

Ficción audiovisual y procesos de percepción en estudiantes universitarios de Argentina y España. Una investigación empírica

Sebastián SÁNCHEZ CASTILLO
Universidad de Valencia (España)
sebastian.sanchez@uv.es

Gabriela FABBRO DE NAZÁBAL
Universidad Austral de Buenos Aires (Argentina)
GFabbro@austral.edu.ar

Resumen

Esta investigación descubre las diferencias en la percepción audiovisual en jóvenes estudiantes, mediante la evaluación del impacto afectivo o cambio de estado de ánimo que muestra el observador en relación con un capítulo de una ficción audiovisual conocida. Un grupo de estudiantes de Ciencias de la Comunicación procedentes de la Universidad Austral de Buenos Aires (Argentina) y de la Universidad de Valencia (España) se han sometido a cuestionarios analíticos pre-test y post-test sobre un capítulo de la serie de ficción “*The Walking Dead*”.

Palabras clave: Percepción audiovisual; ficción televisiva; estado de ánimo; afectividad

Audiovisual Fiction and Perception Processes in University Students in Argentina and Spain. An Empirical Research

Abstract

Differences among audiovisual perception in university students are researched by the assessment of emotional impact or mood changes in university audiences upon watching a chapter of a well-known fiction TV series. A group of Communication Sciences students from the Buenos Aires Austral University (Argentina) and the University of Valencia (Spain) were asked to complete both pre- and post-test analytical questionnaires on a chapter of the popular American TV series *The Walking Dead*.

Key Words: Audiovisual perception; TV fiction; mood; emotion

Referencia normalizada:

Sánchez Castillo, S. y Fabro de Nazábal, G. (2013) Ficción audiovisual y procesos de percepción en estudiantes universitarios de Argentina y España. Una investigación empírica. *Historia y Comunicación Social*. Vol. 18. N° Especial Noviembre. Págs. 677-687.

Sumario: 1. Introducción. 2. Método. 2.1. Participantes. 2.2. Procedimiento. 2.3. Capítulo de ficción. 2.4. Variables e instrumentos. 2.5. Resultados. 3. Bibliografía.

1. Introducción

Las experiencias emocionales que muestran los espectadores son una de las primeras y más importantes consecuencias del entretenimiento mediático (Oatley, 2002; Vorderer, 2006). En los estudios sobre comunicación uno de los tipos de sentimientos más estudiados son el estado de ánimo y los procesos emocionales, en los cuales se demuestra que el visionado de producciones audiovisuales puede inducir a cambios en su estado de ánimo (Frijda, 1989; Tan, 1996; Zillmann, 2003).

Esta investigación descubre las diferencias en la percepción audiovisual en jóvenes estudiantes, mediante la evaluación del impacto afectivo o cambio de estado de ánimo que muestra el observador en relación con un capítulo de una ficción audiovisual conocida. Un grupo de estudiantes de Ciencias de la Comunicación procedentes de la Universidad Austral de Buenos Aires (Argentina) y de la Universidad de Valencia (España) se han sometido a cuestionarios analíticos pre-test y post-test sobre un capítulo de la serie de ficción “*The Walking Dead*”.

Se ha empleado la escala PANAS (Positive Affect and Negative Affect Schedule). El conocimiento de los posibles cambios del estado anímico debido a la lectura audiovisual es especialmente concluyente al tratarse de futuros creadores de opinión, profesionales de la narración y de la comunicación social. Se descubre si la procedencia continental del estudiante puede considerarse como una variable dependiente y explicativa de un estado de ánimo concreto frente a estos constructos audiovisuales. Tanto el corpus teórico como los resultados, son tratados como un proceso de innovación docente de gran interés para conocer las diferencias en la percepción y persuasión de estudiantes universitarios entre estos países y así invitar al ajuste y optimización de sus respectivos planes de estudio en Ciencias de la Comunicación.

2. Método

2.1. Participantes

En esta investigación participaron (N=84) estudiantes de la Universidad Austral de Buenos Aires, Argentina, 85,7% mujeres, N=72, $M_{\text{edad}} = 21,10$ años, $DT = 1,093$, y (N=84) estudiantes de la Universidad de Valencia, España, 57,14% mujeres, N=48, $M_{\text{edad}} = 20,69$ años, $DT = 1,479$. Ambos grupos proceden de tercer y cuarto curso de Grado Comunicación Social, Comunicación Audiovisual y del Grado de Ingeniería Multimedia, alumnos que se prestaron de forma voluntaria a la investigación propuesta.

En el caso de la universidad privada de Buenos Aires los datos se han obtenido en 3º curso en la asignatura de “Radio” y en 4º curso con la asignatura “Marketing”, durante el horario lectivo (21/08/2013).

En la universidad pública valenciana, la encuesta se presentó a estudiantes de 4º curso de Comunicación Audiovisual en la asignatura “Realización Televisiva”, y en el 3º curso de Ingeniería Multimedia en la asignatura “Tecnologías Audiovisuales de Adquisición” también durante el horario de clase (13/09/2013).

2.2. Método

El capítulo de ficción propuesto se proyectó en la misma aula donde se imparte clase de las asignaturas indicadas. Los alumnos, tanto de Argentina como de España fueron informados del capítulo de ficción que se disponían a visionar tras haber cumplimentado previamente la escala pre-test de evaluación de ánimo ($\alpha = .69$). Tras el visionado, los mismos alumnos debían cumplimentar la escala post-test de evaluación de ánimo ($\alpha = .74$). También se indicó en la encuesta la edad y el sexo de los alumnos.

Para la investigación se ha escogido el episodio 7 de la segunda temporada de “*The Walking Dead*”, serie de ficción elegida por los altos índices de audiencia en ambos países. “*The Walking Dead*”, (Los muertos caminantes) es una serie de televisión desarrollada por Frank Darabont y basada en la serie de cómics homónima creada por Robert Kirkman y Tony Moore y que actualmente se publica por la editorial Image Comics. El episodio elegido para la investigación es uno de los más vistos de la temporada, al resolverse de forma dramática la infortunada búsqueda de Sophia, la niña perdida en un bosque atestado de “caminantes”.

Únicamente 7 alumnos de la totalidad (N= 168) se declara férreos seguidores de la serie. El resto, aún conociendo perfectamente la serie, no la consideran como preferida.

2.3. Constructo audiovisual

El capítulo elegido cuenta con una estructura narrativa que puede caracterizarse como “clásica”, desde la perspectiva que propone tres actos claramente definidos, que se distribuyen según una división por escenas nutrida, a partir de una temporalidad claramente calibrada. 2 escenas para la exposición, 18 escenas para el desarrollo y 8 escenas para el desenlace.

Esta propuesta de desglose narrativo compone un relato que se construye a partir de un ritmo *in crescendo* basado en las expectativas que quiere construir en la audiencia. Dos escenas sirven como presentación de los conflictos del episodio, un nudo variado y sostenido por la multiplicidad de juego de opuestos y un desenlace con múltiples escenas, que van cerrando conflictos secundarios para resolver prácticamente en la última, el conflicto principal, Sophia “viva o muerta”... conforman el contenido narrativo de este episodio.

La información, por cierto nutrida y variada, está dosificada a partir de 3 tipos de conflicto, los anticipatorios, los principales y los secundarios (los que se cierran y los que quedan abiertos).

La gradación de los conflictos y el contenido de los mismos, se basa en la convivencia de convenciones de diversos géneros audiovisuales: la ciencia ficción que sostiene el conflicto principal, basado en los zombies que invaden el mundo, el suspense como principal eje rítmico del relato (qué se hace con los zombies del granero y por ello, qué se hace con Sophia), el melodrama como sustrato de la historia principal (Rick, Shane y Lori), y algunas que corresponden al drama, como principal mecanismo de resolución y vuelta al equilibrio de los conflictos (especialmente la muerte de Sophie). La hibridez genérica, base narrativa de los géneros audiovisuales y de las series televisivas actuales principalmente, promueve la identificación de variados públicos y la generación de diferentes estados de ánimo en relación con el texto. Este capítulo, con tanta información narrativa, con variedad genérica y con un ritmo basado en curvas dramáticas ascendentes, construye un relato propicio para la diversidad en los estados de ánimo que genera a partir de los horizontes de expectativas imaginados en el público receptor.

2.4. Variables e instrumentos

El estado de ánimo se evaluó mediante la escala PANAS (*Positive Affect and Negative Affect Schedule*), de Watson, Clark y Tellegen (1988). Esta escala está compuesta por 20 términos emocionales dispuestos en dos grupos dimensionados como afectividad positiva (AP-10) y afectividad negativa (AN-10).

La escala PANAS ha sido empleada en distintas ocasiones para investigaciones de persuasión en comunicación junto a los estudios de empatía e identificación con los personajes de ficción (Zillmann, 1997 y 1991; Igartua y Muñiz, 2008; Igartua, Acosta y Frutos, 2009; Chory-Assad y Cicchirillo, 2005; Sánchez, 2012).

El afecto positivo representa la dimensión de emocionalidad placentera, manifestada a través de motivación, energía, deseo de afiliación y sentimientos de dominio, logro o éxito. Las personas con alto afecto positivo suelen experimentar sentimientos de satisfacción, gusto, entusiasmo, energía, amistad, unión, afirmación y confianza. Se relaciona con la extroversión, el optimismo y la resiliencia.

En contraste, el afecto negativo representa la dimensión de emocionalidad displacentera y el malestar, manifestada por miedos, inhibiciones, inseguridades, frustración y fracaso (Moral, 2011).

Las personas con alto afecto negativo suelen experimentar desinterés, aburrimiento, tristeza, culpa, angustia, vergüenza y envidia. Se relaciona con la sensibilidad temperamental ante estímulos negativos, labilidad vegetativa, estresores y ambientes desfavorables (Clark y Watson, 1991). El afecto positivo es un factor protector de enfermedades y facilita el buen rendimiento, por el contrario el afecto negativo es un factor de riesgo (Little et al., 2007; Montpetit, 2007; Watson y Pennebaker, 1989).

Aunque los términos afecto positivo y negativo parecen referirse a dos polos de una misma dimensión, fueron propuestos como dos dimensiones diferenciadas, incluso independientes (Carroll et al., 1999). En la actualidad existen varias medidas para evaluar estas dos dimensiones del afecto (Diener y Emmons, 1984; Russell, 1980), pero entre ellas destaca la Escala de Afecto Positivo y Negativo PANAS, (Watson et al., 1988), la cual cuenta con validación en países de diversas culturas (Sandín et al., 1999).

Se creó un indicador de “inducción de afecto positivo” restando el afecto positivo del post-test menos el afecto positivo del pre-test; y también un indicador de “inducción de afecto negativo”, restando el afecto negativo del post-test menos el afecto negativo del pre-test (Igartua et al., 2009. Pág.10).

Las estimaciones de la consistencia interna varían de ($\alpha=.86$) a ($\alpha=.90$) para la escala del Afecto Positivo; y de ($\alpha=.84$) a ($\alpha=.87$) para la del Negativo (Watson et al., 1988).

En la presente investigación se valorará cada ítem mediante una escala Likert de cinco puntos (desde 1=muy en desacuerdo, hasta 5=muy de acuerdo). Para la codificación de los datos se ha empleado SPSS, IBM v. 21, y el procedimiento estadístico se ha realizado mediante la prueba *t* de Student para muestras relacionadas (*Paired-samples-t-text*) para comprobar los cambios afectivos antes y después del capítulo de ficción en cada universidad. Por su parte, se ha considerado adecuada la prueba *t* de Student para muestras independientes como método para analizar las diferencias en las medias y la significación de los grupos argentino y español. Con este último estadístico se comprobará si el cambio anímico provocado por el producto audiovisual ha incidido de forma distinta en los jóvenes de ambos países.

La valoración personal del capítulo de ficción se midió en una escala Likert de 10 puntos, más pormenorizada que la anterior, desde 1=muy en desacuerdo, hasta 10=muy de acuerdo.

2.5. Resultados y conclusiones

En primer lugar, se ha comprobado que el visionado del capítulo de ficción seleccionado para la investigación ha producido cambios en el número de ítems de la escala de afectividad en ambos países.

Los estudiantes de la Universidad Austral de Buenos Aries han mostrado cambios significativos en 15 de los 20 términos emocionales, de los cuales 6 son de la afectividad positiva (ver tabla 1); atento ($M_{pre-test}$ 3,25; $M_{post-test}$ 3,70), interesado ($M_{pre-test}$ 3,43; $M_{post-test}$ 3,1), alerta ($M_{pre-test}$ 1,98; $M_{post-test}$ 2,71), excitado ($M_{pre-test}$ 1,92; $M_{post-test}$ 2,48), orgulloso ($M_{pre-test}$ 1,90; $M_{post-test}$ 1,55) y decidido ($M_{pre-test}$ 2,65; $M_{post-test}$ 2,35), y 9 de afectividad negativa; angustiado ($M_{pre-test}$ 1,51; $M_{post-test}$ 2,83), preocupado ($M_{pre-test}$ 1,68; $M_{post-test}$ 2,60), hostil ($M_{pre-test}$ 1,36; $M_{post-test}$ 1,90), irritable ($M_{pre-test}$ 1,63; $M_{post-test}$ 1,90), asustado ($M_{pre-test}$ 1,12; $M_{post-test}$ 1,73), temeroso ($M_{pre-test}$ 1,23; $M_{post-test}$ 1,75),

nervioso ($M_{pre-test}$ 1,45; $M_{post-test}$ 2,42), inquieto ($M_{pre-test}$ 2,65; $M_{post-test}$ 3,30) y finalmente culpable ($M_{pre-test}$ 1,12; $M_{post-test}$ 1,33).

TABLA 1 (elaboración propia)
Impacto afectivo (Paired-samples-t-text)

	Pre-test /Post-test Argentina	Pre-test /Post-test España
(AP) Atento	[t(83)= -3,357, $p < .001$]	[t(83)= -7,277, $p < .001$]
(AN) Angustiado	[t(83)= -7,835, $p < .001$]	[t(83)= -5,353, $p < .001$]
(AP) Interesado	[t(83)= 2,234, $p < .028$]	[t(83)= -4,625, $p < .001$]
(AN) Preocupado	[t(83)= -5,277, $p < .001$]	[t(83)= -1,973, $p < .052$]
(AP) Alerta	[t(83)= -4,468, $p < .001$]	[t(83)= -3,198, $p < .002$]
(AN) Hostil	[t(83)= -4,195, $p < .001$]	[t(83)= -1,408, $p < .163$]
(AP) Excitado	[t(83)= -3,348, $p < .001$]	[t(83)= -1,399, $p < .165$]
(AN) Irritable	[t(83)= -2,116, $p < .037$]	[t(83)= -2,478, $p < .015$]
(AP) Entusiasmado	[t(83)= 1,750, $p < .084$]	[t(83)= -4,353, $p < .001$]
(AN) Asustado	[t(83)= -5,173, $p < .001$]	[t(83)= -2,348, $p < .021$]
(AP) Inspirado	[t(83)= ,912, $p < .364$]	[t(83)= -2,718, $p < .008$]
(AN) Temeroso	[t(83)= -3,882, $p < .001$]	[t(83)= -2,005, $p < .048$]
(AP) Orgullosa	[t(83)= 2,583, $p < .012$]	[t(83)= -2,689, $p < .009$]
(AN) Avergonzado	[t(83)= -1,685, $p < .096$]	[t(83)= ,394, $p < .695$]
(AP) Decidido	[t(83)= 2,217, $p < .029$]	[t(83)= -3,641, $p < .001$]
(AN) Culpable	[t(83)= -3,062, $p < .003$]	[t(83)= -1,092, $p < .278$]
(AP) Fuerte	[t(83)= 1,299, $p < .198$]	[t(83)= ,464, $p < .644$]
(AN) Nervioso	[t(83)= -6,469, $p < .001$]	[t(83)= ,793, $p < .430$]
(AP) Activo	[t(83)= ,779, $p < .438$]	[t(83)= 3,477, $p < .001$]
(AN) Inquieto	[t(83)= -3,710, $p < .001$]	[t(83)= ,293, $p < .770$]

En la Universidad de Valencia el impacto en el cambio afectivo tras la visión del capítulo ha sido algo menor. Se han detectado cambios significativos en 13 de los 20 términos emocionales, siendo 8 de afectividad positiva; atento ($M_{pre-test}$ 3,70; $M_{post-test}$ 2,88), interesado ($M_{pre-test}$ 3,11; $M_{post-test}$ 2,38), alerta ($M_{pre-test}$ 2,71; $M_{post-test}$ 2,14), entusiasmo ($M_{pre-test}$ 2,73; $M_{post-test}$ 2,40), inspirado ($M_{pre-test}$ 2,01; $M_{post-test}$ 2,43), orgulloso ($M_{pre-test}$ 1,55; $M_{post-test}$ 2,08), decidido ($M_{pre-test}$ 2,35; $M_{post-test}$ 1,94) y activo ($M_{pre-test}$ 2,99; $M_{post-test}$ 2,43), y 5 negativa; angustiado ($M_{pre-test}$ 2,08; $M_{post-test}$ 3,00), preocupado ($M_{pre-test}$ 2,10; $M_{post-test}$ 2,48), irritable ($M_{pre-test}$ 2,13; $M_{post-test}$ 2,56), asustado ($M_{pre-test}$ 2,02; $M_{post-test}$ 2,48) y temeroso ($M_{pre-test}$ 1,76; $M_{post-test}$ 2,12).

Es posible comprobar el grado de similitud o diferencia entre ambos países en relación con los términos emocionales, y evidenciar la existencia de cambios en el estado de ánimo tras el visionado y la correlación post-test mediante el procedimiento *t* de Student para muestras independientes.

Según la tabla 2, únicamente las dimensiones de “angustiado”, “preocupado”, “entusiasmado” y “nervioso”, no presentan una dependencia significativa entre países, es decir que no existen diferencias. Se comprueba también que el estado “excitado” es tendencial. Los 15 restantes presentan una correlación positiva, por lo que pueden considerarse modelos afectivos diferenciados entre países. De estos 8 se consideran como afecto positivo y 7 como afecto negativo.

De los 15 ítems que definen las diferencias afectivas tras el visionado de ficción entre los estudiantes de Argentina y España, los que han mostrado una relación significativa, aunque no muy intensa, con el sexo del alumno son “alerta” [$\chi^2(4, N= 168)= 10,535, p < .032$] e “irritable” [$\chi^2(4, N= 168)= 10,512, p < .033$], por lo que se puede afirmar que el género del estudiante no es un criterio o una variable explicativa que defina los cambios emocionales en la recepción audiovisual de los encuestados.

TABLA 2 (elaboración propia)
Impacto afectivo (*Independent-samples-t-test*) post-test

	Argentina		España		Sig. bilateral
	M	(DT)	M	(DT)	
Atento	3,70	1,190	2,88	1,236	$p < .001$
Angustiado	2,83	1,240	3,00	1,119	$p < .362$
Interesado	3,11	1,290	2,38	1,289	$p < .001$
Preocupado	2,60	1,281	2,48	1,303	$p < .551$
Alerta	2,71	1,313	2,14	1,224	$p < .004$
Hostil	1,90	1,037	2,33	1,165	$p < .013$
Excitado	2,48	1,303	2,13	1,180	$p < .074$
Irritable	1,90	1,093	2,56	1,236	$p < .001$
Entusiasmado	2,37	1,306	2,40	1,262	$p < .857$
Asustado	1,73	1,079	2,48	1,187	$p < .001$
Inspirado	2,01	1,070	2,43	1,273	$p < .023$
Temeroso	1,75	1,040	2,12	1,236	$p < .038$
Orgullosa	1,55	,884	2,08	1,174	$p < .001$
Avergonzado	1,19	,591	2,01	1,207	$p < .001$
Decidido	2,35	1,256	1,94	1,022	$p < .023$
Culpable	1,33	,665	1,89	1,109	$p < .001$
Fuerte	2,40	1,194	1,90	1,104	$p < .005$
Nervioso	2,42	1,399	2,12	1,166	$p < .136$
Activo	2,99	1,285	2,43	1,225	$p < .004$
Inquieto	3,30	1,306	2,12	1,134	$p < .001$

Nota. Los valores F de Levene no ha resultado significativo en ninguna de las variable (país), confirmando con ello el principio necesario de homocedasticidad. Se han asumido varianzas iguales.

Por último, se han obtenido dos indicadores del estado de ánimo, la afectividad positiva resultando ser en Argentina (α pre- test=.81, α post-test=.79) y en España (α pre- test=.80, α post-test=.82) y la afectividad negativa, en Argentina (α pre- test=.85, α post-test=.84) y en España (α pre- test=.81, α post-test=.78).

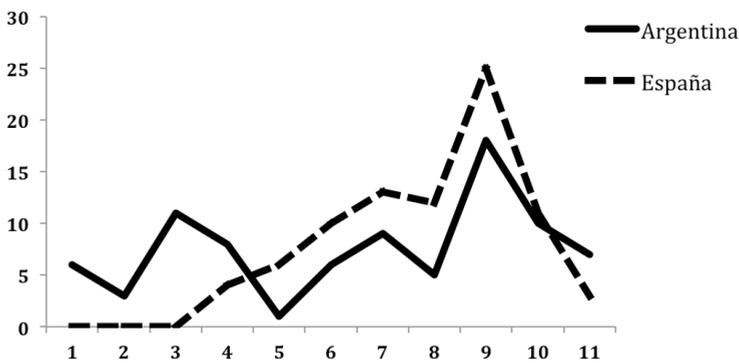
Una vez analizados los datos y según se muestra en la tabla 3, se concluye que el visionado del capítulo de ficción produce un impacto afectivo significativo tanto en los estudiantes argentinos como en los españoles. Los alumnos de la Universidad Austral muestran un incremento estadístico significativo del afecto negativo (AN) tras el visionado ($t(83) = -4,27, p < .001$). Por su parte los estudiantes de la Universidad de Valencia manifiestan un cambio en el afecto positivo ($t(83) = -3,90, p < .001$) y de forma tendencial al negativo ($t(83) = 1,38, p < .045$).

TABLA 3 (elaboración propia)
Inducción de afecto

	Pre-Test		Post-Test		t	gl	p
	M	DT	M	DT			
Argentina							
Afecto positivo	2,55	1,11	2,56	1,20	0,16	83	.798
Afecto negativo	1,76	1,01	2,20	1,17	-4,27	83	.001
España							
Afecto positivo	1,83	1,00	2,27	1,19	-3,90	83	.001
Afecto negativo	2,03	1,10	2,31	1,20	1,38	83	.045

En cuanto a la valoración del capítulo de ficción, esta ha sido superior entre los estudiantes españoles $n = 87, M = 6,87, DT = 1,78$ que entre los argentinos $n = 87, M = 5,67, DT = 3,14$, siendo además muy desigual la distribución numérica de estas valoraciones, ver gráfico 1.

GRÁFICO 1. Valoración de la ficción (elaboración propia)



Para una posible correlación significativa entre el sexo del estudiante y el nivel de valoración del capítulo de ficción, en la universidad argentina ha quedado demostrada una diferenciación de la valoración del capítulo de ficción propuesto por sexos, obteniéndose en los hombres una mayor puntuación $M = 7,33, DT = 2,46$ frente a las mujeres $M = 5,39, DT = 3,16$ y por lo tanto una dependencia significativa entre ambos grupos [$t(82) = 2,022, p < .046$]. Sin embargo las estudiantes femeninas españolas muestran una mayor valoración a la ficción $M = 7,19, DT = 1,65$ que sus compañeros

M= 6,44, DT= 1,88 existiendo también en este caso una significación, aunque algo tendencial [$t(82) = -1,914$, $p < .059$].

Estas conclusiones son extremadamente útiles para reflexionar sobre posibles cambios en la programación docente universitaria y para conocer bajo la teoría de los efectos el comportamiento emocional de los jóvenes bajo el impacto ficcional, algo que sin duda merece la observación de los programadores y productores de los relatos de ficción televisiva.

Los datos obtenidos en esta investigación deben ser valorados con la cautela debida al haberse realizado con un número de alumnos limitado. Aunque los datos de fiabilidad interna son objetivamente positivos, es razonable suponer la posibilidad de mejorar el número de encuestados con la invitación de otros centros de educación superior. Aunque las razones psicológicas y culturales que subyacen en estos resultados no han sido tomados en cuenta, los datos concluyentes de la presente investigación son de gran interés para conocer los cambios afectivos de los jóvenes de ambos países frente a la ficción audiovisual.

3. Bibliografía

- CARROLL, J.; M. YIK; J. RUSSELL y L. KELDMAN (1999). "On the Psychometric Principles of Affect". En: *Review of General Psychology*. 3(1).
- CHORY-ASSAD, R. M. y CICCHIRILLO, V. (2005). "Empathy and affective orientation as predictors of identification with television characters". En: *Communication Research Reports*, 22 (2), p.151-156.
- CLARK, L. A. y D. WATSON (1991). "Tripartite Model of Anxiety and Depression: Psychometric Evidence and Taxonomic Implications". En: *Journal of Abnormal Psychology*. 100(3).
- DIENER, E. y R. EMMONS (1984). "The Independence of Positive and Negative Affect". En: *Journal of Personality and Social Psychology*, 47(5).
- FRIJDA, N. H. (1989). "Aesthetic emotions and reality". En: *American Psychologist*, 44(12), p. 1546-1547.
- IGARTUA, J.J.; ACOSTA, T. y FRUTOS, F. (2009). "Recepción e impacto del drama cinematográfico: el papel de la identificación con los personajes y la empatía". En: *Global Media Journal Edición Iberoamericana*, Volumen 6, Número 11 p. 1-18.
- IGARTUA, Juan José y MUÑIZ, Carlos (2008). "Identificación con los personajes y disfrute ante largometrajes de ficción. Una investigación empírica". En: *Comunicación y Sociedad*, Vol. 21, Núm. 1, p. 25-52.
- LITTLE, L. M.; B. L. SIMMONS y D. L. NELSON (2007). "Health Among Leaders: Positive and Negative Affect, Engagement and Burnout, Forgiveness and Revenge". En: *Journal of Management Study*, 44(2).
- MONTPETIT, M. A. (2007). *Negative Affect and Stress: A Dynamical Systems Analysis*. Notre Dame, Indiana, University of Notre Dame.

- MORAL, José (2011). “La escala de afecto positivo y negativo (PANAS) en parejas casadas mejicanas”. En: *Ciencia ergo Sum*, vol, 18-2, p.117-125. Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca, México.
- OATLEY, K. (2002). Emotions and the story worlds of fiction. En M. C. Green, J. J. Strange y T. C. Brock (Eds.), *Narrative impact. Social and cognitive foundations* (p. 39-69). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- RUSSELL, J. A. (1980). “A Circumflex Model of Affect”. En: *Journal of Personality and Social Psychology*, 39(6).
- SÁNCHEZ Castillo, Sebastián (2012). “Valores morales, empatía e identificación con los personajes de ficción. El universo representativo de ‘Cuéntame cómo pasó’ (TVE)”. En: *Revista Mediterránea de Comunicación*, vol. 3, nº 2, p. 83-100.
- SANDÍN, B.; P. CHOROT; L. LOSTAO; T. E. JOINER; M. A. SANTED y R. M. VALIENTE (1999). “Escala PANAS de afecto positivo y negativo: validación factorial y convergencia transcultural”. En *Psicothema*, 11(1).
- TAN, E. S. (1996). *Emotion and the structure of narrative film. Film as an emotion machine*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- VORDERER, P. (2006). Motivation. En J. Bryant y P. Vorderer (Eds.), *Psychology of entertainment* (pp. 3- 17). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- WATSON, D., CLARK, L. A. y TELLEGEN, A. (1988). “Development and validation of brief measures of positive and negative affect: the PANAS scale”. En: *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(6), p.1063-1070.
- WATSON, D. y J. PENNEBAKER (1989). “Health Complaints, Stress and Distress: Exploring the Central Role of Negative Affectivity”. En: *Psychological Review*, 96(2), p.234-254.
- ZILLMANN, Dolf y CANTOR, Joanne R. (1977). “Affective responses to the emotions of a protagonist”. En: *Journal Experimental Social Psychology*, vol. XIII, p. 155-165.
- ZILLMANN, Dolf (1991). Empathy: affect from bearing witness to the emotions of Others. En Bryant, J. y Zillmann, D. (eds.), *Responding to the screen. Reception and reaction processes*, Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, NJ, p. 135-167.
- ZILLMANN, D. (2003). Theory of affective dynamics: emotions and moods. En J. Bryant, D. Roskos- Ewoldsen y J. Cantor (Eds.), *Communication and emotion. Essays in honor of Dolf Zillmann* (p. 533- 567). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Los autores

Sebastián Sánchez Castillo. Doctor en Ciencias de la Comunicación, licenciado en Periodismo y en Historia del Arte. Es profesor del departamento de Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Valencia. Su línea

docente e investigadora se centra en la realización televisiva y narrativa audiovisual y nuevos discursos mediáticos audiovisuales. Entre sus publicaciones recientes destacan: (2006). “El proceso sociocultural y educativo de la televisión en la difusión del arte y el patrimonio.” *Ars Longa. Revista del Departamento de Historia del Arte. Universitat de València*. Vol, 14-15. Págs. 381-387. (2011). “Narrativa audiovisual y discapacidad. Realización televisiva comparada de los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Pekín 2008”. En: *ZER Revista de Estudios de Comunicación*. ISSN: 1137-1102. Vol. 16, nº 31, pp: 89-107. (2013). “El análisis crítico de la cuestión energética: internacionalización y competencias profesionales en Periodismo”. En: *Estudio sobre de Mensaje Periodístico*, vol. 19, pp: 309-318. (2013). “Las enfermedades raras en la prensa española: una aproximación empírica desde la teoría del Framing”. En: *Ámbitos Revista Internacional de Comunicación*, nº.22, 1 a 18. (2012). “La adquisición de competencias mediante la autonomía en el proceso de aprendizaje autorregulado”. En: *Estudio sobre de Mensaje Periodístico*, vol. 18, pp: 849-857. (2012). “Valores morales, empatía e identificación con los personajes de ficción. El universo representativo de ‘Cuéntame cómo pasó’ (TVE)”. En: *Revista Mediterránea de Comunicación*, vol. 3, nº 2, pp: 83-100. (2012): “La integración de la educación ambiental en la formación periodística como proyecto de innovación docente”. *Vivat Academia*. nº 117E. Febrero. 2012, pp. 936-963.

Gabriela Fabbro de Nazábal. Doctora en Comunicación Pública por la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de La Laguna (Tenerife – España). Licenciada en Artes por la Facultad de Filosofía y Letras (Universidad de Buenos Aires). Docente de la Facultad de Comunicación (Universidad Austral) como Titular de las cátedras de Narración Audiovisual y Taller de Realización Audiovisual, Adjunta de la cátedra de Contenidos culturales contemporáneos. Docente en el Doctorado en Comunicación Social y en las Maestrías en Gestión de la Comunicación en las Organizaciones y Gestión de Contenidos, de la Facultad de Comunicación de la Universidad Austral. Ha sido docente de la cátedra Lenguaje televisivo en el ICOS de la Universidad Católica Argentina; en la Facultad de Filosofía y Letras (U.B.A.) en la cátedra de Análisis de películas y críticas cinematográficas y en la Universidad del Cine como Titular de la cátedra de Estética cinematográfica. Profesora invitada en la Diplomatura de Escritura Creativa de la Universidad de La Sabana (Colombia). Autora de *Mirtha Legrand: del cine a la televisión*; Co-autora de *No seamos ingenuos – Manual para el uso inteligente de los medios*, de *Calidad televisiva: tendencias y valores en la programación argentina*, de los libros *Cine argentino – Industria y Clasicismo 1933-1956 - Tomos I y II*, editados por el Fondo Nacional de las Artes *Diccionario de directores argentinos y latinoamericanos*, de *El cine argentino en democracia - 1983-1993*. Investigadora de la Facultad de Comunicación en el área de TV y Calidad. Directora del Observatorio de la Televisión Argentina (sede en la Universidad Austral).