

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

Escuela Profesional de Psicología



Una Institución Adventista

Creación y validación de una Escala de Fanatismo en seguidores del género musical K-pop

Trabajo de Investigación para obtener el Grado Académico de Bachiller en Psicología

Autor:

Gina Alexandra Alvarez Alava

Grecia Karina Guevara Meza

Andrea Milagros Saldaña Castillo

Asesor:

Psic. Joel Palomino Ccasa

Tarapoto, setiembre de 2021

DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Joel Palomino Ccasa, de la Facultad de Ciencias de la Salud, Escuela Profesional de Psicología, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: **“Creación y validación de una Escala de Fanatismo en seguidores del género musical K-pop”** constituye la memoria que presenta las estudiantes Gina Alexandra Alvarez Alava, Grecia Karina Guevara Meza, Andrea Milagros Saldaña Castillo para obtener el Grado Académico de Bachiller en Psicología, cuyo trabajo de investigación ha sido realizado en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente declaración en la ciudad de Tarapoto, a los 30 días del mes de septiembre del año 2021.



Psic. Joel Palomino Ccasa

PRUEBA DE SUMISIÓN

Revista de Avances en Psicología Latinoamericana (APL)

ISSN: 1794-4724

Fecha de Sumisión: 01/09/2021

The screenshot shows a web interface for the journal 'Avances en Psicología Latinoamericana'. The top navigation bar includes the journal title, a 'Tareas' (Tasks) section with a '0' notification, and user options for 'Español', 'Ver el sitio', and 'ginaalvarez'. The left sidebar features the 'Universidad del Rosario' logo and the word 'Envíos'. The main content area is titled 'Envíos' and has two tabs: 'Mi lista' (with a '1' notification) and 'Archivos'. A 'Ayuda' (Help) button is located in the top right of the main area. Below the tabs is a section titled 'Mis envíos asignados' (My assigned submissions), which includes a search bar with the text 'Buscar' and a 'Nuevo envío' (New submission) button. A single submission is listed with the ID '11020', the author 'Alvarez Alava', and the title 'la Creación y validación de una Escala de Fanatismo en seguidores del género musical K-pop'. To the right of the title, there is a red 'Envío' (Submission) button and a speech bubble icon with the number '1'. A dropdown arrow is visible on the far right of the submission row. At the bottom center of the page, it says 'Platform & workflow by OJS / PKP'.

Creación y validación de una Escala de Fanatismo en seguidores del género musical K-pop

Creation and validation of a Fanaticism Scale in followers of the K-pop musical genre

Criação e validação de uma escala de fanatismo em seguidores do gênero musical K- pop

Gina Alexandra Alvarez Alava
Grecia Karina Guevara Meza
Andrea Milagros Saldaña Castillo
Universidad Peruana Unión

Joel Palomino Ccasa
Universidad Mayor de San Marcos

Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo la creación y validación de una escala que mida el nivel de fanatismo en seguidores del género musical K-pop. La muestra fue no probabilística bola de nieve conformada por 301 adolescentes entre 13 y 21 años de ambos sexos. Su validez de contenido se obtuvo a través de V de Aiken donde los criterios presentaron valores mayores de .80; Para el análisis descriptivo de los ítems se tuvo en cuenta a la desviación estándar, curtosis, asimetría e índice de homogeneidad corregida;

El análisis factorial exploratorio evidenció que el instrumento cuenta con dos factores, además de tener el KMO de .93 y una significancia de ($p=0.000$) en la prueba de Bartlett; La validez convergente indico una relación significativa; Y la confiabilidad de las dimensiones apasionamiento e idolatría obtuvieron un coeficiente de alfa favorable. La escala final quedo compuesta de 20 ítems. Los resultados mostraron que la escala cuenta con las características psicométricas adecuadas.

Dirigir correspondencia a Gina Alexandra, Alvarez- Alava. Dirección: Jr. José Gálvez 397, Morales- San Martín. C.P.22201.
Teléfono:51 935110271. Correo electrónico: ginaalvarez@upeu.edu.pe. Los autores declaran no tener conflicto de interés.

Sin embargo, es necesario seguir investigando y realizando nuevos estudios que complementen a los conocimientos que existen sobre el tema.

Palabras clave: Fanatismos, Apasionamiento, Idolatría, Hallyu, K-pop.

Abstract

The present study aimed to create and validate a scale that measures the level of fanaticism in followers of the K-pop musical genre. The sample was non-probabilistic snowball conformed by 301 adolescents between 13 and 21 years of both genders. Its content validity was obtained through Aiken's V where the criteria presented values greater than .80; For the descriptive analysis of the items, the standard deviation, kurtosis, asymmetry and corrected homogeneity index were taken into account; The exploratory factor analysis showed that the instrument has two factors, in addition to having a KMO of .93 and a significance of ($p = 0.000$) in the Bartlett test; Convergent validity indicated a significant relationship; And the reliability of

the dimensions passion and idolatry obtained a favorable alpha coefficient. The final scale was made up of 20 items. The results showed that the scale has the appropriate psychometric characteristics. However, it is necessary to continue researching and conducting new studies that complement the knowledge that exists on the subject.

Keywords: Fanaticism, Passion, Idolatry, Hallyu, K-pop.

Resumo

O presente estudo teve como objetivo a criação e validação de uma escala que mida ao nível de fanatismo em seguidores do género musical K-pop. La muestra fue no probabilística bola de nieve conformada por 301 adolescentes entre 13 e 21 anos de ambos os sexos. Su validez de conteúdo se obtido a través de V de Aiken donde los criterios presentaron valores mayores de 0,80; Para a análise descritiva de los ítems se tuvo en cuenta a la desviación estándar, curtosis, asimetría e índice de

homogeneidad corregida; A análisis

fatorial exploratorio

evidenció que el instrumento cuenta con dos factores, además de tener el KMO de 0,93 y una significancia de ($p = 0,000$) en la prueba de Bartlett; La validez convergente indicó una relación expresiva; Y la confiabilidad de las dimensiones apasionamiento e idolatría obtuvieron un coeficiente de alfa favorable. La escala final quedó compuesta de 20 ítems. Los resultados mostraron que la escala cuenta con las características psicométricas adecuadas. No obstante, es necesario seguir investigando e realizando nuevos estudios que complementen los conceptos que existen sobre el tema.

Palabras clave: Fanatismos, Apasionamiento, Idolatría, Hallyu, K-pop.

En la actualidad encontramos a personas que pertenecen a diferentes subculturas, estos basan su estilo de vida en seguir a equipos de fútbol, religiones, géneros musicales, entre otros (Mayorga, 2019). Son conocidos como fanáticos y están enlazados a procesos culturales

como, la educación, el contexto familiar y social, la comunicación de masas y el liderazgo (Jácome, Martínez y Martínez, 2017).

El fanatismo es un fenómeno social que abarca prácticas, consumismos, estilos de vida y sentimientos desarrollados de manera apasionada y obsesiva; estas personas se organizan en función a un seguimiento habitual, apoyan y defienden con pasión aquello que les gusta y se surten de argumentaciones racionales para justificar sus actitudes (Tania, 2019).

Asimismo, se define al fanatismo como la construcción cognitiva, emotiva y conductual acerca de algo, sea esta una idea, teoría, actividad o un objetivo (Mingolla, 2018).

Por su parte el K-pop es un género musical proveniente de Corea del Sur, es la abreviación de Korean pop o Korean popular music (García y Yuli, 2016). Actualmente el K-pop se ha vuelto muy popular entre los

adolescentes y jóvenes de todo el mundo ya que posee un contenido de poca morbosidad a comparación del producto musical y entretenimiento estadounidense, además de los géneros que están de moda como el reggaetón (Flores, 2013).

El internet y las redes sociales son las principales herramientas con las que se realizan las actividades para los fanáticos, siendo la industria del K-pop quien más se beneficiado ya que lo usan como un elemento básico para el marketing global y comunicación entre artistas y fanáticos (Castillo y Almansa, 2020).

El Servicio de Cultura e Información de Corea (KOCIS, 2015) menciona que hasta finales del año 2015 se contabilizaban 987 clubes de fans en 78 países del mundo, siendo un total de 9 millones de miembros afiliados. En Asia y Oceanía se registraron 234 clubs, con 6,8 millones de miembros; el Continente Americano tenía registrados 464 clubs con 1,25 millones de miembros; en Europa eran

213 clubs, con 1,17 millones de miembros; en África y en Medio Oriente eran 76 clubs con 60 mil miembros; todos estos grupos de fans son seguidores del género K-pop, aunque también hay entusiastas por los programas televisivos, la gastronomía y el turismo.

Kwak (2019) de The Korea Times informó que actualmente existen 1850 club de fans del K-pop en 113 países en el mundo, la mayoría de estos pertenecientes a Asia y Oceanía que tiene 457 clubes de 70.59 millones de fans afiliados, seguido de la Región Americana con 712 clubes de 11.8 millones de fans, Europa con 534 clubes de 6.57 millones de fans, y al final se encuentran África y el Medio Este con 140 clubes de 230 mil fans; Cuando se habla de países, fue Japón quien triplicó su número de fans, y con esto se pronostica que la cifras en el mundo podría alcanzar los 100 millones de fans afiliados para el 2020. Maldonado y Herrera (2015) mencionan tres países

latinoamericanos con más fans del

K-pop:

Perú con 22,6%, Colombia con 20,3% y México con el 18,3%. En Ecuador Arana et al. (2017) realizó una encuesta en donde se menciona que el 72% de los fans del k-pop están entre los 18 a 25 años, el 18% son adolescentes entre los 12 y 17 años, el 9% es entre los 25 a 35 años, mientras el 1% son mayores de 35 años.

Sobre el consumo del K-Pop se mostró que el 56,5% de fans iniciaron en la secundaria por iniciativa propia, el 35,7% iniciaron a través de amigos cercanos y quienes a su vez fueron la principal fuente de información y el 32,3% a través de las redes sociales, demostrando así la importancia de pertenecer a un clubs de fans (Uyuni y Calle,

2017).

Por lo tanto, autores como Alqmase,

Al-Muhtaseb y Rabaan (2021) entienden al fanatismo como una forma de evasión del

libertad, que se experimenta como soledad, dependencia emocional, trampolín para la adopción de ideas externas y ansiedad producida por la incertidumbre de vivir, lo que empuja a abrazar la verdad absoluta implantada en un fanático.

La persona fanática absorbe ideas, que son retroalimentadas y compartidas por el grupo del cual se rodea, el pertenecer a estos círculos juveniles requiere de altas posibilidades económicas para adquirir suvenires (discos, posters, vídeos), además de destreza y compromisos al momento de recrear el estilo coreano (Vallejos, 2020). Se preocupan por estar delgados, tener la piel perfecta y clara para parecerse a sus artistas.

Además, pierden la noción del tiempo en las distintas plataformas de internet tratando de

crecimiento personal, un fracaso del desarrollo y la autorrealización (en términos de Maslow), alegando que son el miedo a la

alcanzar metas para satisfacer las necesidades planteadas por ellos mismos, generando que su nivel educativo y social decaiga. Esta no se contrasta con la realidad y se mantiene a través del tiempo, dando una idealización del

pasado y evitando hacer una construcción del presente (Mayorga, 2019). Fibrianto et al. (2020) mencionan que las personas fanáticas del género musical K-pop son capaces de priorizar sus necesidades para realizar actividades que los hagan sentir más cerca de sus artistas, además que buscan la similitud ante estos, para así intentar formar parte de un mundo “privilegiado” inexistente, generando actitudes irracionales y exageración desmedida referente a las condiciones individuales. Por lo cual se define el Fanatismo al K-pop como la afición intensa, exagerada y desmedida hacia el género musical del Corea del Sur, donde los fans buscan alcanzar metas para demostrar su amor incondicional a sus artistas y tener similitudes que los hagan formar parte de su mundo, además de evitar el crecimiento personal.

Viendo la realidad surge el deseo de contar con instrumentos válidos y confiables que estén acorde a nuestra realidad y

adaptándose a las nuevas subculturas que están presentes en la sociedad, además que busquen explicar los factores principales que aquejan a estos, como también la ayuda necesaria para que se busque la autorrealización

Actualmente no existen instrumentos que midan el fanatismo en el ámbito de la música. Pero se ha encontrado algunos instrumentos que miden el fanatismo religioso, que según autores como Reyes, Rivera y Ramos (2014); Rodríguez, (2018) mencionan que el fanatismo religioso es el más antiguo que existente en el mundo.

Uno de estos instrumentos fue la Escala de fanatismo religioso creada y validada por Rodríguez (2018) en Puerto Rico, con el objetivo de identificar cuán fanática puede ser una persona en términos de seguir a un líder religioso; está compuesto por 14 ítems y dividido en 3 dimensiones las cuales son: Líder perfecto e incuestionable, que el líder no se equivoca y

que siempre tiene que ser obedecido. Consta de un formato de respuesta de tipo likert de 4 puntos; que va de totalmente de acuerdo a totalmente en desacuerdo. El instrumento demostró una adecuada consistencia interna. El coeficiente de

confiabilidad fue de .79, 0,91.

además encontraron relaciones

inversas

estadísticamente

significativas entre educación completada ($\rho = -0.310$, $p < .005$) e ingreso ($\rho = -0.300$, $p < .009$).

Por otro lado también se encontró la Escala de Identificación del Fanático con el Equipo (EITT) creada y validada por Wachelke (2008) en Brasil, con el objetivo de capturar en mayor detalle el fanatismo de los aficionados. Está compuesto por 11 ítems y dividido en 5 dimensiones, los cuales son: Siento que gané cuando el equipo gana, normalmente conozco la campaña del equipo, Me gusta el drama de un partido de fútbol decisivo, Sabor de la belleza

cambio de aire de lo que suelo hacer.

Consta de un formato de respuesta de tipo likert que van de totalmente en desacuerdo a totalmente de acuerdo. Los resultados mostraron que el instrumento tuvo una validez y confiabilidad aceptable ya que el coeficiente de alfa fue de

Como se ha podido evidenciar no

inherente al fútbol y los juegos de fútbol son buenos

existen instrumentos que se enfocan en evaluar el fanatismo; sea en la política, el deporte o el en la religión. Al hablar de K- pop, este género musical que ha tomado fuerza internacionalmente estos últimos años, hace que las acciones, pensamientos y comportamientos de sus fans sean poco conocidas e investigadas. En el Perú no se ha construido ninguna escala de este tipo, además de las mencionadas anteriormente, ninguna ha sido utilizada y validada. Por lo cual creemos que un punto en contra es la falta de interés.

Así que es necesario la construcción de este instrumento, ya que con la

globalización y la aparición de nuevas tendencias que lideren el mercado; entre ellas las surcoreanas, tiene como representante a su industria musical “K-pop” que ha logrado un gran crecimiento, ganando seguidores en tiempo récord y convirtiéndose en una subcultura en donde los fans han trascendido las barreras del idioma y la cultura para a seguir apoyando a sus artistas (Jang y Song, 2017).

Objetivos

1. Establecer la validez de contenido de la Escala de Fanatismo en el K-pop.
2. Determinar una adecuada discriminación del análisis descriptivo de los ítems de la escala de Fanatismo en el K-pop.
3. Establecer la validez de la estructura interna a través del análisis factorial exploratorio de la Escala de Fanatismo en el K-pop.
4. Demostrar la validez convergente de la Escala de Fanatismo en el K-pop.

5. Determinar la confiabilidad de los ítems de la Escala de Fanatismo en el K-pop.

Mét

odo

Participantes

Para este estudio se trabajó con una muestra de 301 adolescentes entre los 13 y 21 años de ambos sexos, que residan en Perú y sean fanáticos del K-pop. Esta investigación fue de tipo no probabilística bola de nieve porque se seleccionó la muestra siguiendo determinados criterios, localizando a los individuos hasta conseguir una muestra suficiente.

En la tabla 1 se presentan los datos demográficos de los participantes. Del total de ellos fueron los de 19 años los que tuvieron una mínima cantidad de participantes con un 6.3% y los que tuvieron mayor participación fueron los de 21 años con 16.6%. Asimismo, fue el género femenino quien tuvo mayor participación con un 63.8%, seguido del género masculino con 36.2%.

Tabla 1

Estadísticos descriptivos de las variables demográficas de los 301 fanáticos

	Datos demográficos	f	%
Edades	13 años	37	12.3
	14 años	42	14.0
	15 años	30	10.0
	16 años	45	15.0
	17 años	34	11.3
	18 años	21	7.0
	19 años	19	6.3
	20 años	23	7.6
	21 años	50	16.6
Género	Femenino	192	63.8
	Masculino	109	36.2

impulsivas tiene 9 ítems con cuatro indicadores que son: Impresión ante los diferentes sucesos, reacción ante acontecimientos que involucran a tus artistas, reuniones sociales y compras excesivas. Presenta una escala de respuesta de tipo likert de cinco alternativas que van desde nunca hasta siempre. Esta puede ser administrada de forma grupal o individual y su objetivo es evaluar el comportamiento fanático del k- pop. Para su validez de contenido la prueba

tuvo que pasar por 5 expertos entre los que destacan psicólogos y

La escala está conformada por 31 ítems en tres dimensiones. El primero es apasionamiento con 11 ítems divididos en cuatro indicadores que son: Dedicación constante, apoyo desmedido, alcanzar objetivos y establecer una visión; luego idolatría con 11 ítems y tres indicadores que son: Respuestas ante actividades hechas por los artistas, priorizar gustos y estándares de belleza; Por último la dimensión reacciones

comunicadores, ellos

presentaron sus observaciones y correcciones específicas en cuanto a las palabras usadas en la prueba. Después se empleó la V de Aiken en donde los criterios presentaban valores mayores de 0.80 indicando que existe una aprobación en relación al constructo, además de que el orden es adecuado y las palabras que se usan son las correctas para la población elegida.

Escala de Adicción a Internet en adolescentes de Lima (EAIL)

Para la validez de correlación se empleó la Escala de Adicción al Internet de Lima (EAIL) de Lam et al. (2009), el cual fue aplicado en una población de adolescentes entre 11 y 18 años de ambos sexos. La escala está conformada por 11 ítems, los cuales se dividen en dos dimensiones la primero de 8 ítems que evalúa las características sintomatológicas como la saliencia, tolerancia, abstinencia, falta en el control y recaída; la segunda dimensión con los 3 ítems restantes evalúa la disfuncionalidad que son los problemas académicos, familiares e interpersonales. Sus respuestas son de tipo likert de 4 opciones: muy rara vez (1), rara vez (2), a menudo (3), siempre (4). Esta puede ser administrada de forma grupal o individual y su objetivo es generar un perfil de características de la persona adicta. Adicionalmente el instrumento ha evidenciado propiedades psicométricas

satisfactorias ya que presentó un coeficiente de alfa de 0,84 con valores de correlación ítem-total de 0,45 hasta 0,59. El análisis dimensional mostró una estructura de dos dimensiones que explicaba el 50,7 % de la varianza total. La prueba de esfericidad de Bartlett arrojó un estadístico de 807,26 con un $p < 0,0001$. La medida de adecuación muestral KMO fue de 0,851.

En este proceso se pasaron los datos de ambos instrumentos a la plataforma de Google Forms. Para cumplir con el muestreo por bola de nieve donde fue distribuido el link del cuestionario en los diferentes grupos que se encuentran en las distintas redes sociales (Facebook, Whatsapp, telegram, discord, instagram, etc). Al finalizar el formulario se les pidieron a los participantes que compartan con sus amigos para así poder lograr el objetivo de la cantidad de la muestra.

Así mismo para determinar las propiedades psicométricas del

instrumento

de fanatismo, se empleó la prueba V de Aiken, verificando la validez y consistencia del constructo. Luego, se realizó el análisis factorial exploratorio en donde se corroboró la medición de la escala global y sus dimensiones, para luego correlacionar las variables mediante la aplicación de las siguientes pruebas: la prueba de KMO, la prueba de esfericidad de Bartlett, el coeficiente de alfa y la validez convergente.

Técnicas Estadísticas para el Procesamiento de la Información

La plataforma Google Forms nos proporcionó una base de datos en el programa Microsoft Excel 2016, en donde se recodificaron las variables y así se dio inicio al proceso estadístico. Cuando ya tuvimos la base de datos corregida, se exportaron al programa SPSS Statistics 26 para la realización de los análisis estadísticos de los ítems, donde se sacaron la distribución de la media, la desviación estándar, curtosis, asimetría, índice de homogeneidad corregida y comunalidades. Después los resultados

obtenidos fueron llevados al programa de RStudio para el análisis factorial, donde se sacó el análisis de recursos de correlaciones policóricas con la estimación de mínimos cuadrados no ponderados y una rotación de Promax porque las dimensiones son correlacionadas. Finalmente regresaron al programa SPSS Statistics 26 para la confiabilidad fue utilizando el constructo de Alpha, y para la validez convergente se utilizó una correlación de Spearman.

Aspectos Éticos

Para esta investigación, el instrumento pasó por una revisión utilizando el método de juicio de expertos donde participaron 5 jueces, quienes evaluaron cada ítem con base en la claridad, congruencia, contenido y contexto, además de la definición conceptual del constructo. Para la aplicación de la muestra, los sujetos que participaron lo hicieron de forma voluntaria aceptando el consentimiento informado antes de

llenar el formulario.

Respecto a sus respuestas estas fueron tratadas de forma anónima y responsable por los investigadores.

Instrumentos

Escala de fanatismo en el K-pop (EFK- pop)

La escala está conformada por 31 ítems en tres dimensiones. El primero es apasionamiento con 11 ítems divididos en cuatro indicadores que son: Dedicación constante, apoyo desmedido, alcanzar objetivos y establecer una visión; luego idolatría con 11 ítems y tres indicadores que son: Respuestas ante actividades hechas por los artistas, priorizar gustos y estándares de belleza; Por último la dimensión reacciones impulsivas tiene 9 ítems con cuatro indicadores que son: Impresión ante los diferentes sucesos, reacción ante acontecimientos que involucren a tus artistas, reuniones sociales y compras excesivas. Presenta una escala de respuesta de tipo likert de cinco alternativas que van desde nunca

hasta siempre. Esta puede ser administrada de forma grupal o individual y su objetivo es evaluar el comportamiento fanático del k-pop. Para su validez de contenido la prueba tuvo que pasar por 5 expertos entre los que destacan psicólogos y comunicadores, ellos presentaron sus observaciones y correcciones específicas en cuanto a las palabras usadas en la prueba. Después se empleó la V de Aiken en donde los criterios presentaban valores mayores de 0.80 indicando que existe una aprobación en relación al constructo, además de que el orden es adecuado y las palabras que se usan son las correctas para la población elegida.

Escala de Adicción a Internet en adolescentes de Lima (EAIL).

Para la validez de correlación se empleó la Escala de Adicción al Internet de Lima (EAIL) de Lam et al. (2009), el cual fue aplicado en una

población de

adolescentes entre 11 y 18 años de ambos sexos. La escala está conformada por 11 ítems, los cuales se dividen en dos dimensiones la primero de 8 ítems que evalúa las características sintomatológicas como la saliencia, tolerancia, abstinencia, falta en el control y recaída; la segunda dimensión con los 3 ítems restantes evalúa la disfuncionalidad que son los problemas académicos, familiares e interpersonales. Sus respuestas son de tipo likert de 4 opciones: muy rara vez (1), rara vez (2), a menudo (3), siempre (4). Esta puede ser administrada de forma grupal o individual y su objetivo es generar un perfil de características de la persona adicta. Adicionalmente el instrumento ha evidenciado propiedades psicométricas satisfactorias ya que presentó un coeficiente de alfa de 0,84 con valores de correlación ítem-total de 0,45 hasta 0,59. El análisis dimensional mostró una

estructura de dos dimensiones que explicaba el 50,7 % de la varianza total. La prueba de esfericidad de Bartlett arrojó un estadístico de 807,26 con un $p < 0,0001$. La medida de adecuación muestral KMO fue de 0,851.

En este proceso se pasaron los datos de ambos instrumentos a la plataforma de Google Forms. Para cumplir con el muestreo por bola de nieve donde fue distribuido el link del cuestionario en los diferentes grupos que se encuentran en las distintas redes sociales (Facebook, Whatsapp, telegram, discord, instagram, etc). Al finalizar el formulario se les pidieron a los participantes que compartan con sus amigos para así poder lograr el objetivo de la cantidad de la muestra.

Di

se

ñ

o

El presente estudio tiene un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental, puesto que la variable no se

manipula, de corte transversal, ya que la recolección de datos ocurre en un único momento (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Así mismo, el tipo de investigación es instrumental, debido a que se analizan las propiedades psicométricas de un instrumento de medición (Ato y Benavente, 2013).

Resultados Análisis

descriptivo de los ítems

En la tabla 1 se observa que el análisis descriptivos de los ítems en las puntuaciones obtenidas de la aplicación del instrumento, la media más baja es para el ítem 15 con un valor de (2.72) y la más alta para los ítems 17 con un puntaje de (4.35), la desviación estándar varía de .883 a 1.596, además los valores de asimetría y curtosis se ubicaron fuera del intervalo +/- 1.5 por lo cual debían ser eliminados, así que los autores analizaron cada preguntas y

concluyeron que estas aportan al constructo así que no se eliminaron.

Del mismo modo se observa que el ítem 31 tiene la media mayor, cuyo valor es

3.45 y el ítem 3 tiene la media baja con un valor de 2.7. El ítem con mayor variabilidad lo obtiene el ítem 7 (1.045).

Todos los datos tienen una distribución simétrica y mesocúrtica.

Tabla 2

Análisis descriptivo de los ítems

Ítems	M	DE	(g1)	(g2)	IHC
E1	4.25	0.953	-1.378	1.735	0.225
E3	3.55	1.181	-0.319	-0.862	0.598
E4	4.19	0.964	-1.203	1.013	0.316
E5	4.21	0.990	-1.303	1.282	0.358
E8	3.71	1.168	-0.514	-0.707	0.607
E9	3.46	1.300	-0.295	-0.996	0.675
E11	3.19	1.457	-0.183	-1.319	0.622
E13	3.09	1.478	-0.094	-1.425	0.761
E14	3.72	1.088	-0.390	-0.780	0.644
E15	2.72	1.506	0.324	-1.356	0.771
E16	3.09	1.475	-0.118	-1.363	0.692
E17	4.35	0.883	-1.466	1.920	0.325
E18	4.14	0.996	-1.174	0.962	0.349
E21	3.48	1.269	-0.412	-0.812	0.696
E22	2.92	1.580	-0.001	-1.543	0.749
E25	3.29	1.415	-0.294	-1.139	0.749
E27	3.65	1.327	-0.630	-0.796	0.571
E28	2.87	1.540	0.125	-1.478	0.783
E30	2.99	1.499	-0.007	-1.437	0.751
E31	2.80	1.596	0.157	-1.574	0.790

de matriz de patrón 8 ítems que se ubicaban en el tercer factor con un peso factorial menor a 0.30. Con dichos resultados pasamos al programa RStudio, se eliminaron 3 ítems debido a que su peso factorial era menor que 0.30.

La adecuación de la matriz para realizar EFK-pop fue testada mediante el test Kaiser-Meyer Olkin (KMO) donde se

obtuvo un coeficiente de (0.93) con relación a la muestra; esto indica que es posible factorizar las variables originales, en este caso la variable fanatismo, de forma

eficiente. Así mismo, la prueba de Bartlett arrojó un estadístico de 4767.113 y presenta una significancia ($p= 0.000$), contrastando si la matriz de correlaciones es una matriz de identidad, en este caso, no lo es, lo cual indica un modelo factorial adecuado, sugiriendo así su no homogeneidad y al mismo tiempo permitiendo la exploración y rotación de los datos analizados.

Análisis factorial exploratorio

El análisis descriptivo de los ítems para cada dimensión y para la prueba completa reveló que 20 ítems eran aceptables de los 31 ítems planteados inicialmente, es decir, se eliminaron 11 ítems en total, ya que se encontró en la tabla

Tabla 4

Reporte de validez

	rho	p
Fanatismo en el K-pop	.723 **	0.0 00
Adicción a Internet	1.00 0	0.0 00

Tabla 3

Análisis factorial exploratorio

	Factor	
	1	2
Ítem 1		0.815
Ítem 3	0.39	0.385
Ítem 4		0.76
Ítem 5		0.791
Ítem 8	0.484	
Ítem 9	0.693	
Ítem 11	0.807	
Ítem 13	0.840	
Ítem 14	0.522	
Ítem 15	0.845	
Ítem 16	0.726	
Ítem 17		0.683
Ítem 18		0.705
Ítem 21	0.720	
Ítem 22	0.929	
Ítem 25	0.839	
Ítem 27	0.431	0.333
Ítem 28	0.974	
Ítem 30	0.954	
Ítem 31	0.959	

Análisis de fiabilidad

La fiabilidad fue analizada en términos de consistencia interna usando el cociente de alfa. Los datos indican que los coeficientes de fiabilidad fueron aceptables y superiores

Validez convergente

En la tabla 3, el coeficiente de correlación rho de Spearman indica que existe una relación directa y significativa entre fanatismo en el K-pop y Adicción a Internet ($r=.723$, $p=0.00$) ($r=1.00$, $p=0.00$). Por lo cual Podemos confirmar que el instrumento es válido.

a 0.70, (revisar Tabla 4) siendo el coeficiente de alfa para la dimensión apasionamiento

que obtuvo un puntaje de 0.852 respectivamente. Seguido de la dimensión idolatría que obtuvo 0.898 respectivamente. Este resultado es favorable porque confirma lo planteado por Fisher (1950) en el IC Alfa, ya que los intervalos para ser confiables tienen que tener un límite inferior mayor o igual a 0.70.

Tabla 5

Reporte de fiabilidad

	Alpha
Apasionamiento	.852
Idolatría	.898

Discusión

El objetivo de este estudio fue la construcción y validación de un instrumento capaz de detectar los comportamientos y actitudes de los fanáticos del K-pop. Según el conocimiento de las autoras, este es el primer instrumento desarrollado para medir fanatismo al K-pop en Perú. Además, su creación permitirá un análisis más amplio sobre las subculturas que viene atrayendo a seguidores fieles que se identifican por trabajar de manera organizada para apoyar a sus ídolos (Bilgiç et

En el análisis de validez de contenido se empleó la prueba V de Aiken, donde la mayoría de los criterios presentaron valores mayores o iguales de 0.8 indicando que existe consenso en relación con el constructo

al., 2020). La revisión de la Literatura permitió que se identificara al apasionamiento y la idolatría como términos propios de un papel fanático en los comportamientos adolescentes (Tania, 2019).

(Aiken, 1985).

Se realizó una verificación de los ítems, analizando la media, la desviación estándar, la asimetría, curtosis e índice de homogeneidad que fue aplicado a la versión final de la escala EFK-pop de 20 ítems, consiguiendo así resultados dentro de los rasgos esperados.

Los resultados obtenidos para la escala de Fanatismo en el K-pop en una población adolescente, mostró una mejor estructura agrupando los ítems en dos factores. Es importante resaltar que la construcción de la prueba se realizó con análisis de mínimos cuadrados no ponderados y matriz de correlaciones policóricas (Hoffmann, Stover y Liporace, 2013).

En la primera etapa se eliminaron 8 ítems en el programa SPSS 26 teniendo en cuenta la carga factorial, ya que el puntaje de sus coeficientes no era el adecuado. En la segunda etapa se eliminaron 3 ítems en el programa RStudio, pues también tenían el mismo problema. Finalmente se realiza el descarte de un total de 11 ítems, quedando en una segunda versión de la escala con un total de 20 ítems.

En relación con el análisis descriptivo de los ítems se puede concluir que los datos tienen una distribución simétrica y distribución mesocúrtica. En lo que se refiere al análisis exploratorio, la prueba de Bartlett presenta una significancia ($p= 0.000$) indicando un modelo factorial permitiendo la exploración y rotación de los datos.

Sobre la validez de convergente se confirmó que el instrumento es válido, ya que existe una relación directa y altamente

significativa con la correlación de los instrumentos. Para sacar la fiabilidad adecuada de la matriz se hizo uso de la prueba de Kaiser-Meyer-Okin – KMO, acreditando la adecuación de los datos al análisis factorial, considerándose "suficiente" cuando el resultado de la medida de KMO obtenga valores mayores a 0.8. En el caso de la Escala EFK-pop se obtuvo un resultado de .93, acreditando así la adecuación de la matriz propuesta y dando luz verde para el análisis factorial. Con respecto al análisis de fiabilidad, se hizo uso del cociente de alfa obteniendo un puntaje de .852 en la primera dimensión y .898 en la segunda dimensión, considerando válido y confiable al instrumento (Streiner, 2003).

Conclusiones

1. La escala de Fanatismo en el K-pop (EFK-pop) cuenta con una validez de contenido.

2. La escala de Fanatismo en el K-pop (EFK-pop) cuenta con una adecuada discriminación del análisis descriptivo de los ítems.
3. La escala de Fanatismo en el K-pop (EFK-pop) cuenta con una buena validez de la estructura realizada a través del análisis factorial exploratorio.
4. La escala de Fanatismo en el K-pop cuenta con una buena validez convergente.
5. La escala de Fanatismo en el K-pop cuenta con un nivel de confiabilidad adecuada para el uso y aplicación.

Referencias

- Alqmase, M., Al-Muhtaseb, H., & Rabaan, H. (2021). Sports-fanaticism formalism for sentiment analysis in Arabic text. *Social Network Analysis and Mining, 11*(1).
<https://doi.org/10.1007/s13278-021-00757-9>
- Arana, M., Cheve, R., Palacios, D., Pesántez, S., Salcedo, F., Valdiviezo, J., ... Valdiviezo, D. (2017). Ola Hallyu, estrategia mediática para impulsar la imagen coreana. *Semillero de Investigación MitoS, 1*, 1006–1016. Retrieved from <http://investigacion.utmachala.edu.e>
- c/p
roceedings/index.php/utmach/article/vi ew/167
- Ato, M., López, J., & Benavente, A. (2013). Un sistema de clasificación de los diseños de investigación en psicología Introducción Un marco conceptual para la investigación. [A classification system for research designs in psychology Introduction A conceptual framework for research]. *Anales de Psicología, 29*(3), 1038–1059. Retrieved from <https://n9.cl/i2mqwz>
- Bilgiç, B., Kurt, E., Makar, Ç. C., Ulasoglu-Yildiz, C., Samancı, B., Gürvit, H., ... Emre, M. (2020). Functional neural substrates of football fanaticism: Different pattern of brain responses and connectivity in fanatics. *Psychiatry and Clinical Neurosciences, 74*(9), 480–487.
<https://doi.org/10.1111/PCN.13076>FO
RMAT/PDF/OEBPS/PAGES/3.PAGE. XHTML
- Castillo, J., & Almansa, A. (2020). *Creación de la marca Seúl a través del Hallyu*.
<https://doi.org/10.24265/cian.2020.n12.07>
- David L. Streiner. (2003). Starting at the beginning: An introduction to

- coefficient alpha and internal consistency. *Journal of Personality Assessment*, 80(1), 99–103.
- El Servicio de Cultura e Información de Corea KOCIS. (2015). Datos sobre Corea. In Servicio de Cultura e información de Corea (Ed.), *Datos sobre Corea* (2015th ed., Vol. 1). Retrieved from www.korea.net
- Fibrianto, A., Irfan, M., Mahardiansyah, D., Mei, L., T.U, A., & Nur, S. (2020). *Analysis of Globalization Phenomena: Forms of K-Pop Cultural Fanaticism Among Students (Case Study of Sociology Student at Universitas Negeri Malang)*. Retrieved from <https://www.atlantispress.com/proceedings/icossei-19/125934683>
- Fisher, I. (1950). *The theory of interest*. Flores Yapuchura, Á. (2013). *¿K-Pop, Nueva opción de identidad Peruana? - Perú*. Retrieved from <https://www.redalyc.org/pdf/4498/449844866004.pdf>
- García, M., & Yuli, R. (2016). Influencia cultural del K-pop en jóvenes limeños. *Apuntes de Ciencia & Sociedad*, 06(02). <https://doi.org/10.18259/acs.201602>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico.
- Alqmase, M., Al-Muhtaseb, H., & Rabaan, H. (2021). Sports-fanaticism formalism for sentiment analysis in Arabic text. *Social Network Analysis and Mining*, 11(1). <https://doi.org/10.1007/s13278-021-00757-9>
- Arana, M., Cheve, R., Palacios, D., Pesántez, S., Salcedo, F., Valdiviezo, J., ... Valdiviezo, D. (2017). Ola Hallyu, estrategia mediática para impulsar la imagen coreana. *Semillero de Investigación MitoS*, 1, 1006–1016. Retrieved from <http://investigacion.utmachala.edu.ec/p/roceedings/index.php/utmach/article/view/167>
- Ato, M., López, J., & Benavente, A. (2013). Un sistema de clasificación de los diseños de investigación en psicología Introducción Un marco conceptual para la investigación. [A classification system for research designs in psychology Introduction A conceptual framework for research]. *Anales de Psicología*, 29(3), 1038–1059. Retrieved from <https://n9.cl/i2mqwz>
- Bilgiç, B., Kurt, E., Makar, Ç. C., Ulasoglu-Yildiz, C., Samancı, B., Gürvit, H., ... Emre, M.

- (2020). Functional neural substrates of football fanaticism: Different pattern of brain responses and connectivity in fanatics. *Psychiatry and Clinical Neurosciences*, 74(9), 480–487.
<https://doi.org/10.1111/PCN.13076>/FO
RMAT/PDF/OEBPS/PAGES/3.PAGE.XHTML
- Castillo, J., & Almansa, A. (2020). *Creación de la marca Seúl a través del Hallyu*.
<https://doi.org/10.24265/cian.2020.n12.07>
- David L. Streiner. (2003). Starting at the beginning: An introduction to coefficient alpha and internal consistency. *Journal of Personality Assessment*, 80(1), 99–103.
- El Servicio de Cultura e Información de Corea KOCIS. (2015). Datos sobre Corea. In Servicio de Cultura e información de Corea (Ed.), *Datos sobre Corea* (2015th ed., Vol. 1). Retrieved from www.korea.net
- Fibrianto, A., Irfan, M., Mahardiansyah, D., Mei, L., T.U, A., & Nur, S. (2020). *Analysis of Globalization Phenomena: Forms of K-Pop Cultural Fanaticism Among Students (Case Study of Sociology Student at Universitas Negeri Malang)*. Retrieved from <https://www.atlantispress.com/proceedings/icossei-19/125934683>
- Fisher, I. (1950). *The theory of interest*. Flores Yapuchura, Á. (2013). *¿K-Pop, Nueva opción de identidad Peruana? - Perú*. Retrieved from <https://www.redalyc.org/pdf/4498/449844866004.pdf>
- García, M., & Yuli, R. (2016). Influencia cultural del K-pop en jóvenes limeños. *Apuntes de Ciencia & Sociedad*, 06(02).
<https://doi.org/10.18259/acs.2016025>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico.
- Hoffmann, A. F., Stover, J. B., & Liporace, M. F. (2013). *Correlaciones Policóricas Y Tetracóricas En Estudios Factoriales Exploratorios Y Confirmatorios*. 151–164. Retrieved from http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1688-42212013000200005
- Jácome, A. I., Martínez, E., & Martínez, A. (2017). El Fenómeno Fandom: realidades de ciertos grupos de fans en Guayaquil, Ecuador. *Ação Midiática –Estudos Em*

- Comunicação, Sociedade e Cultura.*, 241. <https://doi.org/10.5380/2238-0701.0n0p241-266>
- Jang, W., & Song, J. E. (2017). *The Influences of K-pop Fandom on Increasing Cultural Contact*. Retrieved from https://barnettcenter.osu.edu/sites/default/files/2019-08/the_influences_of_k-pop_fandom.pdf
- Kwak Yoo. (2019, January). 89,000,000 “hallyu” fans worldwide. Retrieved August 9, 2021, from https://www.koreatimes.co.kr/www/art/2019/01/732_261877.html
- Lam, N., Contreras, H., Mori, E., Nizama, M., Gutiérrez, C., Hinostroza, W., ... Hidalgo, J. (2009). *Características De Un Instrumento Para Evaluar Adicción a Internet*. (2007), 1–7.
- Lewis. R. Aiken. (1985). Three Coefficients For Analyzing The Reliability And Validity Of Ratings. *Educational and Psychological Measurement*, 45, 131–141. Retrieved from file:///D:/SKRIP/SI/E-SKRIPSI/ejurnal/uji_coba_produk/validitas/33.pdf
- Maldonado, S., Katherine, Z., Herrera, T., & Jackeline, K. (2015). *Estudio de Factibilidad para la Creación de un Bar Karaoke con Pop Coreano ubicado en la Ciudad de Guayaquil* (Universidad De Ciencias Económicas y Administrativas). Retrieved from <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/3171>
- Mayorga-González, J. M. (2019). *Las condiciones existenciales del fanatismo*. 11(4), 214–219. Retrieved from <http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>
- Messerlin, P. A., & Shin, W. (2013). *The K-pop Wave: An Economic Analysis*.
- Mingolla, M. (2018). *Como afecta al estado de animo de los adolescente el género musical del Kpop*. Retrieved from http://graduados.usal.edu.ar/archivos/graduados/imagenes/psipsi_3p_melinaminingolla.pdf
- Pérez, E. R., & Medrano, L. (2010). Análisis Factorial Exploratorio: Bases Conceptuales y Metodológicas Artículo de Revisión. *Revista Argentina de Ciencias Del Comportamiento*, 2, 58–66. Retrieved from www.psych.unc.edu.ar/rac

- Reyes-Estrada, M., Rivera-Segarra, E., & Ramos-Pibernus, A. (2014). *Desarrollo y Validación de una escala para medir religiosidad en una muestra de adultos en Puerto Rico*. 25(2). Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=233245622005>
- Rodríguez-Gómez, J. (2018). *Fanatismo Religioso: ¿Una Realidad en Puerto Rico?* (Vol. 32). Retrieved from <https://cienciasdelaconducta.org/index.php/cdc/article/view/8/3>
- Sánchez Teresa. (2003). Paradojas existencias y emocionales de las personalidades fanáticas. *Clínica y Salud*, 14n.º.2, 157–181. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180617969002>
- Tacca Huamán, D. R., Cuarez Cordero, R., & Quispe Huaycho, R. (2020). Habilidades sociales, autoconcepto y autoestima en adolescentes peruanos de educación secundaria. *International Journal of Sociology of Education*, 9(3), 293. <https://doi.org/10.17583/rise.2020.5186>
- Tania, A. (2019). The culture of hallyu fan community and its representations. *Indonesian Journal of Social Sciences*, 11(02), 33–37. Retrieved from <https://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-ijss77370c1d1full.pdf>
- Uyuni, J. C., & Calle, W. P. (2017). *Fandoms: Agrupaciones Juveniles seguidoras del kpop en la Ciudad de la Paz*. 1–25. Retrieved from http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0040-29152017000200009&lng=es&nrm=iso
- Vallejos Pupiales, M. A. (2020). *La revolución del Kpop en el estilo de vida*. Retrieved from [https://alejandria.poligran.edu.co/bitstream/handle/10823/2127/La revolución del Kpop en el estilo de vida.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://alejandria.poligran.edu.co/bitstream/handle/10823/2127/La%20revoluci%C3%B3n%20del%20Kpop%20en%20el%20estilo%20de%20vida.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Wachelke, J. F. R. (2008). Mensuração da identificação com times de futebol: evidências de validade fatorial e consistência interna de duas escalas. *Arquivos Brasileiros de Psicologia*, (1). Retrieved from <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/arb/v60n1/v60n1a09.pdf>
- Young, K. (2009). *Internet Addiction: Diagnosis and Treatment Considerations*. Retrieved from <https://link.springer.com/>

article/10.100

7/s10879-009-9120-x

