajo diversos estereotipos atribuidos a los *otaku* (Reyse et al. 91). Una sesgada perspectiva sobre esta concreta afición. La mayoría de los prejuicios suelen describir a los *otaku* como individuos introvertidos, desaliñados, encerrados en sí mismos y con escasas habilidades sociales. Una imagen que se asociaría fácilmente con casos extremos que afectan a personas en Japón y que se denominan *hikikomori*. Individuos jóvenes que se encierran en sus habitaciones y se aíslan del mundo exterior (Furlong 12), conducta que está relacionada con graves problemas de salud mental debido a un inadecuado manejo de estrategias de afrontamiento. Un aspecto social que De la Calle y Muñoz (115) denominan síndrome de aislamiento social juvenil.

### **La introversión y el neuroticismo como rasgos de personalidad**

Existen distintas teorías psicológicas acerca de lo que es la personalidad. De igual forma, dicho concepto se ha interpretado e intentado explicar cómo se constituye desde paradigmas muy diversos, llegando al diseño de diferentes estrategias científicas para su evaluación, medición e

---

interpretación (Montaño et al. 86). De acuerdo con Cloninger (205), este constructo es entendido como todas aquellas causas internas y consistentes a lo largo del tiempo de los individuos que influyen en el comportamiento visible del mismo y en las experiencias vividas, considerando las diversas formas en cómo puede ser la caracterización de cada uno de estos. Así pues, la personalidad es un elemento diferenciador de cada individuo que influye de manera continua a su desarrollo vital.

De este modo, dentro de esta variedad que hace a cada ser humano completamente distinto, algunas personas comparten unos patrones comunes (de corte cuantitativo) de personalidad. Estos valores se organizan en categorías y con ellos se pueden identificar diferentes niveles o rangos dentro de un mismo y común rasgo de personalidad. Si estos niveles alcanzan unas puntuaciones extremas son consideradas estadísticamente como anormales, y podrían ser un identificativo de problemas de salud (Cloninger 5).

Uno de los principales rasgos de personalidad sería la introversión, siendo su extremo contrario la extroversión. Mientras que las personas extrovertidas son más sociables, y necesitan tener una vida más activa interactuando constantemente con los demás, los sujetos introvertidos tienden más a la introspección, suelen ser más callados y requieren un estilo de vida más tranquilo (Feist et al. 3). Es importante resaltar que existen diferencias notables entre la introversión y la timidez. A pesar de compartir patrones de respuesta ante los estímulos de un ambiente social, la timidez se presenta sólo en situaciones específicas en un tiempo determinado, mientras que la introversión afecta a un ámbito más amplio, por ser éste un rasgo de personalidad que como tal, es estable a nivel temporal (Cano et al. 6).

Otro de los rasgos de personalidad más relevantes es el neuroticismo. Este constructo está asociado a las emociones negativas, a la preocupación constante y a la inseguridad, siendo su contrario la estabilidad emocional (Cloninger 253). Se ha encontrado en muestras de adolescentes que las dificultades de comunicación interpersonal correlacionan de manera positiva con la introversión y el neuroticismo (Inglés et al. 93).

Es por toda esta situación que los investigadores del presente documento, un grupo interdisciplinar formado por psicólogos y una comunicadora social, nos hemos planteado el realizar un estudio descriptivo que midiera los niveles de introversión y neuroticismo de jóvenes interesados por la animación japonesa en nuestro entorno más cercano: Cartagena de Indias, ciudad costera ubicada al norte de Colombia. De esta manera, al no existir una relevante cantidad de estudios de ámbito psicológico sobre esta temática, se podrían tener datos empíricos que nos permitirían discernir si la imagen prototípica del aficionado al *anime* como un sujeto introvertido y neurótico tiene un sustento científico o simplemente es un recurrente mito social basado en un estereotipo difundido por los medios de comunicación de masas.

### **Método**

Se llevó a cabo una investigación de tipo cuantitativo en la que se buscó conocer la relación entre el consumo de *anime* (horas de visionado a la semana), los niveles de introversión y los

---

niveles de neuroticismo en una muestra de jóvenes universitarios de la ciudad de Cartagena de Indias (N = 78 personas de edades comprendidas entre los 18 y los 25 años, de los cuales 37 fueron hombres, 38 mujeres y 3 no mencionaron su sexo). Esta muestra se obtuvo a partir de una base de datos inicial de 304 estudiantes que previamente realizaron una encuesta asociada a una investigación sobre consumo de *anime* en Cartagena de Indias del proyecto denominado “Usos y gratificaciones del consumo de animación japonesa en la población universitaria de Cartagena de Indias” desarrollado por el semillero de *Medios Masivos y Productos Culturales* del programa de Comunicación Social de la Universidad Tecnológica de Bolívar (Arias et al. 73-74).

Los sujetos participantes de este estudio académico fueron convocados por correo electrónico, solicitándoles nuevamente su colaboración voluntaria y libre. Para incentivar esta segunda colaboración se sorteó una membresía de tres meses de *Crunchyroll*, un sitio web de visionado de *anime* en *streaming*, entre las personas que realizaron todas las actividades demandadas por el equipo investigador. El muestreo utilizado fue no probabilístico, siendo los siguientes criterios de selección: 1. que el sujeto fuera mayor de edad y consumidor de *anime* y 2. que la persona estuviese activa en cualquier carrera de cualquier universidad de la ciudad colombiana de Cartagena de Indias.

La mayoría de los sujetos (N = 38) adelantaban sus estudios en la Universidad Tecnológica de Bolívar, seguido de los alumnos de la Universidad de Cartagena (N = 23), y otras instituciones de educación superior de esta urbe colombiana (N = 17). Respecto a las carreras que cursaban los jóvenes, predominaron los educandos de Psicología, Ingeniería Industrial e Ingeniería de Sistemas dentro de una amplia diversidad de opciones formativas.

Para medir la introversión y el neuroticismo (variables criterio) se utilizó el test EPI (*Eysenck Personality Inventory*). Una prueba psicológica de larga trayectoria histórica que mide, a través de 57 preguntas de respuesta dicotómica (*Sí o No*), estos dos constructos psicológicos entendidos como un continuo de dos extremos antagónicos, tales como el neuroticismo-estabilidad emocional y la introversión-extroversión (Eysenck y Eysenck 69). Los valores inferiores del test indican bajos niveles de neuroticismo (o alta estabilidad emocional) y de extroversión (o alta introversión), mientras que las puntuaciones superiores revelan bajos niveles de estabilidad emocional (o altos niveles de neuroticismo) y extroversión (o bajos niveles de introversión). Esta herramienta fue validada específicamente para población colombiana, siendo analizada por un método de división por mitades, alcanzándose aceptables niveles estadísticos de fiabilidad y validez (Jiménez et al. 13). La prueba también posee una subescala de sinceridad que permitiría detectar si los sujetos dieron respuestas honestas (las puntuaciones se consideran sinceras cuando éstas son inferiores a 4.0).

Adicional a lo anterior, se aplicó una encuesta la cual consistía en especificar sus datos sociodemográficos y obtener información cuantitativa acerca de su consumo de *anime*, tanto de

---

frecuencia en horas. A partir de estos datos, se realizó una división dicotómica de la muestra en función de su nivel de consumo de *anime* (variable predictora), calculando el promedio de número de horas de visionado de este a la semana y obteniendo finalmente dos grupos: uno de consumo bajo (N = 39 personas) y otro grupo de consumo alto (N = 39 personas). Se llevó a cabo una comparación entre ambos colectivos en función a las medianas obtenidas en el test EPI para los valores de introversión y neuroticismo, pues se procedió a un análisis no paramétrico (la prueba U de Mann-Whitney) al no haberse distribuido las puntuaciones de introversión y neuroticismo de forma normal. De todas maneras, en el presente documento también se presentan los valores promedio por considerar esta información de interés para la comunidad científica.

El índice de confianza en la investigación se asignó al 95%, asumiendo que habría diferencias estadísticamente significativas en los niveles de neuroticismo e introversión si la significancia de la prueba matemática [p valor] es menor a .05. Si la significancia fuera mayor o igual a .05 se consideraría que no habría diferencias estadísticamente significativas.

También se recolectaron datos sociodemográficos de los sujetos participantes (sexo, edad y estrato socioeconómico), lo cual permitió realizar análisis diferenciales respecto a las variables psicológicas de introversión y neuroticismo en función de variables como el sexo (hombre / mujer), la edad (adolescentes / adultos jóvenes) y el estrato socioeconómico (1, estrato más bajo a 6, estrato más alto). Sobre esta última variable de análisis, según el DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas, de Colombia) la estratificación socioeconómica puede ser definida como una clasificación de los inmuebles residenciales que deben recibir servicios públicos y subsidios. Se consideran estratos de bajos ingresos en Colombia los niveles 1 y 2, los niveles 3-4 se consideran medios y los niveles 5-6 se asumen como de altos ingresos. Sin embargo, debido a esta clasificación, en la cultura colombiana se ha normalizado la idea de que las personas están divididas en rígidas clases sociales (Mallarino en Wallace 1).

## Resultados

Los participantes afirmaron ver *anime* 1.28 horas a la semana, alcanzando puntuaciones de introversión que se han asumido dentro de un rango intermedio [Media (M) = 11.79 / Mediana (Me) = 11.50]. De igual manera ocurriría con el neuroticismo (M = 11.19 / Me = 10.50). Es decir, en nuestra muestra se presentaría una ligera tendencia hacia la introversión, pero fuera por completo de los parámetros máximos del test que se considerarían como anormales o problemáticos para la salud.

Respecto a las puntuaciones de introversión en función al consumo de *anime* (Tabla 1), el grupo de consumo alto (M = 11.64 / Me = 11.00) tuvo puntuaciones más cercanas a este específico rasgo de personalidad que el conjunto de consumo bajo (M = 11.95 / Me = 12.00), un aspecto que iría acorde con una de las hipótesis de investigación planteadas al

inicio de este trabajo. La identificación del aficionado al *anime* como un sujeto introvertido. De todas maneras, al realizar el cálculo comparativo entre ambos colectivos, la prueba U de Mann Whitney determinó un p valor igual a .735; determinándose así la inexistencia de diferencias significativas y no pudiéndose concluir que un grupo es más introvertido que el otro.

En función al neuroticismo en relación con el consumo de *anime* (Tabla 1), se lograron puntuaciones ligeramente dispares a la anterior categoría. De este modo, el grupo de consumo bajo fue el que tuvo un mayor nivel de neuroticismo (M = 11.33 / Me = 12.00) respecto a su otro par comparativo (M = 11.05 / Me = 10.00), siendo estos datos contrarios a la hipótesis de investigación, pues se asumía una relación positiva entre consumo de *anime* y neuroticismo. La prueba U de Mann Whitney, al igual que en la introversión, determinó que no había diferencias significativas entre los dos grupos (p = .984).

En la categoría de sinceridad (Tabla 1), nuestra muestra tuvo unos valores superiores a la cifra límite que determinaría la honestidad en las respuestas dadas (M = 6.22 / Me = 7.00). Los sujetos de los dos grupos tuvieron una mediana (Me) igual a 7.00 siendo la media ligeramente superior a las personas de consumo bajo (M = 6.26) que los de consumo alto (M = 6.18), no habiendo diferencias significativas. Es por ello por lo que enfatizamos la cautela con los resultados que se han obtenido en el presente trabajo.

Una de las principales sospechas que posee el equipo investigador de esta situación no deseada es que probablemente muchos participantes fueran influenciados por la deseabilidad social respecto el tema de consumo de *anime* en la sociedad cartagenera y que las respuestas dadas sobre los niveles de neuroticismo e introversión no fueron totalmente sinceras. Situación que se suscitó a pesar de las indicaciones explícitas dadas a los sujetos participantes de este estudio sobre el manejo anónimo de los datos obtenidos, los principios éticos de la investigación y los fines científicos y no lucrativos de la misma.

Tabla 1. Niveles de introversión, neuroticismo y sinceridad en función del consumo de *anime*

Escalas EPI	Gr. Consumo <i>anime</i> bajo	Gr. Consumo <i>anime</i> alto	p valor
Introversión	11.95 (M) / 12.00 (Me)	11.64 (M) / 11.00 (Me)	.735
Neuroticismo	11.33 (M) / 12.00 (Me)	11.05 (M) / 10.00 (Me)	.984
Sinceridad	6.26 (M) / 7.00 (Me)	6.18 (M) / 7.00 (Me)	.750

Fuente: Elaboración propia (2021)

En función a la variable sexo (Tabla 2), ésta no determinó diferencias significativas en los apartados de introversión, neuroticismo y sinceridad. La prueba U de Mann Whitney determinó que se debía retener la hipótesis de igualdad en todas las

categorías estudiadas ( $p > .05$ ). De todos modos, nuestros datos han especificado que los varones fueron menos introvertidos, menos sinceros y más neuróticos que las féminas.

Tabla 2. Niveles de introversión, neuroticismo y sinceridad en función del sexo

Escalas EPI	Hombres	Mujeres	p valor
Introversión	12.29 (M) / 12.00 (Me)	11.33 (M) / 11.00 (Me)	.066
Neuroticismo	12.08 (M) / 12.50 (Me)	10.35 (M) / 9.00 (Me)	.131
Sinceridad	6.34 (M) / 6.50 (Me)	6.10 (M) / 7.00 (Me)	.688

Fuente: Elaboración propia (2021)

Sobre la variable edad, de manera previa, se calcularon dos sub-entidades. El grupo de personas de menor edad de la muestra, denominados como adolescentes ( $N = 26$ ) y otro grupo de personas de mayor edad, descritos como adultos jóvenes ( $N = 52$ ). A rasgos generales, los adolescentes fueron ligeramente menos introvertidos (o más extrovertidos) ( $M = 11.85$  /  $Me = 11.50$ ), más neuróticos ( $M = 11.54$  /  $Me = 12.00$ ) y más sinceros ( $M = 6.15$  /  $Me = 6.50$ ) que los adultos jóvenes. La prueba de U de Mann Whitney tampoco determinó diferencias significativas en esta variable sociodemográfica ( $p > .005$ ) (Tabla 3).

Tabla 3. Niveles de introversión, neuroticismo y sinceridad en función de la edad

Escalas EPI	Adolescentes	Adultos jóvenes	p valor
Introversión	11.85 (M) / 11.50 (Me)	11.77 (M) / 11.50 (Me)	.810
Neuroticismo	11.54 (M) / 12.00 (Me)	11.02 (M) / 9.50 (Me)	.832
Sinceridad	6.15 (M) / 6.50 (Me)	6.25 (M) / 7.00 (Me)	.659

Fuente: Elaboración propia (2021)

Por último, en relación con el nivel de poder adquisitivo de la muestra (Tabla 4), la prueba no paramétrica de Kruskal Wallis tampoco determinó diferencias significativas en los valores alcanzados en introversión, neuroticismo y sinceridad ( $p > .05$ ). Resultó llamativo el hecho de que las personas más introvertidas fueron las del estrato socioeconómico más elevado (Estrato 6:  $M = 9.00$  /  $Me = 9.00$ ), al igual que las más neuróticas ( $M = 21.00$  /  $Me = 21.00$ ). Por contraste, los individuos más extrovertidos fueron los de los estratos bajos (1 y 2).

Tabla 4. Niveles de introversión, neuroticismo y sinceridad en función del estrato socio-económico (Me)

Escalas EPI	Estrato 1	Estrato 2	Estrato 3	Estrato 4	Estrato 5	Estrato 6
Introversión	12.00	12.00	11.00	10.50	11.50	9.00
Neuroticismo	11.00	10.00	8.50	14.00	10.50	21.00
Sinceridad	6.00	7.00	5.00	7.00	7.00	7.00

Fuente: Elaboración propia (2021)

### Discusión y conclusiones

Una de las dificultades más relevantes a la hora de realizar ese artículo científico fue la carencia de estudios similares en nuestro contexto más próximo para poder hacer comparativas. Debido a los escasos antecedentes investigativos, Intriago (21) menciona que el *anime* merece que se le trate como un elemento cultural importante, y, por consiguiente, que la comunidad académica, y en particular la psicología, se introduzca en su estudio, ya que el *anime* posee una gran influencia en el relacionamiento de los más jóvenes. Afirmando lo anterior, el *anime* se podría ver como una expresión artística y psicológica en el que los aficionados a este género audiovisual se pueden identificar de manera plena con los distintos personajes y avatares de este tipo de productos de ficción (Parada 161).

Ochoa (7) realizó una investigación que se centró en identificar los rasgos de personalidad y las habilidades sociales en 50 sujetos pertenecientes a la cultura *otaku* en Ecuador. Su análisis de datos presentó que el rasgo de personalidad que predominaba era el de inestabilidad emocional o distorsión, al igual que el menos frecuente fue el de amabilidad, y en cuanto a las habilidades sociales, los sujetos presentaron pocas habilidades para lidiar situaciones estresantes. Unas puntuaciones que no concuerdan con nuestro estudio ya que nuestra muestra tuvo puntuaciones bajas en neuroticismo y aunque los sujetos siempre tendían a la introversión, siempre los valores oscilaban en un rango que se consideraba normal.

Un punto de vista diferente lo plantearon Reysen et al. (42). En su trabajo examinaron los estereotipos que las personas que no se consideraban fans de la animación japonesa tenían hacia los *otaku*. Sus resultados arrojaron que este colectivo fue percibido como un grupo de sujetos introvertidos, creativos y socialmente torpes que se separan de la realidad y escapan de la vida a través del consumo de *anime*, *manga* y juegos de ordenador. Una visión que se asemejaría más con nuestras hipótesis de investigación iniciales que con las puntuaciones obtenidas en el EPI. Al respecto del específico campo de la creatividad comentado por los anteriores autores (que ellos asociarían a la introversión), para otros autores esto no sería tan evidente al no encontrarse diferencias significativas entre los introvertidos y los extrovertidos en este campo específico. Un ejemplo de esto es el estudio de Sánchez (129), el cual determinó

---

que no había diferencias significativas entre estos dos grupos, sin embargo, los extrovertidos puntuaron de manera significativamente más elevada en fluidez imaginativa verbal se trataba.

Respecto la sinceridad de las respuestas obtenidas, a pesar de no haber obtenido la veracidad deseada en los datos proporcionados por nuestros participantes, los autores del presente documento consideramos este análisis como una genuina fortaleza que diferencia nuestro estudio de otros similares. A diferencia de otras investigaciones de esta misma temática, este informe plantea la posibilidad real de la existencia de sesgos personales, producto de la influencia social, que puede influir en el autoconcepto de las personas que consumen *anime*. Por esta razón, sería fundamental profundizar estudios relacionados con el *anime* por medio de investigaciones de alcance experimental que vinculen el ámbito psicológico y el comunicacional.

En conclusión, este artículo resalta la importancia y la necesidad de investigaciones más profundas y contextualizadas sobre la influencia del *anime* en la psicología y en la dinámica social, especialmente entre los jóvenes. A pesar de las limitaciones en términos de comparativas debido a la escasez de estudios previos, esta investigación aporta *insights* valiosos sobre la personalidad y las habilidades sociales de la comunidad *otaku*, desafiando ciertos estereotipos y resaltando la diversidad de perfiles dentro de este grupo. Es notable la discrepancia entre los estereotipos comunes y las puntuaciones obtenidas en aspectos como la neuroticismo y la introversión, sugiriendo una complejidad mayor en el perfil psicológico de los aficionados al *anime*. Además, la posibilidad de sesgos personales en las respuestas de los participantes abre nuevas vías de investigación, especialmente en lo que respecta a la autopercepción y al impacto del consumo de *anime*. Este estudio subraya la importancia de abordar el fenómeno del *anime* no sólo como una expresión artística, sino también como un elemento significativo en la configuración del comportamiento y la identidad social, lo cual merece una exploración más detallada en futuras investigaciones interdisciplinarias.

---

## Referencias

- Arias, Francisco, et al. "Consumo de anime en la población universitaria de Cartagena". *Revista Luciérnaga Comunicación*, 12(23), 2020, pp. 69-87. <https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/article/view/1823>
- Bogarín, Mario. "Kawaii. Apropiación de objeto en el fanático del manga y el anime". *Culturales*, 7(13), 2011, pp. 63-84. <https://www.scielo.org.mx/pdf/cultural/v7n13/v7n13a4.pdf>
- Cano, Antonio, et al. "Aspectos cognitivos, emocionales genéticos y diferenciales de la timidez". *Revista Electrónica de Motivación y emoción*, 3(4), 2006. <http://reme.uji.es/articulos/acanooa5610802100/texto.html>
- Cloninger, Susan. *Teorías de la personalidad*. México: Prentice Hall, 2003.
- Cobos, Tania. "Animación japonesa y globalización: la latinización y la subcultura otaku en América Latina". *Razón y Palabra*, 72, 2010. [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N72/Varia\\_72/32\\_Cobos\\_72.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N72/Varia_72/32_Cobos_72.pdf)
- De la Calle, Mario y Muñoz, María José. "Hikikomori: el síndrome de aislamiento social juvenil". *Revista de la Asociación Española de Neuropsiquiatría*, 38(133), 2018, pp. 115-129.
- Eysenck, Hans y Eysenck, Michael. *Personalidad y diferencias individuales*. Madrid: Pirámide, 1987.
- Eysenck, Hans y Eysenck, Sybil. *Eysenck Personality Inventory*. Londres: University of London Press, 1964.
- Feist, Gregory, et al. *Teorías de la personalidad*. Ciudad de México: McGraw-Hill, 2014.
- Frey, Nancy y Fisher, Douglas. "Using graphic novels, anime, and the internet in an urban high school". *The English Journal*, 93(3), 2004, pp. 19-25. <https://eric.ed.gov/?id=EJ716830>
- Furlong, Andy. "The Japanese hikikomori phenomenon: Acute social withdrawal among young people". *The Sociological Review*, 56(2), 2008, pp. 309-325. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.2008.00790.x>
- García, Roberto y García, Dassaev. "Manifestaciones de la cultura popular de Japón en México". *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad*, 3(5), 2013. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=499051554005>
- Horno, Antonio. "Controversia sobre el origen del anime. Una nueva perspectiva sobre el primer dibujo animado japonés". *Con A De Animación*, 2, 2012. <https://doi.org/10.4995/caa.2012.1055>
- Horno, Antonio. "La era digital del anime japonés". *Historia y Comunicación Social*, 18, 2013, pp. 687-698. [https://doi.org/10.5209/rev\\_HICS.2013.v18.43999](https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2013.v18.43999)
- Horno, Antonio. Animación japonesa, Análisis de series de anime actuales. (tesis doctoral). Universidad de Granada, España. 2013. <https://digibug.ugr.es/handle/10481/34010>
- Jiménez, Martha, et al. *Validación y normalización del cuestionario EPI con una muestra piloto de adolescentes escolarizados de la ciudad de Bogotá*. (tesis). Universidad de La Sabana, Colombia. 2012. <https://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/4437/131097.pdf?sequence=1>
- Inglés, Cándido, et al. "Dificultades interpersonales en la adolescencia: ¿factor de riesgo de fobia

- social?" *Revista de Psicopatología y Psicología Clínica*, 6(2), 2001, pp. 91-104. <https://www.aepcp.net/book/dificultades-interpersonales-en-la-adolescencia-factor-de-riesgo-de-fobia-social-interpersonal-difficulties-in-adolescence-a-risk-factor-for-social-phobia/>
- Intriago, Dialmar. *Análisis de la influencia cultural del anime japonés en la recepción comunicológica de estudiantes de primer a tercer semestre de Diseño Gráfico de la Universidad de Guayaquil*. (tesis). Universidad de Guayaquil, Ecuador, 2017. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/20941>
- Lamerichs, Nicolle. "Stranger than fiction: Fan identity in cosplay". *Transformative Works and Cultures*, 7(3), 2011, pp. 56-72. <https://doi.org/10.3983/twc.2011.0246>
- Montaño, Merfi, et al. "Teorías de la personalidad. Un análisis histórico del concepto y su medición". *Psychologia. Avances de la disciplina*, 3(2), 2009, pp. 81-107. <https://www.redalyc.org/pdf/2972/297225531007.pdf>
- Newitz, Annalee. "Anime Otaku: Japanese Animation Fans Outside Japan". *Bad Subjects*, 13(11), 1994, pp. 1-14. <http://www1.udel.edu/Historyold/figal/Hist372/Materials/animeotaku.pdf>
- Ochoa, Christian. *Rasgos de personalidad y habilidades sociales en individuos pertenecientes a la subcultura otaku*. (tesis). Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. 2017. <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/24990>
- Ortiz, Miguel y Rodríguez, Iván. "Los productos de animación japoneses como expresión de un modelo de negocio: El caso de la producción anime". *Comunicación y Hombre*, (8), 2012, pp. 41-155. <http://ddfv.ufv.es/handle/10641/895>
- Parada, David. "Manga-anime: Una expresión artística que subjetiva al otaku". *Tesis psicológica: Revista de la Facultad de Psicología*, 7(1), 2012, pp. 160-175. <https://www.redalyc.org/pdf/1390/139025258007.pdf>
- Pérez, Rolando. "Globalización cultural e investigación intercultural en psicología social: apuntes para la problematización de un vínculo ignorado". *Revista de Ciencias Sociales*, 8(1), 2003, pp. 165-178. <https://www.redalyc.org/pdf/153/15310014.pdf>
- Reysen, Stephen, et al. "An Examination of Anime Fan Stereotypes". *The Phoenix Papers*, 2(2), 2016, pp. 90-117. <https://fansconference.org/dRuZ33A/wp-content/uploads/2016/04/An-Examination-of-Anime-Fan-Stereotypes.pdf>
- Reysen, Stephen, et al. "Pale and geeky: Prevailing stereotypes of anime fans". *The Phoenix Papers*, 2(1), 2016, pp. 78-103. <https://fansconference.org/dRuZ33A/wp-content/uploads/2016/04/Anime-StereotypesR1.pdf>
- Robles, Manuel. *Antología del Studio Ghibli N° 1: de Nausicaa a Mononoke (1984-1997)*. Palma de Mallorca: Dolmen Editorial. 2010.
- Romero, Josué. *Influencia cultural del anime y manga japonés en México*. (tesis). Universidad Autónoma del Estado de México, México. 2012. <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/214>
- Sánchez, Esteban. "Imaginación creativa y personalidad: estudio experimental sobre las relaciones de la creatividad y la introversión-extraversión". *Revista complutense de educación*, 1(1), 1990, pp. 121-138. <https://revistas.ucm.es/index.php/RCED/article/view/>

[RCED9090130121A](#)

Vidal, Luis. *El anime como elemento de transculturización: caso Naruto*. (tesis). Universidad César Vallejo, Perú. 2010. <http://cinelatinoamericano.org/biblioteca/fondo.aspx?cod=9564>

Wallace, Arturo. “Estrato 1, estrato 6: cómo los colombianos hablan de sí mismos divididos en clases sociales”. BBC Mundo, 2014. [https://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/09/140919\\_colombia\\_fooc\\_estratos\\_aw](https://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/09/140919_colombia_fooc_estratos_aw)