



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DEL PERÚ

FACULTAD DE LETRAS Y CIENCIAS HUMANAS

INFLUENCIA DE LA BANDA SONORA EN LA EVALUACIÓN DE PERSONAJES
DE UNA PELÍCULA

Tesis para optar el título de Licenciada en Psicología con
mención en Psicología Social
que presenta la

Bachiller:

ALEJANDRA ANDREA VIGO DAVILA

MARCIA DE LA FLOR ARBULÚ

LIMA, 2014

Agradecimientos

En primer lugar me gustaría agradecer a mi familia, por apoyarme durante todo este proceso (en realidad siempre). A mi papá por preguntar cómo iba y a Majo por escuchar mis explicaciones siempre. En especial a mi mamá, por siempre estar a mi lado y porque sin ella mi interés por las películas no hubiera nacido.

A Marcia, por ser una genial asesora con sus preguntas y cuestionando algunas de mis decisiones. Pero, lo más importante, por aceptar como tema de tesis uno que no se había estudiado antes acá y mostrar interés por trabajarlo.

A Charlie, por ser mi asesor extraoficial y contestar todas mis preguntas (en persona porque por mail era imposible ubicarlo). En serio gracias por mostrar tanto entusiasmo por trabajar mi tema.

A Arturo, por enseñarme toda la parte estadística y siempre tener tiempo para contestar mis preguntas.

A todos los que me ayudaron de alguna manera a completar esta tesis: a Jesús Hidalgo, por permitirme tener acceso a la bibliografía que necesitaba (sin eso no existiría esta tesis). A Andrés por estar ahí siempre con sus “deberías usar esto para tu tesis”, por no aburrirse (tanto) cuando le hablaba del tema y por los ánimos que me dio en todo momento. A mis jueces de estímulos, cuyo feedback fue indispensable para obtener el mejor resultado. A José José, Claudia, Fiorella, Luis Lam y las chicas de secretaría de Psicología, porque sin ellos no hubiera podido conseguir la muestra y aplicar en un día. A todos mis participantes (los del piloto y de la aplicación principal). A Pierina, por ayudarme no sólo dándome ánimos en las últimas etapas cuando más lo necesitaba, también por ayudarme con formatos.

Tabla de Contenidos

Introducción	1
Funciones de la música en el cine	1
Música y emoción	2
Aspectos cognitivos de la música.....	5
Relación con el personaje: atribución, identificación y empatía.....	7
Hábitos de consumo de películas en nuestro contexto	9
Planteamiento del problema	10
Método	11
Participantes	11
Estímulos.....	11
Procedimiento	13
Resultados	15
Discusión.....	21
Bibliografía.....	27
Anexo A	30
Anexo B	31
Anexo C	32
Anexo D	33
Anexo E.....	34
Anexo F.....	35
Anexo G	38
Anexo H.....	39
Anexo I.....	41

Resumen

Desde el inicio del cine, las bandas sonoras se caracterizan por cumplir diversas funciones que hacen compleja la experiencia del espectador. De este modo, se puede decir que éstas promueven la relación con el personaje principal de una película. Utilizando el método experimental, esta tesis explora cómo el tipo de música (drama o thriller) afecta la evaluación de personajes de películas en una muestra de estudiantes universitarios de Lima Metropolitana (n=30). Se realizaron análisis en tres niveles: a nivel videos, a nivel condiciones y a nivel intrasujeto. Los resultados demuestran que la música de una película puede llegar a generar diferencias en la agradabilidad del personaje, las intenciones que se le atribuyen, la seguridad que sienten los espectadores de saber lo que el personaje esté pensando o sintiendo y en nivel de identificación con el personaje. Siendo las respuestas atribuidas a personajes del género dramático las más positivas (mayor agradabilidad, mejores intenciones y mayor identificación).

Palabras clave: Música en el cine, banda sonora, agradabilidad, identificación con personajes.

Abstract

Since the beginning of cinema, movie scores have been known for performing certain functions that make the spectator's experience more complex, some of these promote the establishment of a relationship with the main character. Using an experimental design, this study explores how different types of music (taken from drama and thriller genre) affect the evaluation of movie characters in a sample of students from a private university in Lima Metropolitana (n=30). Analyses were carried out in three levels: considering each video as a unit of analysis, across conditions (drama, thriller and without music) and within-subjects. Results show that movie music can produce differences in character likeability, interpretations of the character's intentions, certainty of what the character is thinking or feeling and identification with the character. Responses attributed to melodramatic characters were more positive (higher likeability, better intentions and greater identification).

Keywords: Movie music, movie score, likeability, identification with character

Influencia de la banda sonora en la evaluación de personajes de una película

Desde que se inició la proyección de películas, la música ha existido como un elemento importante en la industria cinematográfica (Chion, 1997). Así, las películas mudas eran acompañadas con música en vivo en el cine y, hoy en día, es imposible imaginar una película sin banda sonora. Sin embargo, no siempre se le ha dado importancia a este elemento; en el pasado, se consideraba que la música era un elemento subordinado a lo que ocurría en la pantalla (Chion, 1997; Gorbman, 1987). Actualmente, la tendencia en las investigaciones sugiere que la música es un elemento complementario, capaz de maximizar la experiencia cinematográfica y con un gran peso en sí mismo (Boltz, 2004; Boltz, Ebendorf & Field, 2009; Ellis & Simons, 2005)

Funciones de la música en el cine

Se han identificado diversas funciones de la música en el cine, según Wingstedt (2005 citado en Wingstedt, Brändström & Berg, 2010) éstas se pueden categorizar en: función emotiva, la música es un medio que expresa emociones; informativa, la música es capaz de brindar información que se procesa a un nivel más cognitivo que emocional, por ejemplo, puede denotar status social; descriptiva, puede brindar información sobre aspectos físicos de la narrativa como el movimiento; función de guía, la música puede poner énfasis en ciertos aspectos mostrados en pantalla guiando la atención del espectador. Finalmente, la función temporal hace referencia a la capacidad de la música de proveer continuidad a la escena que se proyecta.

Tomando en cuenta estas funciones, se puede afirmar que la música aporta información a la narrativa de una película. Esta relación cobra sentido cuando se toma en cuenta la conexión intermodal que existe entre los elementos visuales, la música y el discurso de una película. Esta conexión consiste en la integración de la información que se obtiene tanto del canal visual como del canal auditivo. De este modo, la banda sonora tiene un impacto significativo en la percepción e interpretación de la información presentada, ya que puede llegar a sesgar el procesamiento de eventos visuales (Boltz, 2004).

Cabe mencionar que los espectadores son capaces de integrar todos los elementos disponibles para poder brindarle sentido a la situación que se proyecta en la pantalla. En un estudio realizado por Boltz (2001) con estudiantes universitarios, se encontró que la música que era considerada positiva o negativa tenía un impacto en la interpretación de escenas ambiguas, esta interpretación difería significativamente de la condición en la que no se escuchaba música. Por otra parte, Wingstedt et al. (2010) plantean que la interpretación de los elementos visuales y auditivos por separado es diferente a la de una escena con música. En este sentido, el todo es mucho más que la suma de sus partes.

Es esta interrelación entre lo visual y lo auditivo lo que Chion (1994) llama la resonancia conceptual, en la que lo auditivo lleva al espectador a interpretar los estímulos visuales de manera diferente y viceversa. De este modo, lo que vemos se encuentra determinado por lo que escuchamos (Wingstedt et al., 2010).

Música y emoción

Si bien la banda sonora de una película tiene varias funciones, ésta es usada para provocar deliberadamente ciertas emociones en la audiencia (Plantinga, 2009). Además, es utilizada para aumentar o disminuir el impacto emocional de determinada escena (Boltz, 2004). Entonces, se podría decir que la función emotiva es la que cobra mayor importancia al momento de elegir una canción particular para una escena.

Esta capacidad de la música para provocar emociones ha sido ampliamente estudiada por la psicología (Ellis & Simons, 2005). No obstante, a pesar de los esfuerzos realizados para estudiar tanto el aspecto fisiológico como psicológico de la emoción causada por la música (Ellis & Simons, 2005), no se ha llegado a un consenso sobre los mecanismo subyacentes a esta relación (Juslin & Västfjäl, 2008).

A través de ciertos elementos estructurales como el tono, el tempo y la textura, la música es capaz de significar diversas emociones (Bruner, 1990; Levi, 1982). Para profundizar en este tema, Levi (1982) realizó un estudio, que contó con 126 estudiantes de la Universidad de Brooklyn como participantes, en el que se llegó a relacionar melodías particulares, en las que se modificaban los elementos antes mencionados, con emociones específicas, como la tristeza y la alegría.

Por otra parte, Bruner (1990) identificó las cualidades de la música que producen determinadas emociones. De este modo, la alegría está asociada a melodías con tempo rápido, tonalidades altas y armonía consonante; la tranquilidad se refleja en el uso de notas mayores, tempo lento, tonos medios y armonía consonante. La tristeza es relacionada con melodías con tempo lento, uso de notas menores, tonos bajos, ritmo firme y armonía disonantes. Además, el volumen de la música también llega a tener un impacto en la percepción de la misma. La música con volumen alto denota proximidad y movimiento, mientras que la música con volumen bajo denota lejanía y nostalgia (Bruner, 1990).

Por su parte, Slonimsky (en Puccinelli & Zaltman, 2001) llegó a identificar los significados y asociaciones relacionados a ciertos acordes como se puede ver en la siguiente tabla:

Tabla 1. Acordes y significados

Acorde	Significados o Asociaciones
La mayor	Sol, primavera, alegría
La menor	Resignación
La bemol mayor	Celebración
Si mayor	Calidez, textura,
Si menor	Soledad, melancolía
Si bemol mayor	Máquinas, fuerza
Do mayor	Celebración en conjunto, Triunfo, Alegría
Do menor	Concentración, reflexión
Do sostenido mayor	Meditación, reflexión
Re mayor	Expersión clara, vigor
Re menor	Pasión reprimida
Re bemol mayor	Espacios abiertos
Mi mayor	Sensación espiritual
Mi menor	Calma contemplativa
Mi bemol menor	Desconexión con el entorno
Fa mayor	Escenas pastorales, paisajes
Fa menor	Melancolía
Fa sostenido mayor	Romance, sentimientos
Sol mayor	Calor, luz del sol, cielo despejado
Sol menor	Meditación
Sol bemol menor	Intimidad

Para entender cómo la música puede llegar a provocar emociones en los oyentes, se puede tomar como referencia los mecanismos psicológicos propuestos por Juslin & Västfjäl (2008). Estos autores identificaron seis mecanismos: los reflejos del tronco del encéfalo, el condicionamiento evaluativo, el contagio emocional, la imaginación visual, la memoria episódica y la expectativa musical.

Tomando en cuenta los reflejos del tronco del encéfalo, la emoción estaría causada por aquellos elementos musicales, como la rapidez, que activan una respuesta de alarma en el cerebro. Por otro lado, la emoción puede ser causada por condicionamiento evaluativo, este es el caso en que una pieza musical ha sido ligada a eventos positivos o negativos repetidamente. El contagio emocional, hace referencia a que el oyente puede sentir una emoción porque percibe el “tono emocional” de la pieza y trata de imitarlo (Juslin & Västfjäl, 2008).

En el caso de las emociones en las que interviene la imaginación visual, éstas son sentidas porque son evocadas por la imagen que el oyente tiene en mente al momento de escuchar una pieza musical. Por otra parte, la memoria episódica también puede jugar un rol en la emoción evocada por la música, ya que una tonada puede encontrarse asociada a un evento particular en la vida del oyente. Finalmente, la expectativa musical puede llevar a sentir una emoción, si una canción no continúa como lo anticipamos, puede llevar a la sorpresa (Juslin & Västfjäl, 2008).

De los mecanismos antes mencionados, el condicionamiento evaluativo y la memoria episódica cobran importancia al analizar la relación entre la música y las escenas de una película. Como plantean Bezdek & Gerrig (2008) en ambos mecanismos la memoria juega un rol importante y es gracias a ésta que se pueden establecer relaciones entre lo que se ve y lo que se oye.

En el caso del condicionamiento evaluativo, la repetida exposición a determinados tipos de música y determinadas escenas, lleva a los espectadores a relacionarlas. Mientras que en la memoria episódica, se llega a unir la experiencia cinematográfica particular con la música. En un sentido más general, a través de estos mecanismos, parece que las personas establecen correlaciones entre los tipos de música y diferentes tipos de narrativa (Bezdek & Gerrig, 2008).

Una prueba de esta relación puede ser encontrada en el estudio realizado por Vitouch (2001) con estudiantes universitarios austriacos, en el que se mostraba la misma escena de una película con música previamente calificada como positiva o negativa. Tras la proyección del estímulo, se pidió a los participantes que anticiparan el final de la situación mostrada en pantalla. Luego del análisis de contenido, usando tanto métodos cuantitativos como cualitativos, se llegó a la conclusión de que los finales diferían significativamente de acuerdo al tipo de música. Cuando la escena era presentada con música positiva los espectadores predecían un final bueno para el personaje. En cambio, en la condición donde se presentaba la música negativa, se escribieron finales con consecuencias negativas para el personaje.

Aspectos cognitivos de la música

Si bien la capacidad de la música para provocar emociones en los oyentes es de gran importancia, es necesario discutir los aspectos puramente cognitivos de ésta para entender la experiencia cinematográfica. Con respecto a este tema, Meyer (en Shevy, 2008) propuso que la música tiene un “significado extramusical”, haciendo referencia a conceptos fuera del mundo de la música, lo que la hace capaz de proveer información a los oyentes al momento de oírla. Shevy (2008) profundiza en este aspecto y llega a proponer que los distintos géneros musicales tienen elementos extramusicales que connotan distintos significados. De este modo, los géneros musicales pueden ser considerados como esquemas cognitivos compartidos por los miembros de una cultura.

Para poner a prueba esta idea, Shevy (2008) realizó una investigación, con estudiantes de comunicaciones, en la que se llegó a encontrar diferencias entre los conceptos relacionados al carácter de una persona en base a sus preferencias musicales. Se compararon los conceptos extramusicales asociados al hip hop y a la música country y se encontró que las personas relacionaban atributos específicos como confianza, atractivo, si la persona era amigable, así como ideología política dependiendo del género musical que figuraba en el perfil de la persona evaluada. De esta manera, las personas asociadas al género country eran consideradas más conservadoras, menos atractivas y menos amigables que las que se encontraban asociadas al hip hop.

Por otra parte, en el ámbito cinematográfico, se ha llegado a probar la influencia que tiene la música en la evaluación de los personajes de una película (Boltz, 2001; Hoeckner, Wyatt, Decety & Nusbaum, 2011; Vitouch, 2001). Este hallazgo cobra sentido cuando se considera a la música como una influencia esquemática en el procesamiento de la información visual (Boltz, 2001). En este sentido, las características que hacen que la música provoque determinados afectos en los espectadores pueden influenciar la experiencia cinematográfica más allá de aumentar el impacto emocional de los espectadores. Además, es posible que la música juegue un papel en la comprensión de la trama al activar ciertos esquemas cognitivos que proveen un marco interpretativo a la información visual (Boltz, 2001). Con respecto a este último punto, se puede encontrar cierta alusión al mecanismo de condicionamiento evaluativo planteado anteriormente; así, las características de la música, que hacen que se asocien a ciertos eventos, pueden activar en el espectador un esquema cognitivo (género cinematográfico) para ayudar a la interpretación de la escena observada.

Por otro lado, la música también puede ser considerada como un elemento que interviene en el procesamiento de mensajes por parte del espectador. Aquí es conveniente tomar en cuenta el modelo de probabilidad de elaboración (ELM) que postula que las personas procesan mensajes por dos rutas: la ruta central, que requiere mayores recursos cognitivos y elaboración por parte del espectador; y la ruta periférica, donde la persona presta atención a elementos estéticos en el procesamiento de los mensajes. De este modo, al ser la música un elemento estético, se podría decir que favorece el procesamiento a través de la ruta periférica, donde se utilizan “atajos cognitivos” para llegar a conclusiones sobre lo que se muestra en pantalla (DeMarree & Petty, 2007).

En base a lo expuesto anteriormente, se puede decir que las bandas sonoras ayudan a interpretar los diversos elementos en pantalla (Boltz, 2001; Hoeckner et al., 2011; Vitouch, 2001; Wingstedt et al., 2010) y, entre estos elementos, los personajes principales son los más importantes. La relevancia que se atribuye al personaje principal se deriva de lo que propone la teoría cognitiva del cine, en la cual se menciona que durante la proyección de una película nuestra mente se encuentra bastante activa, involucrada en diversos procesos.



Figura 1. Actividad Simbólica del espectador (Dine Young, 2012).

De acuerdo con esta teoría, la mayoría de películas llevan al espectador a sentirse conectado con el personaje (Smith, 1994). Esta conexión sostiene la atención del espectador durante la presentación del film creando un momentum necesario para la comprensión de la narrativa presentada (Anderson, 1996). En este sentido, las funciones tanto emotiva como cognitiva de la música cobrarían gran importancia.

Relación con el personaje: atribución, identificación y empatía

Entre los fenómenos que sostienen la relación con el personaje se encuentra la atribución, que consiste en identificar los motivos e intenciones que tienen las personas. Este fenómeno se basa principalmente en la evaluación de las acciones realizadas por el personaje, de este modo una atribución básica sería que “las acciones malas son realizadas por personas malas y las acciones buenas son realizadas por personas buenas” (Heider, en Anderson, 1996, p. 135).

La atribución es producto de la activación de esquemas o estereotipos que tenemos sobre cómo deben ser los personajes (el villano, el héroe) esto nos permite generar expectativas sobre el comportamiento de las personas en pantalla, lo que nos lleva a prestar atención (Anderson, 1996). Además, como menciona Dine Young (2012) si el espectador no le otorga sentido a la motivación del personaje (a través de atribuciones) sería imposible seguir una cadena de eventos causales.

Por otra parte, la identificación con el personaje es también un recurso ampliamente explotado, ya que las películas promueven la identificación a través del vínculo de empatía que se puede generar con él. Para lograr esto, una de las técnicas más usadas es la toma subjetiva, en la que se adopta la perspectiva del personaje (Dine Young, 2012).

Otra técnica es la toma de reacción, en la que se muestra en primer plano el rostro del personaje permitiendo la identificación de estados mentales. Por otro lado, se puede tomar en cuenta la variable disfrute (enjoyment) al estudiar el fenómeno de identificación. Sobre este punto Igartúa y Páez (1997, en Igartúa, 2010) encontraron que el disfrute experimentado por la audiencia de una película correlaciona positivamente con la identificación con los personajes. Además, la música también ayuda a significar las emociones del personaje (Plantinga, 1999; Tan, Spackman & Bezdek, 2007), lo que permite la elaboración del vínculo de empatía (Hoeckner et al., 2011).

Con respecto al vínculo de empatía es necesario resaltar que se puede dar de dos formas debido a que tiene dos dimensiones básicas: la empatía cognitiva y la empatía emotiva (Cohen, 2001; Kivy, 1989). En este sentido, la empatía cognitiva se daría mediante la identificación de la emoción que está sintiendo el personaje en pantalla, mientras que la empatía emotiva consistiría en que el espectador “sienta” lo que el personaje está experimentando.

Sobre la identificación de emociones Tan et al. (2007), realizaron un estudio con estudiantes universitarios, en el que se mostraron pedazos de películas con música antes y después de que se mostrara un solo personaje en escena a estudiantes universitarios. Estas piezas musicales representaban diversos estados de ánimo (tristeza, alegría). Luego se pidió a los participantes que atribuyeran estados mentales a los personajes observados. Como resultado se encontró que los estados mentales atribuidos eran congruentes con el estado de ánimo representado en la pieza musical. Además, este experimento evidencia que los estímulos visuales y auditivos no necesitan ser presentados simultáneamente para que se realice una asociación.

Por otro lado, Hoeckner et al. (2011) investigaron la influencia de la música en la manera en la que los espectadores se relacionan con los personajes de una película. En este estudio presentaron diversos clips de películas a estudiantes universitarios de la Universidad de Chicago, estos clips se encontraban pareados con dos tipos de música (de melodrama y de thriller) o sin música. Después de presentar los estímulos, se pidió a los participantes que evaluaran a los personajes en términos de agradabilidad. Se encontró que los personajes mostrados con música de melodrama eran más agradables que los mostrados

con música thriller. Asimismo, en las dos condiciones con música los espectadores reportaban mayor seguridad sobre la identificación de estados mentales del personaje.

De este modo, las bandas sonoras sirven como guía para la interpretación de las emociones de los personajes (Plantinga, 1999; Tan et al., 2007) y proveen una teoría de la mente de la persona mostrada en pantalla. Gracias a las características de la música, el espectador es capaz de atribuir estados de ánimo e intenciones a los personajes, lo que puede generar un antecedente de la empatía (Hoeckner et al., 2011) que promueve la identificación (Dine Young, 2012).

Hábitos de consumo de películas en nuestro contexto

En base a la información recogida, el estudiar los procesos cognitivos y afectivos involucrados en la experiencia cinematográfica es importante, ya que se trata de un fenómeno que se da en el día a día. Desde una temprana edad, los niños se encuentran expuestos a películas que utilizan la música para transmitir significados. Sobre este punto, Wingstedt, Brändström & Berg (2008) encontraron, en una muestra de adolescentes de 12 y 13 años, que los hábitos de consumo de medios masivos influyen en el conocimiento de las funciones narrativas de la música. De esta manera, se puede decir que aprendemos a “leer películas” desde pequeños.

Por otro lado, en el contexto peruano, se encuentra que la población gasta cada vez más dinero en entretenimiento, lo que influye en los hábitos de consumo de medios. Esto explicaría por qué la frecuencia de visitas al cine ha aumentado en los últimos años (Euromonitor International, 2013). Así, el ir al cine se ha vuelto una actividad popular entre peruanos de todas las edades que se encuentra impulsada por la disponibilidad de cines y las ofertas en los precios de las entradas, como los martes 2x1 (Euromonitor International, 2012).

Asimismo, se encuentra que el 54% de los jóvenes entre 17 y 20 años acostumbra ir al cine como actividad de recreación. Además, el canal más visto por esta población es TNT, un canal dedicado a transmitir películas. Así, la experiencia que los jóvenes tienen con las películas no se limita a ir al cine, también incluye el verlas en sus casas, ya sea a través de canales de televisión o de la compra de DVDs (Ipsos-Apoyo, 2012).

Otro dato relevante es que asistir al cine sigue siendo una actividad de entretenimiento importante entre la población de 20 a 35 años. Aquí el ir al cine se perfila como la tercera actividad para entretenerse. Asimismo, el 82% de los adultos jóvenes menciona que ve televisión todos los días de la semana (Ipsos-Apoyo, 2011), lo que aumenta las probabilidades de ver films en la casa.

Otra razón para estudiar este tema es que en nuestro medio no se realizan muchas investigaciones sobre estrategias audiovisuales y su impacto en la población. Además, la musicalización de una pieza audiovisual es un recurso utilizado en la publicidad, los noticieros y videojuegos, por lo que comprender los procesos cognitivos y afectivos involucrados puede contribuir a la ampliación del conocimiento en el área de las comunicaciones.

Planteamiento del problema

De esta manera, en base a lo expuesto anteriormente, el objetivo general de investigación consistiría en identificar cuál es el impacto de la de la música en la evaluación del personaje de una película. Como objetivo específico se buscará comprobar si existen diferencias en la agradabilidad de un personaje de acuerdo a la tipo de música que lo acompaña, profundizando sobre las intenciones que se atribuyen a los personajes de los distintos géneros. Otro objetivo específico será ahondar en la relación que el espectador siente con el personaje mostrado, relacionando la agradabilidad con el grado de identificación.

De este modo, para cumplir con los objetivos planteados, se desarrollará un diseño experimental en el que se manipulará el género musical y se observará el comportamiento de las variables dependientes en distintos grupos conformados por estudiantes universitarios de Lima Metropolitana.

Método

Participantes

La muestra estuvo compuesta por 30 estudiantes de los primeros ciclos de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana (11 hombres y 19 mujeres) con edades entre los 18 y 26 años ($M= 20.43$; $DS=1.85$). Debido a la logística del estudio se optó por un muestreo no probabilístico por conveniencia; sin embargo, los participantes fueron asignados aleatoriamente a los grupos experimentales y al grupo control.

Por otro lado, el piloto que se realizó para poner a prueba los estímulos, contó con 10 participantes (5 evaluaron los estímulos visuales y 5 los estímulos auditivos). Éstos también fueron estudiantes de la misma universidad que se encontraban en el rango de edad esperado.

Tabla 1. Distribución de la muestra según variables sociodemográficas (N=30)

	<i>n</i>	%		<i>n</i>	%
Ciclo			Frecuencia de Asistencia al cine		
Quinto Ciclo	17	56.7	1 vez cada 15 días	2	6.7
Sexto Ciclo	6	20.0	1 vez al mes	3	43.3
Séptimo Ciclo	7	23.3	1 vez cada 3 meses	11	36.7
			1 vez cada 6 meses	4	13.3
Frecuencia Películas			Frecuencia Series		
Todos los días	1	3.3	Todos los días	10	33.3
3 veces por semana	7	23.3	3 veces por semana	9	30.0
1 vez por semana	16	53.3	1 vez por semana	7	23.3
1 vez cada 15 días	4	13.3	1 vez al mes	3	10.0
1 vez al mes	2	6.7	No veo series	1	3.3

Estímulos

Los estímulos audiovisuales que se utilizaron en el estudio consistieron en 8 clips de películas cuya duración varía entre los 18 y 48 segundos (ver anexo A). Cinco de estos clips fueron seleccionados de la lista de estímulos utilizados en el estudio de Hoeckner et al. (2011) y de la lista de estímulos del estudio de Tan et al. (2007). Ambos estudios utilizaron criterios similares para la selección de cortos (duración menor a un minuto, sin diálogo y que los actores presenten una expresión neutra o ambigua) por lo que se

consideró pertinente utilizar ambas listas. Los otros 3 clips fueron seleccionados por la investigadora de las mismas películas de los estudios utilizando los mismos criterios. No obstante, a pesar de que las expresiones de los actores mostrados ya habían sido calificadas como neutras en estos estudios, se realizó un piloto en el que 5 jueces y 5 participantes del piloto evaluaron las expresiones de los personajes en base a distintas emociones (ver anexo B). En esta etapa se evaluaron 13 videos, para que un video llegara a proyectarse en la aplicación debía ser considerado neutro o ambiguo por al menos 7 personas.



Figura 1. Estructura visual de los estímulos (Tan et al., 2007)

Por otra parte, cada uno de los 8 clips contó 3 versiones diferentes. En la primera versión, la imagen se mostró con música de melodrama de fondo; en la segunda, se mostró con música de thriller y, en la tercera, sólo con sonidos de ambiente. La música que acompañó cada una de las piezas visuales se obtuvo de la misma lista propuesta por Hoecker et al. (2011), donde se plantea que la música de estos géneros difiere en 4 propiedades características: consonancia y disonancia, variedad de timbre, regularidad rítmica y amplitud de rango. Además, cada pieza musical fue evaluada por un panel de 5 jueces y 5 participantes del piloto para calificarla como propia del género thriller o de melodrama. Antes de la evaluación se proveyó de la definición de ambos géneros musicales obtenida del estudio de Hoeckner et al. (2011); se dijo a los participantes que la música de melodrama se caracteriza por ser sentimental, triste, romántica y suave; mientras que la música de thriller es ominosa, con energía, tensa y audaz. Luego, se pidió que la evalúen en una escala del 1 al 5 (donde 1 representa prototípica del género melodrama y 5 prototípica del género thriller) (ver anexo C). Las canciones de thriller obtuvieron una media de 4.2 y las canciones de melodrama una media de 1.5.

Procedimiento

Los participantes del estudio fueron contactados personalmente, vía correo electrónico y a través de la red social Facebook (donde se creó un evento). Mediante estos canales se les informó sobre la fecha de aplicación del estudio y se solicitó una confirmación de asistencia (ver anexo D).

Una vez que los 30 participantes confirmados llegaron al punto de reunión se les dividió de manera aleatoria en 3 grupos de 10 personas (2 grupos experimentales y 1 grupo control). Una vez asignados, se les pidió que se dirijan a salones diferentes acompañados de un evaluador. Cabe mencionar que los grupos contaron con una cantidad menor a lo prescrito para grupos experimentales, lo que puede limitar el análisis de los datos. Los grupos en condición experimental vieron los clips acompañados con música y éstos fueron contrabalanceados de manera que el primer grupo observó los clips del 1-4 con música de melodrama y del 5-8 con música de thriller. El segundo grupo observó los videos del 1-4 con música de thriller y del 5-8 con música de melodrama. Por otra parte, el grupo control vio todos los clips sin música.

Cuando los participantes se encontraban en sus respectivos salones, se repartieron las hojas con el consentimiento informado (ver anexo E), la ficha sociodemográfica, las escalas y las preguntas de familiaridad (sobre reconocimiento del clip) . Luego, se dieron indicaciones explicando el procedimiento y el llenado de escalas.

Intenciones, Agradabilidad, Teoría de la mente e Identificación. Cada una de las hojas contó con 4 escalas Likert de 5 puntos (ver anexo F). La primera escala responde a la pregunta “¿cómo cree que son las intenciones que tiene el personaje que acaba de ver?” y las opciones van desde “tiene muy malas intenciones” a “tiene muy buenas intenciones” ; la segunda corresponde a “¿qué tan agradable le parece el personaje que acaba de ver?” y las opciones van desde “muy desagradable” a “muy agradable”; la tercera a la pregunta “¿qué tan seguro se encuentra de saber lo que el personaje está pensando?”, donde las opciones van desde “muy inseguro” a “muy seguro”. Finalmente, la cuarta escala responde a la pregunta “¿qué tan identificado se encuentra con el personaje que acaba de ver?” y las opciones van desde “nada identificado” hasta “muy identificado”.

Identificación de emociones. En la misma hoja, después de las escalas, se presentó una pregunta abierta en la que se indaga sobre la emoción que los participantes atribuyen al personaje mostrado.

Posteriormente, se pasó a mostrar cada uno de los clips, con una pausa de aproximadamente 2 minutos entre los mismos para que los participantes contesten las preguntas. Al culminar esta fase, se repartió una hoja donde se preguntaba a los participantes si habían visto la película de la cual provenían los clips (ver anexo G).

Una vez recolectados los datos, se construyeron 2 bases en el programa estadístico SPSS 20, una con las respuestas de cada participante y la otra considerando cada set de 4 respuestas de los videos como independientes. Después, se realizaron los análisis respectivos que incluían pruebas de normalidad de los datos. Para interpretar estas pruebas se tomó en cuenta el criterio de Kline (2010) que determina que la asimetría en la distribución es severa si esta tiene un valor absoluto mayor a 3 y que la curtosis es severa cuando pasa de 10 en valor absoluto. Para analizar las diferencias entre los puntajes de las diferentes condiciones (thriller, melodrama y sin música) se realizaron contrastes de medias. En un primer momento, se realizaron contrastes tomando como unidad cada uno de los videos, así se compararon los promedios de los puntajes de cada una de las versiones del clip. El otro nivel de análisis consideró cada una de las respuestas en determinada condición como independientes para maximizar el número de respuestas. Finalmente, para analizar la relación entre la agradabilidad y la identificación se realizó una correlación Pearson.

Resultados

Para responder la pregunta de investigación se llevaron a cabo análisis en tres niveles: en el primer nivel, se consideró cada video como unidad de análisis, en el segundo nivel, se hicieron las comparaciones entre cada una de las condiciones (sin música, drama y thriller). Cabe mencionar que para el segundo nivel de análisis se consideró cada respuesta obtenida como independiente. De este modo se obtuvieron 80 respuestas en la condición sin música, 80 respuestas en drama y 80 respuestas en thriller. Por otro lado, el tercer nivel consistió en un análisis intrasujeto de las condiciones con música.

En primer lugar, se realizaron pruebas de normalidad de las variables Agradabilidad e Intenciones. Estas pruebas mostraron que los resultados tenían una distribución no normal y se consideró el uso de pruebas no paramétricas. Sin embargo, al observar las medianas de los grupos a comparar, éstas eran iguales por lo que no se podía realizar una interpretación para comprobar las hipótesis. Para dar solución a este problema, se utilizaron pruebas paramétricas (donde se compararían las medias). El uso de este tipo de pruebas es posible debido a que en todos los casos la falta de normalidad no era grave. De acuerdo al criterio de Kline (2010), la falta de normalidad es grave cuando la asimetría es mayor a 3 y la curtosis es mayor a 10 en valor absoluto (ver anexo H). Además, como plantean Stanley y Glass (1986), pruebas como la t student parecen ser insensibles a la anormalidad de las distribuciones, por lo que resultó pertinente utilizar pruebas paramétricas para detectar diferencias.

Tomando los videos como unidad de análisis y utilizando el contraste ANOVA (ver anexo I), se encontraron diferencias significativas en Agradabilidad en los clips 2, 3 y 7 (los clips 1, 4, 5, 6 y 8 mostraron $\text{sig.} > 0.05$) Para identificar entre qué condiciones se daban las diferencias se realizó el análisis post hoc de Scheffé. En el clip 2, hay una diferencia entre las medias de la condición sin música y la condición con música de drama; en el clip 3, entre la condición con música de thriller y la de música de drama. Por otro lado, en el clip 7 se encontraron diferencias entre la condición sin música y la que tenía música de thriller y entre ésta última y la condición con música de drama.

Tabla 1. Comparación de medias de entre condiciones de video 2

	Tipo de música				<i>gl</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
	Sin música (n=10)		Drama (n=10)				
	<i>M</i>	<i>D.E</i>	<i>M</i>	<i>D.E</i>			
Agradabilidad Video 2	1.80	.632	3.00	.667	18	-4.129	.001

Como se puede ver en la tabla 1, el personaje visto con música de drama generó mayor Agradabilidad que cuando se mostró sin música.

Tabla 2. Comparación de medias entre condición Drama y Thriller

	Tipo de música				<i>gl</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
	Drama (n=10)		Thriller (n=10)				
	<i>M</i>	<i>D.E</i>	<i>M</i>	<i>D.E</i>			
Agradabilidad Video 3	3.90	.738	2.40	.966	18	-3.902	.001
Agradabilidad Video 7	4.00	.667	2.00	.816	18	6.000	.000

En la tabla 2 se observa que, tanto en el video 3 como en el video 7, cuando el personaje fue visto con música de drama generó mayor Agradabilidad que visto con música de thriller. Por otro lado, en el video 7, cuando el personaje estuvo acompañado con música de thriller generó menos Agradabilidad que cuando se mostró sin música.

Tabla 3. Comparación de medias entre condiciones de video 7

	Tipo de música				<i>gl</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
	Sin música (n=10)		Thriller (n=10)				
	<i>M</i>	<i>D.E</i>	<i>M</i>	<i>D.E</i>			
Agradabilidad Video 7	3.20	.789	2.00	.816	18	3.343	.002

De acuerdo a estos resultados, se puede decir que los personajes mostrados con música de drama generan mayor Agradabilidad que los mostrados con música de thriller o sin música. Asimismo, si se presentan con música de thriller generan menor Agradabilidad que mostrados sin música.

Una vez realizadas las pruebas t a nivel de videos, se procedió a comprobar las diferencias en el segundo nivel de análisis. Aquí se confirmó que existen diferencias en Agradabilidad entre las condiciones de drama y thriller. El contraste entre ambas condiciones y la condición sin música no resultó significativo.

Tabla 4. Comparación de medias entre condición Drama y Thriller

	Tipo de música				<i>gl</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
	Drama (n=80)		Thriller (n=80)				
	<i>M</i>	<i>D.E</i>	<i>M</i>	<i>D.E</i>			
Agradabilidad	3.41	.882	2.74	.924	158	4.727	.000

Posteriormente, se realizaron los mismos análisis con la variable Intenciones. Aquí un puntaje cercano a 5 significa que el personaje del video tiene buenas intenciones, mientras que un puntaje cercano a 1 significa que tiene malas intenciones. A nivel videos, se encontraron diferencias en los mismos clips que en Agradabilidad (videos 2, 3 y 7).

Existen diferencias significativas entre la condición de drama y la condición thriller en los videos 3 y 7. Cuando el personaje se muestra con música de drama se considera que tiene mejores intenciones que cuando se muestra con música de thriller.

Tabla 5. Comparación de medias entre condición Drama y Thriller

	Tipo de música				<i>gl</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
	Drama (n=10)		Thriller (n=10)				
	<i>M</i>	<i>D.E</i>	<i>M</i>	<i>D.E</i>			
Intenciones Video 3	3.50	.707	2.50	.707	18	-3.162	.005
Intenciones Video 7	4.00	.471	2.20	.919	13.43	5.511	.000

Asimismo, se encontró que se considera que el personaje mostrado en el video 2 con música de drama tiene mejores intenciones que cuando se muestra sin música. Mientras que, en el video 7, el personaje mostrado con música de thriller tiene peores intenciones en comparación a la condición sin música.

Tabla 6. Comparación de medias de entre condiciones de video 2

	Tipo de música				gl	t	p
	Sin música (n=10)		Drama (n=10)				
	M	D.E	M	D.E			
Intenciones Video 2	1.60	.516	2.90	1.101	12.78	-3.382	.005

Tabla 7. Comparación de medias entre condiciones de video 7

	Tipo de música				gl	t	p
	Sin música (n=10)		Thriller (n=10)				
	M	D.E	M	D.E			
Intenciones Video 7	3.50	.972	2.20	.919	18	3.074	.007

En el segundo nivel de análisis, se encontraron diferencias entre todas las condiciones. De este modo, se puede afirmar que los personajes mostrados con música de drama tienen mejores intenciones que los mostrados con música de thriller o sin música. Por otro lado, los personajes vistos con música de thriller tienen peores intenciones que los mostrados sin música. Es decir se espera que éstos cometan actos que puedan dañar a los demás o a ellos mismos.

Tabla 8. Comparación de medias entre condición Drama y Thriller

	Tipo de música				gl	t	p
	Drama (n=80)		Thriller (n=80)				
	M	D.E	M	D.E			
Intenciones	3.28	.941	2.50	.871	158	5.405	.000

Tabla 9. Comparación de medias de entre condición Sin música y Drama

	Tipo de música				gl	t	p
	Sin música (n=80)		Drama (n=80)				
	M	D.E	M	D.E			
Intenciones	2.95	1.090	3.28	.941	158	-2.019	.022

Tabla 10. Comparación de medias entre condición Sin música y Thriller

	Tipo de música				gl	t	p
	Sin música (n=10)		Thriller (n=10)				
	M	D.E	M	D.E			
Intenciones	2.95	1.090	2.50	.871	158	2.885	.002

Además, se encontraron diferencias en cuanto a la seguridad que tenían los participantes de saber lo que el personaje pensando (Teoría de la Mente). Éstos reportaron sentirse más seguros en la condición de drama y sin música que en la condición thriller.

Tabla 11. Comparación de medias entre condición Drama y Thriller

	Tipo de música				gl	t	p
	Drama (n=80)		Thriller (n=80)				
	M	D.E	M	D.E			
Seguridad	3.20	.999	2.73	1.006	158	2.997	.003

Tabla 12. Comparación de medias entre condición Sin Música y Thriller

	Tipo de música				gl	t	p
	Sin Música (n=80)		Thriller (n=80)				
	M	D.E	M	D.E			
Seguridad	3.29	.970	2.73	1.006	158	3.600	.000

En el tercer nivel de análisis (nivel intrasujeto), realizando una prueba t para muestras relacionadas, se encontraron diferencias entre las medias de las condiciones drama y thriller en las tres variables estudiadas: Agradabilidad, Intenciones y Seguridad. Los personajes de drama son percibidos como más agradables, con mejores intenciones y los participantes se encuentran más seguros de saber lo que piensan que en la condición thriller. De este modo, a nivel intrasujeto también se observa el mismo comportamiento de las variables que a nivel inter sujeto.

Tabla 13. Comparación de medias a nivel intrasujeto

	Tipo de música				gl	t	p
	Drama (n=20)		Thriller (n=20)				
	M	D.E	M	D.E			
Agradabilidad	3.41	.416	2.74	.561	19	-4.969	.000
Intenciones	3.28	.397	2.50	.380	19	-5.431	.000
Seguridad	3.20	.647	2.73	.676	19	-3.202	.005

Por otra parte, para estudiar la relación entre la Identificación con el personaje y la Agradabilidad se realizó una correlación del tipo Pearson. Esta correlación resultó ser positiva y fuerte ($r = .554$, $p = .000$). De este modo, se infiere que a mayor Agradabilidad mayor Identificación con el personaje y viceversa.

Finalmente, de acuerdo al análisis de contenido, se encontraron diferencias en las emociones atribuidas a los personajes de cada una de las condiciones. En la mayoría de los casos, los personajes mostrados sin música se encontraban relacionados a palabras como atención, amor o incertidumbre. Mientras que los personajes de thriller y drama se eran asociados a palabras que pueden ser consideradas como negativas; sin embargo, los personajes mostrados con música de thriller eran descritos como personas que buscan venganza y que sienten ansiedad. Por su lado, los personajes de drama sentían tristeza o soledad predominantemente por una pérdida amorosa.

Otra diferencia se encontró al analizar las respuestas relacionadas a los personajes de thriller, ya que éstas eran más elaboradas que las de personajes de drama. En algunos casos, los participantes llegaron a relatar lo que el personaje iba a realizar (ej. Matar a un individuo).

Discusión

De acuerdo a los resultados encontrados se pudo observar que la música de una película puede llegar a generar diferencias en la agradabilidad del personaje, las intenciones que se le atribuyen, la seguridad que sienten los espectadores de saber lo que el personaje esté pensando o sintiendo y en nivel de identificación con el personaje. Estos resultados, apoyan la práctica de acompañar las producciones audiovisuales con música para guiar a los espectadores durante la experiencia cinematográfica (Berndt & Hartmann, 2008, Wingstedt et al., 2010; Chion, 1997)

Las diferencias en las variables estudiadas no sólo demuestran la activación de esquemas cognitivos al momento de ver una película, también sirven para analizar la relación que los espectadores sostienen con los personajes mostrados en pantalla. Como plantea Anderson (1996), la conexión que se establece con los personajes es lo que nos permite entender la narrativa presentada, por lo que estudiarla nos ayudará a entender la complejidad de la experiencia cinematográfica.

Las diferencias en la agradabilidad de los personajes, es decir, que los personajes mostrados con música de drama resultaran más agradables que los mostrados con música de thriller o sin música; pueden ser explicadas al introducir el concepto de empatía. La unión entre estos constructos ya ha sido establecida por Hoeckner et al. (2011) donde se tomó a la agradabilidad como un indicador de la empatía que se puede sentir por un personaje. Esta relación cobra sentido si se toman en cuenta los componentes de la empatía. De este modo, la empatía se puede dividir en dos dimensiones básicas: la empatía cognitiva y la empatía emotiva (Cohen, 2001; Kivy, 1989). La empatía cognitiva se relaciona directamente con poder identificar lo que la otra persona está sintiendo, mientras que la empatía emotiva es la que nos lleva a sentir lo que la otra persona está experimentando.

Tomando sólo la dimensión de la empatía emotiva se puede llegar a explicar por qué los personajes de drama generan mayor agradabilidad que los mostrados con música de thriller. Sobre este punto, el rol de la música al promover la empatía emotiva es de suma importancia, ya que la música puede llevar a los espectadores a experimentar diversas emociones (Bruner, 1990; Juslin & Västfjäl, 2008; Levi, 1982; Plantinga, 2009)

Además, para analizar este resultado es necesario recordar que en el análisis de contenido se establecieron diferencias entre las emociones atribuidas a ambos géneros. Así, se puede llegar a la conclusión que las emociones relacionadas con el género thriller (ansiedad y deseos de venganza) eran más negativas que las asociadas al drama (tristeza por pérdida amorosa). De este modo, si la audiencia llega a sentir empatía emotiva con los personajes mostrados con música de thriller es probable que experimenten ansiedad, mientras que con la música de drama sentirían tristeza. Esto puede llevar a disminuir la agradabilidad de los personajes mostrados con música de thriller, debido a que la emoción que experimentan con este género puede ser calificada como menos placentera en comparación a la generada con el otro tipo de música.

Por otro lado, la empatía cognitiva se relaciona con el nivel de certeza que mostraron los participantes con respecto a saber lo que el personaje estaba sintiendo. Los participantes reportaron sentirse más seguros acerca de las emociones de los personajes en la condición de drama que en la condición thriller. Esto se puede deber a las características propias de la música de ambos géneros. En un estudio realizado por (Austin, Moore, Gupta & Chordia, 2010) se encontró que las características de la música de drama eran muy diferenciadas en comparación a otros géneros. De este modo, el espectador al tener claro que la música que se presenta es música de drama puede atribuir estados emocionales congruentes con la música (Plantinga, 1999; Tan et al., 2007) con mayor facilidad que con la música de thriller a los personajes que observa. Otra explicación para esta diferencia puede estar relacionada con los significados extramusicales de la música de thriller, al encontrarse relacionada con peligro (Hoeckner et al., 2011), puede inducir en el espectador una sensación de incertidumbre que no le permite evaluar de manera certera la emoción del personaje.

En cuanto a las intenciones atribuidas a los personajes, se encontró que los personajes acompañados con música de drama tenían mejores intenciones que los mostrados con música de thriller o sin música. Esto puede ocurrir debido a que la música actúa como un estímulo que activa ciertos esquemas cognitivos que proveen un marco interpretativo en el procesamiento de la información que se muestra en pantalla (Boltz,

2001). En este sentido, la música estaría activando esquemas cognitivos relacionados a los géneros cinematográficos y a los personajes prototípicos de drama y de thriller.

No obstante, para que ocurra esta activación es necesario que las personas ya hayan establecido una relación entre los distintos tipos de música y los diferentes tipos de narrativa a través de mecanismos como el condicionamiento evaluativo (Bezdek & Gerrig, 2008). El establecimiento de este vínculo (entre el género musical y el género cinematográfico) se da a través de la repetida exposición a ambos estímulos. En este caso, se puede asumir que los participantes contaban con suficiente información sobre esta relación si tomamos en cuenta la frecuencia de exposición a películas o series (donde el recurso de la musicalización es ampliamente utilizado). La mayoría de los participantes veían películas entre una a tres veces por semana, mientras que la frecuencia de visionado de series aumentaba a tres veces por semana o todos los días. De acuerdo a estos datos, se puede inferir que los participantes han podido establecer la relación entre el género cinematográfico y los tipos de música, lo que les permite evaluar las intenciones de los personajes.

Esta evaluación de intenciones se basa en las características de los personajes prototípicos de ambos géneros que actúan como un esquema interpretativo. Los personajes de drama se caracterizan por ser héroes que, a pesar de estar pasando por un mal momento, superan los obstáculos. Por otro lado, los personajes de thriller son considerados como antihéroes, villanos que realizan malas acciones y no consideran a los demás (Dine Young, 2012; Plantinga, 1999). La activación de esquemas cognitivos de tipos de personajes se hace más evidente en el análisis de contenido de los personajes de thriller. En algunos casos los participantes no sólo los asociaron con emociones negativas, también hicieron comentarios como: “él sabe que la va a matar” o “tiene que vengarse de ella” para caracterizarlos. De este modo, tomando en cuenta esta construcción de personajes, se puede llegar a la conclusión que los personajes de drama tienen mejores intenciones que los de thriller, lo que afecta su subsecuente evaluación.

Por otra parte, a nivel videos se encontraron diferencias en esta variable sólo en los videos 2, 3 y 7. Un aspecto común que tienen estos clips es que se presentaba a otro personaje en la escena aparte de los que fueron evaluados. Esto puede llevar a pensar que es

más fácil evaluar las intenciones de los personajes cuando se observa a la persona que será afectada por sus acciones. En cierto sentido, esto puede tener relación con uno de los planteamientos postulados en la teoría de la probabilidad de elaboración (ELM) que, si bien se aplica al análisis de mensajes persuasivos, puede ser adaptada a la tarea que realizaron los participantes del experimento.

Según esta teoría, cuando las personas observan un mensaje tienen dos rutas para procesarlo: la ruta central, que demanda mayor elaboración y concentración por parte del espectador y la ruta periférica, en la cual predomina el prestar atención a elementos estéticos y no demanda mayor elaboración por parte del espectador (DeMarree & Petty, 2007). En este sentido, los clips que se usaron en el experimento estaban diseñados para favorecer el procesamiento a través de la ruta periférica, ya que eran cortos, no tenían mensajes hablados y un elemento importante era la música.

De este modo, se esperaba que el elemento musical fuera suficiente para proveer información acerca de las intenciones de los personajes. No obstante, el que se encontraran diferencias sólo en los clips en los que se mostrara a la persona afectada por las acciones del personaje principal sugiere que la música no siempre es suficiente en las condiciones donde se espera poca elaboración por parte del espectador. De alguna manera, los clips en los que sólo se presentaba al personaje principal demandaban mayor uso de recursos cognitivos para poder llegar a evaluar las intenciones, ya que requería que los participantes imaginaran a la posible víctima o beneficiario de las intenciones del personaje.

Este mismo razonamiento explicaría por qué se encontraran diferencias en la agradabilidad en los mismos clips. La ELM también ayuda a explicar la formación de actitudes (DeMarree & Petty, 2007) y, si se entiende por actitud la evaluación positiva o negativa de determinado elemento (Salinas, 2005), la agradabilidad sería un reflejo de ésta. Así, se puede decir que en los clips 1, 4, 5, 6 y 8 no existían suficientes elementos (aparte de la música) que ayudaran a formar una actitud acerca del personaje mostrado en pantalla. Este hecho se ve reflejado en la falta de diferencias en agradabilidad entre las condiciones experimentales.

Por otro lado, otro de los objetivos de este estudio fue el estudiar la relación que existe entre la agradabilidad y la identificación con el personaje, encontrándose que a mayor agradabilidad mayor identificación. Este hallazgo puede ser entendido tomando en cuenta la relación conceptual que existe entre estas dos variables. En teoría, los personajes que son vistos positivamente (presentan mayor agradabilidad) facilitan una respuesta empática, es decir la toma de perspectiva, promoviendo el proceso de identificación (Anderson, 1996; Dine Young, 2012). Este planteamiento se encuentra confirmado con los resultados de este estudio.

En cuanto a las limitaciones del estudio, se podría considerar incluir la variable disfrute (enjoyment) en la exploración de la relación entre la agradabilidad y la identificación. Con respecto a este tema, Igartúa y Páez (1997, en Igartúa, 2010) encontraron que el disfrute que se experimenta durante el visionado de una película dramática correlaciona positivamente con la identificación. En este sentido, se podría establecer un paralelo entre la agradabilidad y el disfrute, ya que se podría asumir que si un personaje resulta agradable a los espectadores se disfrutará más una película. Además, en este estudio se encontró que los personajes de drama eran percibidos como más agradables lo que podría aumentar el disfrute de los cortos en los que se encontraban, promoviendo la identificación.

Otra limitación es que no se cuenta con muestra suficiente para hacer comparaciones en el comportamiento de las variables de acuerdo a la frecuencia de exposición a las películas o series. Este tipo de análisis podría ayudar a conocer más sobre la activación de esquemas cognitivos en la población. Además, se podría complementar este tipo de análisis con la exploración de los esquemas cognitivos relacionados a los personajes de los géneros cinematográficos, a través de técnicas como los mapas perceptuales.



Bibliografía:

- Anderson, J. (1996). *The Reality of Illusion: An Ecological Approach to Cognitive Film Theory*. Carbondale: Southern Illinois University Press.
- Austin, A., Moore, E. Gupta, U. & Chordia, P. (2010). Characterization of movie genre based on music score. *Acoustics Speech and Signal Processing*, 421-424. doi: 10.1109/ICASSP.2010.5495763
- Berndt, A. & Hartmann, K. (2008). The Functions of Music in Interactive Media. *Lecture Notes in Computer Science*, 5334, 126-131.
- Bezdek, M. & Gerrig, R. (2008). Musical emotions in the context of narrative film. *Behavioral and Brain Sciences*, 31, 559-575. doi:10.1017/S0140525X08005323
- Boltz, M. (2001). Musical soundtracks as a schematic influence on the cognitive processing of filmed events. *Music Perception*, 18, 427-454. doi: 10.1525/mp.2001.18.4.427
- Boltz, M. (2004). The cognitive processing of film and musical soundtracks. *Memory and Cognition*, 32(7), 1194-1205. doi:10.3758/BF03196892
- Boltz, M., Ebendorf, B., & Field, B. (2009). Audiovisual Interactions: the Impact of Visual Information on Music Perception and Memory. *Music Perception: An Interdisciplinary Journal*, 27(1), 43-59. doi:10.1525/mp.2009.27.1.43
- Bruner, G. (1990). Music, Mood and Marketing. *Journal of Marketing*, 54(4), 94-104. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/1251762>
- Chion, M. (1994). *Audio-vision: Sound on screen*. New York: Columbia University Press.
- Chion, M. (1997). *La música en el cine*. Barcelona: Paidós.
- Cohen, J. (2001). Defining Identification: a theoretical look at the identification of audiences with media characters. *Mass communication and Society*, 4(3), 245-264.
- DeMarree, K., & Petty, R. (2007). Elaboration likelihood model. In R. Baumeister, & K. Vohs (Eds.), *Encyclopedia of social psychology*. (pp. 281-284). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc. doi: <http://dx.doi.org/10.4135/9781412956253.n172>
- Dine Young, S. (2012). *Psychology at the movies*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Ellis, R., & Simons, R. (2005). The impact of music on subjective and physiological indices of emotion while viewing films. *Psychomusicology*, 19(1), 15-40. Recuperado de <http://search.proquest.com/docview/200012899?accountid=10598>
- Euromonitor International. (2012). *Consumer Lifestyles in Peru*. Recuperado de <https://www.portal.euromonitor.com/Portal/Pages/Analysis/AnalysisPage.aspx>

- Euromonitor International. (2013). *Peruvian Consumers in 2020: A Look into the future*. Recuperado de <https://www.portal.euromonitor.com/Portal/Pages/Analysis/AnalysisPage.aspx>
- Gorbman, C.(1987).*Unheard Melodies: Narrative film music*. Bloomington: Indiana University Press.
- Hoeckner, B., Wyatt, E., Decety, J., & Nusbaum, H. (2011). Film music influences how viewers relate to movie characters. *Psychology Of Aesthetics, Creativity, And The Arts*, 5(2), 146-153. doi:10.1037/a0021544
- Igartúa, J. (2010). Identification with characters and narrative persuasion through fictional feature films. *Communications*, 35, 347-373. doi: 10.1515/COMM.2010.019
- Ipsos- Apoyo. (2011). *Perfil del Adulto Joven 2011*. Lima: Apoyo Opinión y Mercado.
- Ipsos-Apoyo. (2012) *Perfil del Adolescente y Joven 2012*. Lima: Apoyo Opinión y Mercado.
- Juslin, P. & Västfjäl, D. (2008). Emotional Responses to music: the need to consider underlying mechanisms. *Behavioral and Brain Sciences*, 31, 559-575. doi:10.1017/S0140525X08005293
- Kivy, P. (1989). *Sound sentiment: An essay on musical emotions*. Philadelphia: Temple University Press.
- Kline, R. (2010) *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. New York: Guildford Press.
- Levi, D. (1982). The structural determinants of melodic expressive properties. *Journal of Phenomenological Psychology*, 31(1), 19-44. Recuperado de <http://pao.chadwyck.com/PDF/1365612087551.pdf>
- Plantinga, C. (1999). *Passionate Views: Film, cognition, and emotion*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Plantinga, C. (2009). *Moving Viewers: American Film and the spectator's experience*. Berkeley: University of California Press. Recuperado de <http://hdl.handle.net.proxy.lib.duke.edu/2027/heb.08117.0001.001>
- Puccinelli, N. & Zaltman, G. (2001). *The Strategic Use of Music in Marketing: A Selective Review*. Boston: Harvard Business School.

- Salinas, M. (2005). Attitude. En N. Salkind (Ed.), *Encyclopedia of human development*. (pp. 141-143). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc. doi: <http://dx.doi.org/10.4135/9781412952484.n63>
- Shevy, M. (2008). Music genre as a cognitive schema: extramusical associations with country and hip-hop music. *Psychology of Music*, 36(4), 477-498. doi:10.1177/0305735608089384
- Smith, M. (1994). Altered states: character and emotional response in the cinema. *Cinema Journal*, 33(4), 34-35. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/1225898>
- Stanley, G. & Glass, J. (1986). *Métodos Estadísticos aplicados a las ciencias sociales*. México:Prentice Hall.
- Tan,S., Spackman,M., & Bezdek, M. (2007). Viewers' Interpretations of Film Characters' Emotions: Effects of Presenting Film Music Before or After a Character is Shown. *Music Perception: An Interdisciplinary Journal*, 25(2), 135-152. doi:10.1525/mp.2007.25.2.135
- Vitouch, O. (2001). When your ear sets the stage: Musical context effects in film perception. *Psychology of Music*, 29(1), 70-83. doi: 10.1177/0305735601291005
- Wingstedt, J., Brändström, S. & Berg, J. (2008). Young Adolescents' usage of narrative functions of media music by manipulation of musical expression. *Psychology of Music*, 36(2), 193-214. doi: 10.1177/0305735607085012
- Wingstedt, J., Brändström, S. & Berg, J. (2010). Narrative Music, Visuals and Meaning in Film. *Visual Communication*, 9, 193-210. doi:10.1177/1470357210369886

Anexo A

Información de estímulos (los tiempos marcan el inicio de las escenas usadas):

(1) Película: 71 Fragmentos de una cronología del azar (Michael Haneke, Austria, 1994) (18:22). Música de melodrama: James Horner, *All the king's men*, "Anne's Memories" (0:33) Música de thriller: Shirley Walker, *Memoirs of an Invisible Man*, "Fear Creeps In" (0:00)

(2) Película: Cinema Paradiso (Guiseppe Tornatore, Italia, 1988, Versión del director) (2:14:01). Música de melodrama: James Horner, *All the king's men*, "Anne's Memories" (0:33). Música de thriller: James Horner, *All the King's men*, "Conjuring the Hick Vote" (2:39).

(3) Película: Interiores (Woody Allen, USA, 1978) (0:00:00). Música de melodrama: Elmer Bernstein, *Far From Heaven*, "Transition" (0:00). Música de thriller: Jerry Goldsmith, *Medicine Man*, "Without a net" (0:00).

(4) Película: La Piscina (François Ozon, Francia, 2003) (0:07:00). Música de melodrama: John Williams, *Angela's Ashes*, "I Think of Theresa" (0:00). Música de thriller: Jerry Goldsmith, *The 13th Warrior*, "The cave of death" (0:16).

(5) Película: 71 Fragmentos de una cronología del azar (Michael Haneke, Austria, 1994) (17:55). Música de melodrama: Elmer Bernstein, *Far From Heaven*, "Remembrance" (0:19) Música de thriller: Jerry Goldsmith, *Medicine Man*, "Without a net" (0:50).

(6) Película: Tres Colores: Azul (Krzysztof Kieslowski, Francia, 1993) (0:29:17).). Música de melodrama: Elmer Bernstein, *Far From Heaven*, "Crying" (0:00). Música de thriller: James Horner, *All the King's men*, "Conjuring the Hick Vote" (0:00).

(7) Película: En pleno verano (Anh Hung Tran, Francia, 2000) (1:39:07). Música de melodrama: Jerry Goldsmith, *The Omen*, "A sad message" (0:00) Música de thriller: Jerry Goldsmith, *The 13th Warrior*, "The cave of death" (1:23).

(8) Película: La Piscina (François Ozon, Francia, 2003) (0:07:13). Música de melodrama: Jon Brion, *Magnolia*, "Chance of Rain" (0:10). Música de thriller: Jerry Goldsmith, *Medicine Man*, "Without a net" (0:00).

Nota: En los videos 2, 3 y 7 se muestran otros personajes aparte del evaluado. En el video 2 y 7 se muestra una mujer como foco de atención del personaje masculino. En el video 3 la mujer está observando unos niños a través de una ventana.

Anexo B

Instrucciones:

Preste atención al personaje que se muestra mientras observa cada uno de los videos, luego conteste las siguientes preguntas para cada una de las escenas que acaba de ver. Marque la respuesta que más se asemeje a lo que usted piensa del personaje

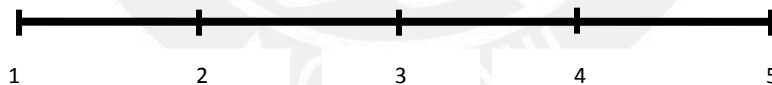
1. Tomando en cuenta la expresión facial del personaje ¿Qué emoción cree usted que representa?

- Repugnancia
- Alegría
- Sorpresa
- Tristeza
- Ira
- Miedo
- Neutralidad

2. En una escala del 1 al 5 ¿qué tan representativa de la emoción que marcó en la pregunta anterior es la expresión facial del personaje?

Nada representativa

Muy representativa



(Las preguntas se repiten por cada clip evaluado)

Anexo C

Instrucciones:

Usted escuchará una serie de piezas musicales que tendrá que asignar a un determinado género cinematográfico. De acuerdo a las características que tenga la pieza musical (ritmo, disonancia, amplitud de rango) deberá calificarla en un rango de 5 puntos como propia del género thriller (suspense) o propia de un melodrama.

Recuerde que la música de melodrama se caracteriza por ser sentimental, triste, romántica y suave; mientras que la música de thriller es ominosa, con energía, tensa y audaz.

1. ¿Cómo calificaría la pieza musical que acaba de oír?

Prototípica del género
melodrama

Prototípica del género
thriller



(Las preguntas se repiten por cada pieza evaluada)

Anexo D

(Correo que se utilizó para la convocatoria)

Hola Chicos,

Mi nombre es Alejandra Vigo y soy estudiante de Psicología Social. Actualmente me encuentro trabajando en mi tesis y estoy en busca de voluntarios para que participen en el experimento que estoy realizando como proyecto.

El experimento que voy a realizar busca conocer sobre la interacción de los medios de comunicación con los espectadores. Para esto, las personas que acepten participar deberán ver unos videos y luego contestar unas preguntas. La aplicación tiene como duración entre unos 30-minutos.

El día programado para el experimento es el próximo **Jueves 26 de Setiembre** durante jueves cultural. Ese día, los que se animen deberán estar en el punto de encuentro (la rotonda de Psicología) a las **12:30 pm**.

Si alguno se encuentra interesado por favor escríbame a vigo.alejandra@pucp.pe,

Muchas Gracias,

Ale Vigo



Anexo E

Consentimiento Informado

La presente investigación es conducida por Alejandra Vigo Dávila estudiante de la Pontificia Universidad Católica del Perú para el curso de Seminario de Tesis en Psicología Social. La meta de este estudio es ampliar el conocimiento sobre la interacción entre los medios de comunicación y el espectador.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en un cuestionario. Esto tomará aproximadamente 40 minutos de su tiempo.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma.

¿Desea participar en esta investigación?

Sí

No

Firma del Participante

Código

Anexo F

Datos sociodemográficos

Sexo

F

M

Edad

¿Con qué frecuencia asiste al cine?

1 vez a la semana	
1 vez cada 15 días	
3 veces al mes	
1 vez al mes	
1 vez cada 3 meses	
1 vez cada 6 meses	
No asisto al cine	
Otros (Especificar)	

¿Con qué frecuencia ve películas (sin contar el cine)?

Todos los días	
3 veces por semana	
1 vez por semana	
1 vez cada 15 días	
1 vez al mes	
No veo películas	
Otros (Especificar)	

¿Con qué frecuencia ve series?

Todos los días	
3 veces por semana	
1 vez por semana	
1 vez cada 15 días	
1 vez al mes	
No veo series	
Otros (Especificar)	

¿Ha llevado el curso Psicología Experimental?

Sí

No

Indicaciones:

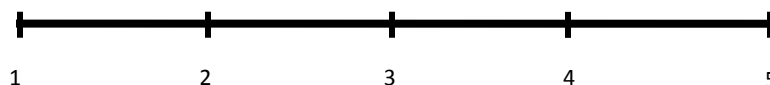
Responda las siguientes preguntas haciendo un círculo en el punto de la escala que más se asemeja a lo que piensa.

- ¿Cómo cree que son las intenciones que tiene el personaje que acaba de ver?

(Con la palabra *intenciones* nos referimos al propósito que tiene el personaje. Cuando se habla de *malas intenciones* se espera que el personaje realice alguna acción con consecuencias negativas para el o para otra persona, mientras que *buenas intenciones* hacen referencia a acciones que no causan daño)

Tiene muy malas
intenciones

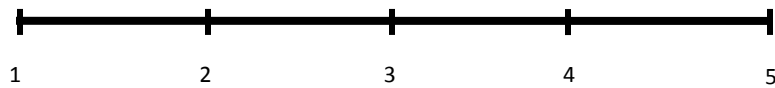
Tiene muy buenas
intenciones



- ¿Qué tan agradable le parece el personaje que acaba de ver?

Muy Desagradable

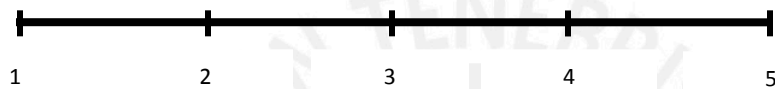
Muy Agradable



3. ¿Qué tan seguro se encuentra de saber lo que el personaje está pensando?

Muy Inseguro

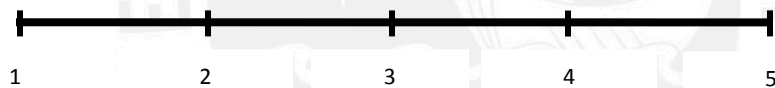
Muy Seguro



4. ¿Qué tan identificado se encuentra con el personaje que acaba de ver?

Nada Identificado

Muy Identificado



5. ¿Qué emoción cree que el personaje está sintiendo?

6. ¿Ha visto alguna vez la escena que se acaba de mostrar?

Sí

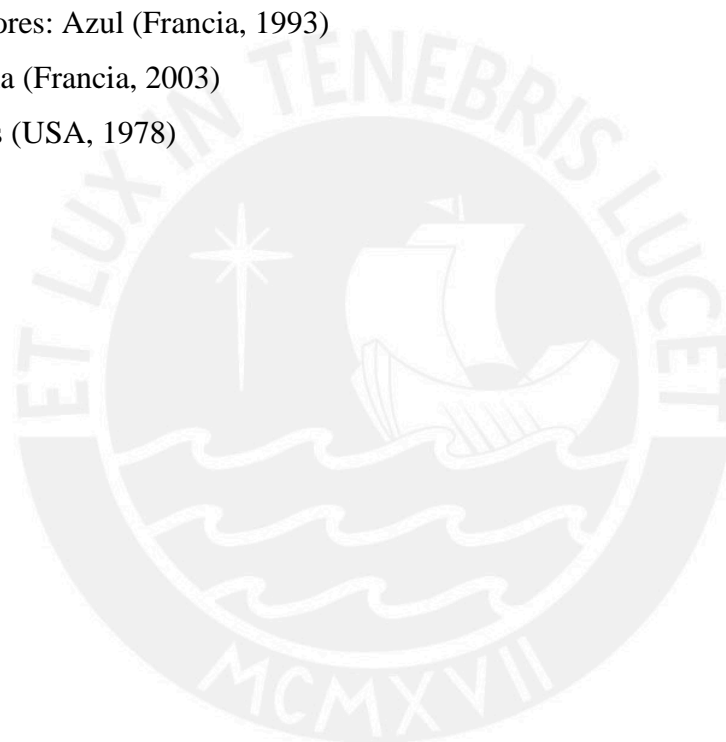
No

(Estas preguntas se repiten por cada clip que se muestra)

Código

Anexo G

1. ¿Usted ha visto alguna de las películas de la siguiente lista? (Puede marcar varias opciones)
 - Cinema Paradiso (Italia, 1988)
 - En Pleno Verano (Francia, 2000)
 - 71 Fragmentos de una cronología del azar (Austria, 1994)
 - Tres Colores: Azul (Francia, 1993)
 - La Piscina (Francia, 2003)
 - Interiores (USA, 1978)



Anexo H

(Descriptivos de normalidad)

La falta de normalidad en la distribución es grave cuando la Asimetría es mayor a 3 y la Curtosis es mayor a 10 (en valor absoluto)

*Asimetría severa > 3, Curtosis severa >10 (valor absoluto)

Agradabilidad a nivel videos:

Tabla 1. Descriptivos de la distribución de la variable Agradabilidad

	Grupo					
	Grupo 1		Grupo 2		Grupo 3	
	(n=10)		(n=10)		(n=10)	
	Asimetría	Curtosis	Asimetría	Curtosis	Asimetría	Curtosis
Agradabilidad video 2	.132	.179	.389	.370	0.000	.080
Agradabilidad video 3	.223	-1.734	.813	-.022	.166	-.734
Agradabilidad video 7	-.407	-1.074	0.000	.080	0.000	-1.393

Agradabilidad a nivel condiciones:

Tabla 2. Descriptivos de la distribución de la variable Agradabilidad

	Grupo					
	Sin Música		Drama		Thriller	
	(n=80)		(n=80)		(n=80)	
	Asimetría	Curtosis	Asimetría	Curtosis	Asimetría	Curtosis
Agradabilidad	-.015	-.636	-.580	.693	-.040	-.980

Intenciones a nivel videos:

Tabla 3. Descriptivos de la distribución de la variable Intenciones

	Grupo					
	Grupo 1		Grupo 2		Grupo 3	
	(n=10)		(n=10)		(n=10)	
	Asimetría	Curtosis	Asimetría	Curtosis	Asimetría	Curtosis
Intenciones video 2	-.484	-2.277	1.531	4.500	.863	-.522
Intenciones video 3	0.000	-1.393	-1.179	.571	1.179	.571
Intenciones video 7	-.454	-.516	0.000	4.500	.601	.396

Intenciones a nivel condiciones:

Tabla 4. Descriptivos de la distribución de la variable Intenciones

	Grupo					
	Sin Música (n=80)		Drama (n=80)		Thriller (n=80)	
	<i>Asimetría</i>	<i>Curtosis</i>	<i>Asimetría</i>	<i>Curtosis</i>	<i>Asimetría</i>	<i>Curtosis</i>
Intenciones	-0.079	-0.724	-0.302	-0.102	.235	-0.063

*Ninguna de las variables en los distintos grupos o condiciones presenta los valores necesarios para aceptar la falta de normalidad grave en la distribución.



Anexo I

(Contrastes ANOVA realizados por variable)

Variable Agradabilidad (por video y entre condiciones):

Tabla 1. ANOVA de Agradabilidad por video

		<i>gl</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
Agradabilidad video 2	Inter-grupos	2	6.943	.004
	Intra-grupos	27		
Agradabilidad video 3	Inter-grupos	2	7.797	.002
	Intra-grupos	27		
Agradabilidad video 7	Inter-grupos	2	17.538	.000
	Intra-grupos	27		

Tabla 2. ANOVA de Agradabilidad

	<i>gl</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
Inter-grupos	2	10.523	.000
Intra-grupos	237		

Variable Intenciones (por video y entre condiciones):

Tabla 3. ANOVA de Intenciones por video

		<i>gl</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
Intenciones video 2	Inter-grupos	2	6.202	.006
	Intra-grupos	27		
Intenciones video 3	Inter-grupos	2	4.500	.021
	Intra-grupos	27		
Intenciones video 7	Inter-grupos	2	12.878	.000
	Intra-grupos	27		

Tabla 4. ANOVA de Intenciones

	<i>gl</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
Inter-grupos	2	12.834	.000
Intra-grupos	237		

Variable Seguridad (entre condiciones):

Tabla 5. ANOVA de Seguridad

	<i>gl</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
Inter-grupos	2	7.451	.001
Intra-grupos	237		