



Universidad de  
**San Andrés**

**Universidad de San Andrés**

**Departamento de Ciencias Sociales**

**Licenciatura en Comunicación**

**De lo Dramático a lo Pragmático. Estudio de Recepción e  
Impacto de los Largometrajes del Género Dramático**

Autora: Mia Tedin

Legajo: 31297

Tutor: Mariano Dagatti

Buenos Aires, abril de 2024

## Agradecimientos

A mis padres, por darme la oportunidad de estudiar una carrera universitaria y ser mi sostén en los momentos definitivos de la misma. Por escucharme durante la creación de este trabajo y aportar sus visiones y consejos. Por su amor incondicional e infinita paciencia, respetando siempre mis tiempos y procesos de crecimiento.

A todos los profesores de la Universidad de San Andrés por compartir sus conocimientos con la mejor predisposición, cariño y pasión. Por demostrarme que la carrera de Comunicación presenta un futuro lleno de oportunidades y desafíos. Por estar siempre dispuestos a escuchar y acompañar el proceso de aprendizaje de manera respetuosa y empática.

A mi tutor Mariano Dagatti, por guiarme y mostrarme el camino para crear este trabajo. Por respetar mi proceso y siempre estar dispuesto a esclarecer mis dudas u ordenar mis pensamientos. Por su paciencia infinita, sus palabras de aliento y acompañarme en cada paso.

A Delfina, Virginia, Clara y María por ser mis amigas incondicionales a lo largo de la carrera. Por cada trabajo conjunto, cada charla, cada almuerzo, cada clase compartida. Por encontrar personas entusiasmadas por la Comunicación y los nuevos aprendizajes. Por acompañarme, escucharme y ayudarme en cada paso del camino. Por hacerme feliz y por ende, mejor persona. Por cambiar mis días en la Universidad, que definitivamente no hubieran sido los mismos sin su compañía.

A Alejandro por sentarse a mi lado a lo largo de este trabajo y aportar sus opiniones y consejos. Por ayudarme a ordenar y organizar mis ideas. Por acompañarme al cine a repartir encuestas. Por su escucha, compañía y aliento.

A mí, por no bajar los brazos y seguir incluso en los momentos de estrés y agobio.

## Abstract

Este trabajo nace a partir de la contradicción que presenta el disfrute de películas del género drama, ya que estas tienden a despertar con frecuencia sensaciones poco placenteras en la audiencia. El estudio se ha puesto como objetivo detectar las razones y motivaciones de las personas a elegir una película del género drama. De forma específica, indaga si el disfrute de los largometrajes del género drama depende de los procesos de identificación en torno a edad y género de los espectadores o de la identificación con el relato. Se midió la identificación con los personajes, la inducción afectiva, la identificación con el relato y el disfrute de películas junto a las sensaciones que estas ocasionan en la audiencia.

Para esto se llevó a cabo un estudio de campo cuya muestra se conformó por 24 personas, 12 hombres y 12 mujeres de 18 a 29 años y de 50 a 64 años, que participaron de una *Focus Groups* sobre la película “Marriage Story” (cada uno integrado por 6 personas del mismo género y edad). Además se repartieron dos encuestas virtuales y una presencialmente en el cine con respecto a las películas “Anatomy of a Fall” y “The Zone of Interest”. Se obtuvo una cantidad total de 242 respuestas.

Los resultados no demostraron diferencias significativas en cuanto a la identificación entre los distintos géneros y rangos etarios, esto quiere decir que todos los grupos se alinearon en cuanto a sus elecciones e inclinaciones. Las opiniones de los participantes tanto en las encuestas como en los grupos focales eran similares y no mostraron diferencias significativas en cuanto a la identificación con los personajes. Aún así, la satisfacción ocasionada por la película fue mayor para aquellas personas que se identificaron con los protagonistas y con el relato. Por otra parte, los hallazgos demostraron un índice de satisfacción elevado en cuanto a las tres películas.

Con base en estos resultados se concluyó que, por un lado, cuanto mayor es la identificación de los espectadores con los personajes más van a disfrutar del visionado de la película, mientras que, por otro, se concluyó que no es necesario que los protagonistas tengan la misma edad y género que la audiencia para que esta se identifique con ellos. Además se comprobó que la identificación con el relato es independiente de la edad y del género y que no existen diferencias tajantes entre las opiniones de las personas de diferentes edades y géneros.

# Índice

INTRODUCCIÓN.....	5
ANTECEDENTES.....	9
1. Teoría de Usos y Gratificaciones.....	10
2. Psicología de Medios.....	13
3. Identificación.....	16
4. Género Drama.....	20
METODOLOGÍA.....	23
1. Focus Groups.....	23
2. Encuestas.....	29
RESULTADOS.....	33
1. Encuestas.....	33
2. Explorando la Zona de Interés.....	33
3. Desentrañando el descenso.....	37
4. Drama en Foco: Satisfacción Cinematográfica.....	41
5. Del Sillón a la Pantalla Grande.....	43
6. Focus Groups.....	46
7. De Amor y otras Cuestiones.....	54
DISCUSIÓN.....	58
CONCLUSIÓN.....	63
ANEXO.....	66
1. Enlaces a Formularios.....	66
2. Hoja de ruta de Focus Groups.....	66
3. Enlace a transcripciones de Focus Groups.....	68
BIBLIOGRAFÍA.....	69

## Introducción

En la medida en que el tiempo avanza, las personas consumen cada vez más contenidos mediáticos en sus momentos de ocio. Esto genera que la mayoría de las veces los espacios de relajación y descanso estén atravesados por la oferta que brinda la tecnología, que modifica los viejos hábitos y costumbres sociales. Esto se evidencia en numerosas cuestiones que atraviesan el día a día de todas las personas y serán mencionadas a continuación. En específico, muchos de los materiales que eran utilizados de manera analógica se hicieron disponibles de manera tecnológica; como por ejemplo los libros, periódicos, entre otros. Además la interacción social también viró hacia formas diferentes, ya que se ampliaron las posibilidades de las relaciones humanas más allá de los intercambios cara a cara; por ejemplo la posibilidad de tener videollamadas, llamadas, conversaciones virtuales inmediatas, etc. No solo esto, sino que también se pueden ver interrumpidas las interacciones sociales cara a cara por la presencia de los dispositivos electrónicos. Siguiendo esta misma línea, la preferencia por el entretenimiento tecnológico puede reducir el tiempo que las personas eligen pasar al aire libre o realizando actividades físicas. Los ejemplos anteriores reflejan que la presencia de la tecnología ha modificado significativamente las maneras en las que las personas pasan su tiempo libre, transformando sus hábitos y costumbres.

Hoy en día resulta muy común el consumo de películas en situaciones de ocio, más aún con la posibilidad de acceder a diferentes plataformas como Netflix, Amazon Prime, HBO Max, etc. Esto da lugar a una lista ilimitada de opciones que generan que las personas puedan pasar horas disfrutando de películas de distintos géneros que se ofrecen en las plataformas, online o en el cine. Las elecciones de los consumidores en estas ocasiones resultan importantes debido a que aquella película que elijan, va a ser la encargada de crear ese ambiente de despreocupación, diversión y recreo.

Las personas pueden pasar horas mirando películas, series, videos o documentales. Pero a su vez, estos contenidos deben brindarles sensaciones de placer y deleite para cumplir con el objetivo de un momento de ocio. Como se dijo antes, existen infinitas opciones de contenidos de diferentes géneros y temáticas que los espectadores pueden disfrutar en sus momentos libres; desde películas o series de comedia, romance, fantasía, acción, aventura, ciencia ficción, drama, terror, suspenso, documentales o musicales. Cada sujeto selecciona qué contenido consumir y el momento en que lo hará con base en sus expectativas y decisiones personales.

Tomando en consideración aquellos momentos en los que las personas tienen espacios libres, es lógico pensar que van a seleccionar un género que les permita sacar provecho de este rato y que les permita descansar. Si su elección es la de un documental probablemente su objetivo sea informarse con respecto a una temática o aprender, mientras que si eligen una comedia su finalidad va a ser la de pasar un rato divertido y reír. Por otra parte, si seleccionan un film romántico su fin va a ser el de experimentar sensaciones de amor y enamoramiento. A su vez, si escogen una película de ciencia ficción o fantasía su propósito será el de alimentar su imaginación e insertarse en otra realidad. De la misma manera, si optan por un contenido de acción o aventura su meta será la de experimentar sensaciones de adrenalina o excitación. Mientras que aquellos espectadores que optan por ver un musical tendrán interés en inspirarse y disfrutar de una experiencia artística. Lo que tienen en común estos géneros es que todos generan en la audiencia sensaciones de escape, disfrute, entretenimiento, e inspiración; e impulsan el desarrollo de la imaginación y la mente, ya sea por su carácter ficcional, imaginativo, cultural, histórico o educacional. Es por ello que cabe preguntarse por los dos últimos géneros que quedaron por describir, el género dramático y el de terror. Resulta difícil entender que estos puedan ser asociados con sensaciones de disfrute y deleite, debido a que ambos se caracterizan por emociones distintas a las que fueron asociados los demás géneros. Por ejemplo, una película de terror tiene por objetivo inducir sensaciones de miedo en los espectadores, fomentando los sentimientos de pánico, espanto y tensión. Estos largometrajes buscan construir un aura de suspenso y shock para descolocar a los espectadores y provocar incluso, reacciones corporales frente al shock de determinadas escenas (Tarruella, E., Jonas, D., Banfi, 2022, p. 30). Por su parte, los largometrajes dramáticos tienen una propuesta distinta: buscan profundizar en las emociones y en las experiencias humanas como el dolor, el amor, la alegría, la angustia o la esperanza. Este tipo de contenidos tiene por objetivo relatar historias que tengan significado y fomenten la reflexión, ya que a menudo abordan temas relevantes para la sociedad; así como los conflictos familiares, la muerte, la pérdida, la injusticia, la discriminación, etc. Su finalidad es generar sensaciones de empatía y entendimiento por medio de la construcción de personajes complejos y representaciones muy cercanas a la realidad. En general, este tipo de películas llevan a reflexiones sobre situaciones complicadas de la vida como dilemas de moral o ética. Las sensaciones que pueden evocar este tipo de películas son las de inspiración, reflexión, empatía, tristeza, alegría, conmoción, entre otras; lo característico de estos contenidos es que siempre están atravesados por emociones fuertes (Tarruella, E., Jonas, D., Banfi, 2022, p. 30). Habiendo descrito ambos géneros es inminente preguntarse: ¿Por qué las personas se

exponen a emociones de tristeza, suspenso o terror en sus momentos libres? ¿Podría ser que obtengan sensaciones de disfrute y gratificaciones de este tipo de contenidos?

De esta reflexión nace la idea de este trabajo, que se interesó únicamente por los largometrajes del género drama. La pregunta inicial que surgió a partir de la reflexión anterior es si las sensaciones que generan las películas del género drama permiten a las personas relajarse y disfrutar. ¿Cómo es posible que un sujeto elija exponerse a escenas dolorosas, sensaciones de tristeza o angustia y relatos impactantes en su tiempo libre? ¿Obtendrá gratificaciones luego de exponerse a estas temáticas? ¿Cuáles son las razones por las cuáles los espectadores disfrutan este tipo de contenidos?. Es inevitable pensar que resulta extraño que una persona sienta sensaciones de placer luego de exponerse a un largometraje en el que experimentó emociones relacionadas a la angustia y tristeza durante dos horas seguidas. Incluso muchas veces las personas reaccionan corporalmente a este tipo de contenidos, por ejemplo, llorando. ¿Qué hay de disfrute en una película que induce al llanto? ¿Por qué las personas insisten en volver a consumir películas dramáticas exponiéndose a sensaciones poco placenteras?.

En diferentes escritos, Juan José Igartúa encuentra respuestas y explicaciones a las preguntas anteriores realizando distintos estudios y experimentos. Esta tesis se basó en sus postulados para respaldar la investigación y también para la elaboración del método de investigación. El objetivo específico que se planteó es el de dar cuenta de las razones que motivan a las personas a consumir películas del género drama, tomando en cuenta variables como edad y género; para responder a esta cuestión se entrevistaron y encuestaron habitantes del Área Metropolitana de la Ciudad de Buenos Aires (en adelante, AMBA). El siguiente trabajo se centró no solo en las motivaciones de las personas a consumir el género drama, sino que también se interesó en detectar y resaltar las diferencias en cuanto a las distintas edades y géneros. ¿Hay un género que consuma más los contenidos dramáticos? ¿Existe un rango etario que prefiera el género drama más que otro?. Identificando las diferencias entre géneros y edades se profundizó más en las motivaciones y elecciones de la gente a la hora de consumir este género.

Para responder a estas preguntas se usó el análisis teórico realizado con trabajo de campo experimental, que incluye una serie de *Focus Groups* en base a la película “*Marriage Story*” escrita y dirigida por Noah Baumbach y estrenada en el año 2019. En los mismos se crearon cuatro grupos diferentes: uno de seis mujeres adultas (50 a 64 años), otro de seis mujeres jóvenes (18 a 29 años) y dos de hombres que se dividieron con el mismo criterio. Además se repartieron dos encuestas online con base en las películas “*Anatomy of a Fall*”,

que se estrenó en 2024 y fue escrita por Justine Triet y “The Zone of Interest” que también se estrenó en 2024 y fue dirigida por Jonathan Glazer. También se repartieron encuestas presencialmente en el cine a las personas que habían acudido a ver las últimas dos películas.

La tesis presenta primero un abordaje a las distintas teorías y autores que la sustentan, siendo su teoría principal la de Psicología de Medios presentada por Igartúa y Humanes (2004). En este apartado se aporta también una definición del Género Drama. Debajo se describió el objetivo principal que presenta la tesis, junto al objetivo específico, la pregunta de investigación y las dos hipótesis que presenta. Además junto con lo anterior, se detalló la metodología que se utilizó para refutar o comprobar las hipótesis planteadas. Por último se describieron los hallazgos de la investigación junto con su análisis y conclusión.



Universidad de  
**San Andrés**

## Antecedentes

Esta investigación analizó el consumo y la recepción de las películas del género drama. Para ello adoptó la perspectiva de la Psicología de Medios (Igartúa y Humanes 2004), que estudia cómo las audiencias procesan y se relacionan con los mensajes audiovisuales. Este trabajo tomó como referencia, específicamente, el trabajo de Igartúa y Muñiz (2007), interesado por estudiar la *identificación* con los personajes y el disfrute en largometrajes de ficción. Los autores se preguntan qué lleva a los espectadores a disfrutar una película y lo evalúan realizando un experimento en el cine a partir de tres películas: una dramática, una de comedia y una de suspenso.

A lo largo de este escrito se definirán las teorías que ayudan a explicar los cuestionamientos que se plantea la investigación. Para empezar se hablará de la Teoría de Usos y Gratificaciones (Igartúa y Humanes, 2004). Esta teoría resulta relevante debido a que considera por primera vez los procesos de *identificación* presentes en el consumo de los medios masivos de comunicación, en los que se profundizará luego en las investigaciones de la Psicología de Medios (Igartúa y Humanes, 2004); que será la segunda teoría que se abordará. Esta teoría presenta el concepto principal de esta tesis, que es el de la *identificación*; este proceso es uno de los más relevantes para estudiar el consumo y la recepción de películas del género drama. Además se definirá la categoría cinematográfica “Drama” sobre la base del texto escrito por Eloisa Tarruella, Dana Jonas y Paula Banfi, presentado por el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA). Por último se explicará también la *Paradoja del Drama* (Packer, 1989), que brindará herramientas para entender el disfrute de los largometrajes dramáticos.

Inspirada por los materiales descritos previamente, el objetivo que se propuso esta tesis fue el de dar cuenta de las razones que motivan a las personas, según determinadas franjas etarias y género, a consumir películas del género drama . Es decir, indagar en la paradoja que implica que los espectadores disfruten de un contenido de tipo dramático que les provoca emociones negativas. ¿Por qué una persona elige por motu proprio exponerse a emociones negativas o fuertes durante un período determinado de tiempo? En cuanto al objetivo específico que se propuso esta investigación, fue el de investigar las diferencias que existen en el consumo de películas del género “drama” a partir de las variables género y edad. Siguiendo esta línea de pensamiento la pregunta de investigación que presentó este estudio fue la siguiente: “¿Cuáles son las razones que motivan a las personas a consumir películas dramáticas?”. Al respecto, este estudio presentó dos hipótesis: (1) que los espectadores de

una película dramática van a disfrutar más de su visionado en tanto generen procesos de identificación con los personajes; (2) que la identificación con el personaje prima cuando se comparte género y franja etaria, mientras que la identificación con el relato es independiente de la edad y del género. Para profundizar en lo anterior se entrevistaron y encuestaron a personas del AMBA.

## 1. Teoría de Usos y Gratificaciones

Las teorías principales que aportaron explicaciones a los interrogantes que se propuso la investigación son, a nuestro entender, la de la Psicología de Medios (Igartúa y Humanes 2004) y la teoría de Usos y Gratificaciones (Igartúa y Humanes 2004), que sirvió de puntapié para explicar la teoría de Psicología de Medios.

Juan José Igartúa y María Luisa Humanes en su libro *“Teoría e investigación en comunicación social”* (2004) brindan un abordaje integral con respecto a la comunicación social incluyendo sus distintas teorías, las formas en la que estas se aplican y los resultados de los estudios en la práctica. Los autores presentan una forma de entender la manera en la cual se estudia y se comprende la comunicación en la sociedad. Es por ello que se hará uso de este libro para señalar las características principales de la teoría de Usos y Gratificaciones y las de la Psicología de Medios.

Resulta útil explicar los principales puntos de la teoría de Usos y Gratificaciones antes de definir la corriente de la Psicología de Medios ya que las categorías que se abordan en la primera tienen estrecha relación con la segunda (Igarzábal, 2021). Su descripción ayudará a contextualizarla y brindará claridad para entender qué llevó a los investigadores a plantearse los interrogantes que resultaron en la creación de la Psicología de Medios. Esto es así debido a que “(...) la perspectiva de los Usos y Gratificaciones consiste en integrar dos áreas que, durante décadas, estuvieron separadas: la investigación de los usos con la investigación de los efectos mediáticos” (Igartúa y Humanes, 2004, p. 317).

Igartúa y Humanes (2004) establecen que “unos de los efectos fundamentales de la comunicación de masas es su capacidad para capturar el tiempo libre de la gente” (p. 331): “los medios de comunicación han colonizado el tiempo libre de las personas” (p. 331). Así, los medios de comunicación se volvieron algo crucial en la vida de las personas no solo en sus ámbitos laborales o formales, sino que también en su tiempo libre y en los momentos de ocio. Los autores utilizan la palabra “colonizado” haciendo alusión a que el tiempo de recreación de las personas está siendo progresivamente invadido por los medios de

comunicación. Es por esta razón que, como se describe en el libro, la teoría de Usos y Gratificaciones invierte la pregunta que se hacían los investigadores en un principio: “¿Qué hacen los medios con la gente?” y añade otra: “¿Qué hace la gente con los medios?” (Igartúa y Humanes 2004). El contacto tan frecuente de la gente con los medios impulsa a los investigadores a tener que cuestionarse qué hacen las personas con la televisión, el cine, la prensa, la radio, ya que su consumo es el resultado tanto de una oferta disponible como de una decisión propia. Igartúa y Humanes (2004) explican que “la comunicación es un proceso en el que están implicados un emisor y un receptor, y por ello los receptores no se limitarán únicamente a reaccionar a los mensajes de los medios” (Igartúa y Humanes, 2004, p. 313). Los receptores también son protagonistas, no son consumidores maleables que consumen los medios de comunicación y se someten a ellos; son personas que eligen qué consumir y que se identifican con aquello que los interpela.

“La perspectiva de los Usos y Gratificaciones se apoya en una orientación psicológica para analizar cómo y por qué las personas utilizan los medios de comunicación” (Igartúa y Humanes 2004, p. 314). Busca de esta manera profundizar en las elecciones de los consumidores y sus razones: “los principales objetivos de la teoría son los de: a) explicar cómo las personas utilizan los medios y obtienen gratificaciones de los mismos, satisfaciendo ciertas necesidades, b) comprender los motivos que están detrás de la conducta mediática, e c) identificar las funciones o consecuencias que se derivan de tales necesidades, motivos y conductas” (Igartúa y Humanes, 2004, p. 314). Este apartado del libro demuestra nuevamente cómo esta corriente busca juntar el estudio de los usos con el estudio de los efectos; es decir que los efectos que se producen en las audiencias dependen de la interrelación de las características de las mismas y las de los contenidos.

La perspectiva de los Usos y Gratificaciones, según Igartúa y Humanes (2004), se basa en distintas premisas o supuestos básicos. En primer lugar, los autores determinan que “el comportamiento mediático es funcional” (p. 316), es decir, que la conducta mediática tiene relación con la selección y uso de los medios y “se encuentra gobernada por metas, motivos e intenciones.” (p. 316). Este abordaje de la teoría de Usos y Gratificaciones es importante debido a que se pregunta por qué las personas consumen medios; en el caso de la investigación, ¿por qué las personas querrían consumir una película del género dramático?. En segundo lugar la teoría establece que “las personas toman la iniciativa de seleccionar y utilizar los medios de comunicación porque en ellos se busca satisfacer una serie de necesidades de carácter psicosocial, como lo son la integración social, la evasión, la comprensión, la explicación de los hechos, etc.” (Igartúa y Humanes, 2004, p. 316).

Nuevamente estas palabras de los autores pueden ser vinculadas con aquello que se estudia en esta tesis, ya que se podría decir que los espectadores ven películas con objetivos parecidos, así como distraerse, procesar o comprender cuestiones de su vida cotidiana o simplemente para tener algo de que hablar con otras personas. “En su relación con los medios la gente actúa de forma relativamente activa ya que elige qué medios consumir, lo que está relacionado con ciertas expectativas sobre dichos medios y sus contenidos específicos. Igualmente, los sujetos interpretan y se implican con el contenido de los mensajes de los medios en función de sus propios intereses, necesidades y motivaciones.” (Igartúa y Humanes, 2004, p. 316). Es importante resaltar que el foco principal de esta teoría es el de los consumidores como personas que cumplen un rol activo en el consumo de los medios, personas con libertad de elección de consumir lo que ellos decidan sobre las bases de sus decisiones o opiniones personales, la iniciativa personal tiene un papel muy importante en los patrones y en las repercusiones del uso mediático (Igartúa y Humanes, 2004, p. 317), de aquí deriva el concepto de *actividad* planteado por los autores.

La actividad está ligada, según los autores, con aspectos como el uso, la intencionalidad, la selección de medios o contenidos y la implicación de las audiencias: “ (...) se puede ser consumidor activo de mensajes televisivos ‘antes’ del consumo (cuando se elige un contenido en detrimento de otro), ‘durante’ la exposición a un programa o contenido concreto (existen recepciones televisivas que estimulan mayor o menor implicación cognitiva o afectiva) y ‘después’ de dicha exposición (fomentando la discusión y debate social, por ejemplo) (Igartúa y Humanes, 2004, p. 317) .

Los autores también presentan el concepto de *implicación*, esta “significaría que se establece una conexión personal (psicológica) entre la audiencia y el contenido de los medios” (Igartúa y Humanes, 2004, p. 322) . Las audiencias participan de manera activa, personal y directa durante la recepción de un mensaje de los medios de comunicación de masas; los autores plantean que existen dos tipos de implicaciones; en primer lugar, la *afectiva*, que “se refiere al proceso de interacción parasocial que se establece entre la audiencia y los personajes que aparecen en los medios de comunicación. Aludiría a la formación de lazos afectivos con los personajes” (Igartúa y Humanes, 2004, p. 322). Así, mediante la implicación afectiva los espectadores establecen relaciones familiares y personales con los personajes incluso llegando a sentir que los conocen. Además, según lo que mencionan Igartúa y Humanes, la implicación afectiva también hace referencia a la vivencia de emociones durante la recepción del programa televisivo. “Se ha propuesto que la implicación (en uno u otro sentido) se explicaría porque se produce la “identificación con los

personajes” (Igartúa y Humanes, 2004, p. 322). En segundo lugar, Igartúa y Humanes (2004) presentan el concepto de *implicación cognitiva* que “alude al proceso de reflexión sobre los mensajes de los medios de comunicación, tanto durante la exposición a estos como después de la misma” (Igartúa y Humanes, 2004, p. 322). Este proceso consiste en que los espectadores relacionan la información que suministra el mensaje de los medios con el conocimiento previo que poseen sobre el tema (Igartúa y Humanes, 2004). El tipo y la intensidad de la implicación dependen del tipo de motivación que los hace exponerse a ellos; en este sentido, “los sujetos que se exponen a la televisión con una motivación de ‘entretenimiento’ o ‘ritualista’ son los más vulnerables a sus mensajes” (p. 327).

El concepto de *actividad* y los tipos de de implicación *cognitiva* y *afectiva* que plantean los autores fueron aspectos pertinentes para esta investigación, ya que fueron los elementos que fueron útiles para descifrar el porqué del disfrute de los largometrajes de género dramático. Dicho de otra forma, para entender las razones del goce consumidor es necesario primero, según esta teoría, entender al receptor de los medios de comunicación como activo; que tiene sus elecciones con base en su encuadre psicológico. También es importante entender que la audiencia no solo elige qué contenido consumir, sino que también se implica tanto con los personajes como con los mensajes que transmiten los mismos. Estos aspectos fueron cruciales para el desarrollo de la investigación y justamente son aquellos que desarrolla en profundidad la corriente de la Psicología de Medios que se analizará a continuación.

## 2. Psicología de Medios

La Psicología de Medios es la unión entre dos disciplinas, ya que articula ideas tanto de la psicología como de la comunicación<sup>1</sup>. Se encarga de estudiar la relación entre una persona y un mensaje específico, la manera en la que se procesan, por ejemplo, los mensajes audiovisuales. El foco es no sólo con respecto a los efectos de los medios sino también a la conexión que las personas establecen con ese tipo de contenidos. Según Igartúa y Humanes

---

<sup>1</sup> La Psicología de Medios se desarrolla desde “una disciplina que se encuentra a caballo entre la comunicación y la psicología, (...) cuyo objeto de estudio es la relación entre los espectadores y los contenidos audiovisuales” (Igartua y Humanes 2004, p. 339). Es importante aclarar la pugna entre las dos disciplinas que presenta esta teoría ya que eso genera que la misma todavía no esté consolidada, debido a que existen dudas con respecto a si debería integrarse en un departamento de psicología o en uno de comunicación (Igartua y Humanes 2004, p. 339). Es por ello que los autores concluyen en que es una teoría de “carácter interdisciplinar” (Igartua y Humanes 2004, p. 339).

(2004), la identificación con los personajes es un elemento fundamental para explicar los efectos de los contenidos de entretenimiento. El objeto de investigación de esta teoría es el de analizar la interacción que “se produce entre un sujeto (que cuenta con una serie estructuras y procesos cognitivos y afectivos) y un mensaje determinado (que también ha sido codificado mediante una serie de reglas, que cuenta con una estructura determinada y en el que operan ciertos rasgos formales que pretenden estimular una reacción particular)” (Igartua y Humanes 2004, p. 338). Esto quiere decir que esta corriente presta atención al receptor del mensaje y la manera en la que el mismo se relaciona con los contenidos audiovisuales, tanto en sus elecciones como en su implicación con los mensajes: “las personas dejan de concebirse como simples organismos que reaccionan ante las contingencias ambientales, pasando a considerarse entes con capacidad para manipular activamente la información de su entorno” (Igartúa y Humanes, 2004, p. 341).

Esta corriente se caracteriza por el estudio de las estructuras y procesos cognitivos de las personas, ya que su teoría se basa en la psicología cognitiva. Los conceptos principales de los que se encarga esta rama de la psicología son la estructura como componente estático del sistema psíquico; los procesos, como actividad de ese sistema; y las representaciones, como la información que se registra y representa en el sistema cognitivo. En este recorte, se analizaron la recepción y los efectos de los medios, prestando especial atención a la *identificación* (Igarzábal, 2021).

Del Río (1996) citado por Igartúa y Humanes (2004) ofrece una definición que ayuda a encuadrar la teoría y esclarece algunos de los interrogantes anteriores: “Entendemos la psicología de los medios como una subdisciplina teórica pero predominantemente empírica, dedicada al análisis, la descripción, la explicación y a veces, la anticipación del uso de los medios por parte de los individuos, así como de los factores relevantes, procesos y resultados antes, durante y después de las diferentes etapas de uso de los medios.” (p. 340). El autor indica que lo último se refiere a la experiencia previa del individuo con el medio, sus motivaciones, factores psicológicos de selección, uso y procesamiento de la información de los medios. Además se refiere a aspectos psicológicos con respecto a la producción de los medios y los contenidos de los mismos, así como también a las relaciones entre estos aspectos y el impacto y efecto de los medios. Con base en los planteos de los autores es posible entender que los objetos de estudio de esta corriente serán ver televisión, escuchar la radio, leer un diario o una revista. La característica principal de la Psicología de Medios es el paradigma del procesamiento de la información y la unidad de análisis es el individuo que procesa un mensaje audiovisual: “la investigación básicamente intentará descubrir cómo se

procesa la información que vehiculan los medios de comunicación y analizará, de igual modo, el impacto de los distintos elementos utilizados para la confección de los mensajes audiovisuales en las reacciones de los espectadores” (Igartúa y Humanes, 2004, p. 341).

Esta es una de las dos teorías principales que encuadran esta investigación ya que es un estudio que, al igual que estos, se propuso indagar en las respuestas y procesos de la mente de las personas a lo largo del visionado de películas del género drama. “La atención, la activación fisiológica o *arousal*, la implicación emocional, la comprensión, la memoria junto con el análisis de las respuestas cognitivas y los niveles de procesamiento constituyen el núcleo de los procesos estudiados en este campo, convirtiéndose en las principales “variables dependientes” de este tipo de estudios.” (Igartúa y Humanes, 2004, p. 341).

La teoría de la Psicología de Medios profundiza en el concepto de *identificación* puesto que este es uno de los principales procesos que se generan cuando las personas se exponen a contenidos audiovisuales. La recepción de los contenidos es aprendida por las personas, es por eso que la audiencia sabe diferenciar una novela de una publicidad. La decodificación se adquiere por los espectadores que establecen una relación dialéctica con los medios; estos adquieren sentido y presencia gracias a la identificación que generan en las personas, dado que evocan sus sentimientos.

Igartúa (2008) establece que para causar sensaciones y efectos en las personas lo primero que se debe intentar es captar su atención, luego es importante que la gente comprenda aquello que está observando; y por último generar la respuesta afecto-cognitiva, que no podría suceder si el espectador no entendiera lo que está consumiendo.

La *identificación* que se genera con el contenido audiovisual o con los personajes que integran sus historias, es el principal factor de disfrute de la audiencia que lo está consumiendo. El disfrute se genera porque las personas se vinculan con eso que les está siendo presentado y, por consecuencia, les despierta sensaciones o sentimientos. La razón por la cual las personas consumen los contenidos audiovisuales es para entretenerse, ocupar sus momentos de ocio, encontrar momentos de disfrute. Las audiencias pueden disfrutar de ver contenidos que les provocan emociones positivas así como también, les puede generar placer consumir contenidos que provocan emociones que no son tan placenteras; así como el suspenso, el miedo, el misterio (Oliver, 2003).

Habiendo definido y explicado los principales postulados de la teoría de la Psicología de Medios, es posible entender la psicología de las personas y como eso fomenta sus elecciones de consumo de contenidos audiovisuales. Para seguir profundizando en esta teoría

y respaldando aquello que se cuestionó esta tesis, es necesario ahondar en la cuestión de la *identificación* presentada por la Psicología de Medios.

### 3. Identificación

En pos de hacer un análisis del concepto de *identificación*, se tomará en cuenta la caracterización de Cohen (2001) en “Defining Identification: a theoretical look at the identification of audiences with media characters”. Para Cohen (2001), las raíces conceptuales y teóricas de los estudios sobre *identificación* emergen de las nociones psicológicas de identificación infantil. Explica que a través de estudios sobre la importancia de la identificación para el desarrollo de las identidades tanto sociales como personales y los riesgos de los bajos niveles de identificación con adultos durante la niñez, el concepto ha sido adaptado para estudiar la identificación con personajes del cine y de la televisión. El autor indica que la identificación es un fenómeno psicológico que forma parte del proceso de desarrollo de un ser humano.<sup>2</sup>

Cohen (2001) se basa en los postulados de Freud (1940/1989), Wollheim (1974) y Bettelheim (1943/1976) para explicar las raíces de la identificación. Según su descripción, esta es una experiencia de la imaginación en la que una persona renuncia a la conciencia de su propia identidad y experimenta el mundo desde el punto de vista de otra persona. La identificación, según los pensadores, lleva a la adopción temporal de un punto de vista externo y a ver el mundo desde una realidad social alternativa; la intensidad variada de la identificación refleja el punto hasta el cual un individuo intercambia su perspectiva por la de otro y es capaz de olvidarse a sí mismo. Cohen (2001) resalta que aunque la identificación involucra la imaginación, juega un papel importante moldeando aspectos reales de la sociedad; debido a que la identificación es crucial para la socialización de los niños y el desarrollo de identidades personales y sociales a lo largo del ciclo de la vida (Mead, 1934).

Como resultado de su estado de la cuestión, Cohen (2001) establece que la identificación es un proceso que culmina en un estado cognitivo y emocional en el que los espectadores no son conscientes de ellos mismos como espectadores; sino que se imaginan a

---

<sup>2</sup> Cohen (2001) establece que aunque la *identificación* cumple un rol fundamental en la investigación sobre los medios de comunicación, los intentos de conceptualizarla y teorizarla han sido poco satisfactorios. Según el autor desde los estudios realizados en la identificación con los personajes del cine y la televisión, es evidente que la misma es entendida de distintas maneras por diferentes autores y esta confusión ha inhibido el desarrollo de una teoría clara de la *identificación* y sus consecuencias.

sí mismos como uno de los personajes que se encuentran dentro de la narrativa. El autor indica que el proceso de identificación puede generarse debido a una preferencia personal del espectador hacia un personaje, una característica del relato que lleva al espectador a adoptar la perspectiva del personaje o similitudes entre el personaje y el espectador que generan sensaciones de empatía. Estos procesos llevan a una conexión psicológica o sensación de apego con los personajes que generan que los espectadores internalicen los objetivos de ellos dentro de la narrativa; esto ocasiona que haya sensaciones de empatía con estos y la audiencia adopte la identidad de los mismos. Cohen (2001) explica que a medida que avanza la trama, los espectadores simulan las emociones y pensamientos apropiados a los eventos que ocurren. Sin embargo, el proceso de identificación puede terminar o ser interrumpido cuando los espectadores son conscientes de sí mismos por un estímulo externo (suena el teléfono), textual (cambio en el ángulo de la cámara, o una referencia directa al espectador) o el fin de la historia. El autor indica que los resultados del proceso de identificación pueden generar sensaciones de simpatía o imitación pero también pueden incluir emociones negativas. La identificación con los personajes negativos (que son malvados o muy violentos) puede evocar al entendimiento o a la simpatía de los espectadores; pero identificarse fuertemente con este tipo de personajes puede causar disonancia, sentimientos de culpa o incluso de miedo.

Igartúa y Muñiz (2008) presentan el análisis de una investigación sobre entretenimiento mediático que concluye en que la identificación con los personajes es el principal factor explicativo del disfrute. Este escrito resultó muy útil para este estudio debido a que aclara y sintetiza las principales premisas del concepto de *identificación*; se centra en estudiar la cuestión del disfrute durante el consumo de los largometrajes de ficción. La investigación realizada por Igartúa y Muñiz considera que la *identificación* es una de las variables principales que se deben contemplar para estudiar el vínculo de las audiencias con los contenidos audiovisuales.

Los autores consideran a la *identificación* como “un concepto multidimensional que comprende diferentes procesos: a) empatía emocional, la capacidad de sentir lo que los personajes sienten e implicarse afectivamente de forma vicaria; b) empatía cognitiva, adoptar el punto de vista o ponerse en el lugar de los personajes; c) absorción en el relato, tener la sensación de volverse el personaje o de pérdida temporal de la autoconciencia e imaginar la historia como si se fuera uno de los personajes; y d) la atracción personal hacia los personajes, vinculada con la valoración positiva, la percepción de similaridad y el deseo de ser como uno de ellos” (Igartúa y Muñiz, 2008, p.9). Así, los autores enumeran los procesos

de identificación con los personajes de las audiencias que funcionan como los procedimientos principales para explicar los efectos del entretenimiento mediático.

Igartúa (2010) profundiza en este proceso y describe que la *identificación* involucra la pérdida lenta de la autoconciencia y la sustitución efímera de la identidad propia por la de un personaje. El autor explica que esto sucede desde una perspectiva afectiva y cognitiva en la que los espectadores imaginan ser uno de los protagonistas de la narrativa; es decir, el espectador pierde su conciencia personal. El proceso de identificación con los personajes no es una actitud, es un procedimiento que sucede en la imaginación de las personas y tiene que ver con las emociones o percepciones. Siguiendo esta línea de pensamiento, Igartúa (2010) establece que la *identificación* le da a las personas la posibilidad de sentir y vivir de forma vicaria situaciones poco comunes en la vida cotidiana, cambiar sus identidades, tomar los objetivos, sensaciones, pensamientos y emociones de otro.

Cuatro dimensiones de análisis son claves, según Cohen (2001), para operacionalizar el funcionamiento del proceso de *identificación*. La primera es la empatía o compartir los sentimientos del personaje (estar feliz, triste, asustado, no por el personaje sino con el personaje). La segunda es un aspecto cognitivo que se manifiesta cuando se comparte la perspectiva del personaje; esto puede ser medido en base al grado en que el miembro de la audiencia siente que entiende al personaje, sus motivaciones y actitudes. El tercer indicador de la *identificación* es motivacional e indica el grado en el que el espectador internaliza y comparte los objetivos del protagonista. Por último, el cuarto componente de la *identificación* es la absorción o el grado en el que la autoconciencia se pierde a lo largo del relato. Debido a que la *identificación* se considera temporaria y fugaz, debe ser medida en términos de intensidad y frecuencia. Cuanto más absorbida está una persona en el relato, más se involucra, entiende a un protagonista e internaliza sus objetivos, más se va a identificar con ese personaje. Entender la forma en la que este procedimiento funciona en la mente de las personas es importante para definir las maneras en las que el mismo puede ser medido por medio de un experimento o investigación.

Al abordar las temáticas planteadas por Igartúa (2010) resulta interesante rescatar el estudio realizado por Martín Barbero (2003a) “*De los Medios a las Mediaciones: Comunicación, Cultura y Hegemonía*”, con respecto al uso rutinario de la televisión y los procesos de reconocimiento e identificación que presentan sus contenidos melodramáticos. El autor afirma que los espectadores se reconocen en el melodrama, los personajes y situaciones de los contenidos audiovisuales que se presentan son como espejos de la vida real; aquello

que le interesa a la audiencia es verse reflejada en los melodramas, observarse a sí mismos por medio de la televisión. De aquí deviene el concepto *mediaciones* planteado por Barbero (2003a) que hace alusión al hecho de que los medios no median sino que entran en relación con la sociedad y sus componentes. El autor se refiere a que “la comunicación se nos tornó cuestión de *mediaciones* más que de medios, cuestión de *cultura* y, por tanto, no sólo de conocimientos sino de re-conocimiento” (Barbero, 2003a, p. 10). Barbero (2003a) presenta este concepto para profundizar en los sujetos, los actores y los movimientos de los mismos, ya que considera que la comunicación es una cuestión de actores y que los medios ya no deben considerarse como dominantes; sino que los procesos de dominación de los medios deben ser considerados como procesos de comunicación. Aquello que explica el autor está en concordancia con los postulados de Igartúa (2010) debido a que ambos consideran relevante el aspecto del reconocimiento de las personas en los contenidos o en los relatos para explicar y entender el consumo, el entretenimiento y el disfrute mediático. Así como también ambos autores consideran y toman en cuenta la influencia que ejercen los medios de comunicación sobre las personas y la importancia de considerarlas como actores y dueñas de sus decisiones para entenderlas de manera efectiva. No solo esto, sino que los dos reflexionan y son conscientes de la manera en la que los medios entran en relación con la sociedad, tocando ciertas fibras de las personas y entrando en relación con su cotidianidad.

Igartúa y Muñiz (2008) mencionan cuatro factores procesuales conectados con la valoración del disfrute y que son fundamentales para explicar el disfrute ocasionado por los contenidos audiovisuales: la *inducción afectiva*, la *identificación con los personajes*, la *resonancia personal* y la *cercanía cultural*. En cuanto a la *inducción afectiva* los autores explican que es la emoción que ocasiona el visionado de los contenidos; esto quiere decir que si se juzgan las acciones de los personajes como positivas, así también será la disposición afectiva hacia ellos. La respuesta afectiva será más intensa cuanto más positiva sea la disposición afectiva. De manera contraria, cuanto peores se consideren las acciones de los personajes peor será la respuesta contra empática. Mientras que la *resonancia personal* es un proceso cognitivo que depende del nivel de implicación con el relato, en el que se activa la memoria autobiográfica y los recuerdos propios de la vida de la persona; la audiencia revive o recuerda vivencias pasadas por medio de un contenido audiovisual. Por último la *cercanía cultural* es el proceso en el cual la audiencia se reconoce en los personajes, en cuanto a sus costumbres y modos de vida.

## 4. Género Drama

Esta tesis estableció como foco principal responder a la pregunta de por qué las personas consumen el género dramático. Para resolver este interrogante es necesario primero aportar una definición de esta categoría cinematográfica. Según el texto “ABC del Lenguaje Audiovisual” escrito por Eloisa Tarruella, Dana Jonas y Paula Banfi y presentado por el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (de ahora en más INCAA) para su programa “Las Escuelas van al Cine”, el género drama “tiene la particularidad de centrarse en los conflictos emocionales de los personajes y su entorno, con el fin de abordar cuestiones fundamentales de la humanidad (el amor, la muerte, la frustración, la desilusión, los deseos, el paso del tiempo, etc.). Tienden a tener características realistas, ya que el objetivo es que la audiencia empatice y se conmueva a través de su identificación con los sucesos complejos que atraviesan los/las protagonistas. Como regla general, el drama hace transitar a los personajes principales por líneas narrativas donde se hace eje en el sufrimiento. Y también apunta a la reflexión del espectador sobre los temas que presenta.” (p. 30).

Para profundizar más en el concepto del Drama es relevante aludir a la “*Paradoja del Drama*” presentada por Mark Packer (1989), ya que se centra justamente en la idea principal de esta tesis, el disfrute de las películas dramáticas. El autor indica que cuando las personas consumen relatos dramáticos, aparentemente, encuentran satisfactorio “el placer de sufrir”, en otras palabras, evalúan positivamente la experiencia suscitada por los contenidos dramáticos (que inducen a emociones negativas así como tristeza, ira, suspenso, etc. durante la mayor parte del tiempo de exposición); esto último es a lo que el autor llama *Paradoja del Drama o de la Tragedia*. El autor menciona que “el género drama puede generar simultáneamente los sentimientos contrarios de placer y dolor en el mismo lector o espectador” (Packer, 1989, p. 2); con estas palabras Packer (1989) se refiere a que los dos afectos, el positivo y el negativo, a menudo se sienten simultáneamente por los espectadores en lugar de que uno reemplace o absorba al otro. En otras palabras, el autor se pregunta cómo es posible que se lleve a cabo la experiencia de sensaciones tanto de dolor como de placer en simultáneo a la hora de consumir el género drama. Así como también indaga en el interrogante de por qué se genera el disfrute del género drama cuando algunas emociones dolorosas son una parte importante de la experiencia. “Las investigaciones en este campo han mostrado que el malestar empático experimentado durante el visionado de un largometraje dramático o trágico se asocia a una mejor evaluación o percepción de disfrute por su visionado” (Igartúa y Muñiz, 2008, p.3).

La paradoja que plantea el autor y sus desarrollos sobre el tema sirvieron como respaldo para esta tesis que tenía por objetivo realizar un estudio con respecto a esta cuestión; así como también las investigaciones que realizó Juan José Igartúa junto a muchos otros autores.

Las investigaciones descritas arriba que preceden este estudio y abordan la cuestión de la recepción e impacto de los contenidos audiovisuales en los espectadores, indican que la audiencia cumple un rol activo a la hora de consumir los medios de comunicación. Según la teoría de Usos y Gratificaciones (Igartúa y Humanes, 2004) la misma selecciona qué medios consumir, se vincula o no con aquello que consume y tiene una reacción a los contenidos después de la exposición a los mismos. Otra cuestión a la que los estudios mencionados previamente le dan importancia es a la *implicación* de la audiencia; la misma puede ser cognitiva o afectiva. De esta noción deviene el concepto de la *identificación* abordado especialmente por la teoría de la Psicología de Medios (Igartúa y Humanes, 2004) ; que se considera como el proceso más relevante para estudiar el consumo y la recepción de los medios audiovisuales. Este concepto también ha sido estudiado por Juan José Igartúa en múltiples textos en los que se ha respaldado este estudio, que fueron y serán mencionados a lo largo del mismo. El autor ha realizado numerosos estudios y experimentos con respecto al disfrute y la satisfacción que generan los largometrajes de los distintos géneros en los espectadores; poniendo como foco principal el concepto de la *identificación* con los personajes. Igartúa y Muñiz (2008), en su escrito, hacen hincapié en la manera en la cual los procesos de identificación se deben contemplar para estudiar el vínculo de las audiencias con los contenidos audiovisuales. Además indican que son uno de los factores primordiales para explicar el disfrute de los largometrajes de las diferentes temáticas. Siguiendo esta misma línea, otro estudio que resulta importante para esta tesis es el de la “*Paradoja del Drama*” presentada por Mark Packer (1989); el autor se centra específicamente en desentrañar aquello que explica el disfrute de los largometrajes dramáticos y en encontrar una manera de explicar las sensaciones de placer que despiertan las emociones de sufrimiento que ocasionan las películas dramáticas en los espectadores.

Con base en la literatura mencionada, esta tesis se interesó en abordar las razones del disfrute de los largometrajes dramáticos tomando en consideración y como factor primordial la *identificación* tanto con los personajes como con el relato. Lo último es similar a los enfoques, estudios y experimentos que se presentaron antes, pero aquello que diferencia esta investigación de los mismos es la perspectiva de edad y género y el enfoque cualitativo que presenta. Los estudios y experimentos anteriores no categorizan sus resultados en un rango etario o género específico sino que presentan un abordaje más general y cuantitativo. Este

estudio se ocupa de profundizar en la cuestión de la *identificación* y de qué manera la misma influye en el disfrute de los largometrajes del género drama, centrándose en la edad y género de los consumidores del contenido. En resumen, aquello que esta tesis se propone estudiar, que no había sido abordado por los estudios anteriores, es evidenciar las razones que motivan a las personas a consumir el género drama, tomando en cuenta las variables de edad y género. Considerando este tipo de variables, fue posible profundizar más aún en las motivaciones y elecciones de las personas a la hora de consumir este género. La decisión de comparar adultos y jóvenes y las formas en la que se vinculan con los contenidos del género drama, le permitió a la investigación entender si un espectador se identifica más con un personaje, si el mismo comparte su edad y género y también determinar las diferencias generacionales. Además el enfoque cualitativo que brindan los experimentos permitió ahondar en profundidad en las motivaciones e inclinaciones de las personas de distintos géneros y edades; obteniendo así un panorama detallado de los incentivos y preferencias de los individuos.



## Metodología

El objetivo de esta investigación fue –según dijimos al principio– **dar cuenta de las razones que motivan a las personas a consumir películas del género drama, tomando en cuenta variables como edad y género.** El objetivo específico que se propuso este estudio fue el de **investigar las diferencias que existen en el consumo de películas del género drama a partir de las variables género y edad.** Siguiendo esta línea de pensamiento, la pregunta de investigación que se planteó la tesis fue la siguiente: “**¿Cuáles son las razones que motivan a las personas, según ciertas franjas etarias y género, a consumir películas dramáticas?**”. Este estudio presentó al respecto dos hipótesis: la primera establecía que **los espectadores de una película dramática van a disfrutar más de su visionado en tanto generen procesos de identificación;** mientras que la segunda planteó que **la identificación con el personaje prima cuando se comparte género y franja etaria, mientras que la identificación con el relato es independiente de la edad y del género.** Para encontrar una respuesta a las cuestiones planteadas anteriormente se realizaron entrevistas y encuestas entre las personas del AMBA. El objetivo de trabajar con una muestra de población del AMBA fue el de obtener resultados que sirvan para profundizar en estas cuestiones de manera más general, con interés específico en la experiencia cinematográfica del drama más que en la región o zona de relevo de datos.

Anteriormente se dejó en claro que el propósito de esta investigación fue el de estudiar algunos aspectos de los procesos de recepción cinematográfica de las películas dramáticas; es decir, evaluar si el impacto afectivo provocado por el visionado de una película dramática tiene que ver con la identificación con los personajes. Para ello esta tesis tomó dos estrategias de relevamiento de datos: una serie de encuestas y otra de *Focus Groups*.

### 1. Focus Groups

La primera forma de recopilar datos fue la de *Focus Groups*. Se seleccionaron cuatro grupos de seis personas divididos en base a género y edad. Un grupo de mujeres jóvenes, uno de hombres jóvenes, uno de mujeres adultas y otro de hombres adultos. Los rangos etarios fueron definidos con base en las encuestas realizadas por el Sistema de Información Cultural de la Argentina (de ahora en más SINCA), se reclutaron jóvenes desde 18 hasta 29 años y adultos desde 50 hasta 64 años (intervalos recuperados de la página web del SINCA); por ende fueron 12 jóvenes y 12 adultos (12 mujeres y 12 hombres). La elección de estas edades

tiene por fundamento el afán de comparar a jóvenes y adultos y las maneras en las que se identifican con los personajes y contenidos dramáticos, de modo tal de corroborar si un espectador se identifica más con un personaje, si el mismo comparte su edad y género y también detectar las diferencias entre ambas generaciones.

Cada grupo vió la película “Marriage Story” dirigida y escrita por Noah Baumbach, esta película se estrenó en el 2019. La película es sobre un director de teatro (Adam Driver) y su mujer actriz (Scarlett Johansen), que atraviesan un divorcio que los lleva al extremo tanto en lo personal como en lo creativo. Sobre la base de los criterios establecidos por Internet Movie Database (en adelante, IMDB), esta es una película del género drama, que seleccionamos porque trata temas recurrentes en la vida de las personas como el amor, el desamor, el divorcio, la maternidad, la paternidad, la infidelidad, las separaciones y la infancia en estos entornos. Es una película que puede penetrar en todos los rangos etarios debido a que trata temas sumamente cotidianos.

Como parte de la tarea de relevo se le indicó a todos los participantes del experimento que completen un formulario de Documentos de Google antes y después del visionado del largometraje. Este formulario contenía una escala y preguntas basadas en las escalas propuestas por Juan José Igartúa en tres de sus investigaciones que se detallarán más abajo. Debido a que las escalas presentaban una medición de los resultados de carácter cuantitativo, este trabajo apuntó a reestructurarlas para que la medición de resultados presente un enfoque cualitativo. Esto quiere decir que ante cada pregunta que se le hizo a los participantes no se les pidió una respuesta numérica, sino una de carácter cualitativo que les permitió expresarse mejor. Incluso, en algunas oportunidades se les hizo una pregunta directa en la que tuvieron la oportunidad de explayarse. Asimismo los *Focus Groups* dieron lugar a que las personas se expresen, hablen entre ellas y profundicen en sus opiniones, obteniendo así un abordaje cualitativo. Como se explicó anteriormente luego de ver la película “Marriage Story” se les pidió que participen de *Focus Groups* en el que contestaron una serie de preguntas que incitaron a la discusión y a la expresión de sus opiniones y realizaron dos actividades que permitieron evaluar todo aquello que se planteó esta investigación.

El formulario que las personas que participan del *Focus Group* debieron completar fue inspirado en cinco escalas relevadas de tres investigaciones realizadas por Juan José Igartúa. Aquella que realizó junto a Darío Paez, “Validez y fiabilidad de una escala de identificación con los personajes”(1998), es de gran relevancia, puesto que se trata de un

estudio que tiene por objetivo principal dar validez a la escala de identificación con los personajes que se utilizó en esta investigación. Los autores concluyen en que la escala es válida y afirman que “se ha observado que la escala EDI recoge aquellas dimensiones planteadas teóricamente para definir la identificación con los personajes, es decir, el hecho de «volverse el/la protagonista», la empatía afectiva y cognitiva, la atracción personal que se siente hacia los personajes (valoración positiva, el hecho de desear ser como los/as protagonistas y la percepción de similaridad) y la capacidad de «fantasear» o de imaginación (anticipación de la narración). La empatía afectiva emergía como una dimensión central para definir este constructo” (Igartúa y Paez, 1998, p. 433). La segunda investigación es aquella que Igartúa realiza junto a Muñiz, “Identificación con los personajes y disfrute ante largometrajes de ficción. Una investigación empírica” (2008), y la última es un estudio individual del autor “Identificación con los personajes y persuasión incidental a través de la ficción cinematográfica” (2008). La razón por la que se les indicó que completen el formulario fue para evaluar de qué manera impactó la película en ellos. Sin embargo, este trabajo utilizó técnicas cualitativas para medir los resultados de las escalas ya que la muestra de personas fue mucho menor que las de las investigaciones realizadas por Igartúa y esto permitió un abordaje más cualitativo.

La primera escala que fue utilizada fue la escala *PANAS* (Positive Affect and Negative Affect Schedule), que se utiliza para medir el estado de ánimo. Esta debió ser completada antes y después del visionado del largometraje. La idea de esta escala era evaluar cómo se sentían las personas antes de exponerse a la película para luego, con los resultados, poder identificar cómo se sintieron después de su visionado y observar de qué manera influyó la película en su estado de ánimo. Esta escala contiene veinte términos emocionales que están divididos en dos dimensiones (afectividad positiva y afectividad negativa), el intervalo temporal que se fijó fue el de “en estos momentos”. Debajo se puede observar la escala de referencia.

## Escala de Afectividad (*Panas*) de Clark y Watson

Instrucciones: A continuación se presentan palabras que describen diferentes sentimientos y/o emociones. Indique en qué medida usted generalmente, se siente así utilizando la siguiente escala.

1 Nada	2 Muy Poco	3 Algo	4 Bastante	5 Mucho
-----------	---------------	-----------	---------------	------------

**Por Ejemplo: 2 (Muy Poco) Triste 4 (Bastante) Molesto**

----- Interesado	----- Irritado*
----- Dispuesto	----- Tenso*
----- Animado	----- Avergonzado*
----- Disgustado/enfadado*	----- Inspirado
----- Enérgico	----- Nervioso*
----- Culpable*	----- Decidido
----- Temeroso*	----- Atento
----- Enojado*	----- Intranquilo*
----- Entusiasmado	----- Activo
----- Orgullosa	----- Asustado*

Nota. Los reactivos con \* responden a la escala de Afecto Negativo, el resto a la escala de Afecto Positivo.

Para medir los resultados de esta escala no se le dieron valores numéricos a las emociones que figuran en ella sino que se observó cuantas emociones de afectividad positiva o negativa seleccionaron los participantes y en base a ello se pudo determinar de qué manera cambiaron o no sus sensaciones tras el visionado del largometraje. La segunda fue la *escala EDI* (escala de Empatía e Identificación con los Personajes) que sirve para medir la identificación con los protagonistas, está formada por 17 ítems a los que los espectadores debieron evaluar del uno al cinco (1 = nada, 5 = mucho). A continuación se presenta una fotografía de esta escala.

ANEXO. ESCALA EDI																			
En relación a las <i>escenas del video</i> [la película, la secuencia, la serie] que acabas de ver, <i>en qué medida has experimentado lo siguiente</i> . Responde rodeando con un círculo el número que mejor refleje tu respuesta.		4. He imaginado cómo actuaría yo si me encontrara en el lugar de los protagonistas.					9. Yo mismo he experimentado las reacciones emocionales de los protagonistas.					13. He entendido los sentimientos o emociones de los protagonistas.							
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			
		5. He intentado observar cuidadosamente cada una de las acciones o conductas de los protagonistas.					10. Pensaba que me gustaría parecerme o actuar como los protagonistas.					14. Me he sentido como «formando parte» de la historia.							
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			
NADA	MUCHO	6. Pensaba que yo me parecía o era muy similar a los protagonistas.					11. He intentado imaginar los sentimientos, pensamientos y reacciones de los protagonistas.					15. He sido capaz de anticipar lo que les iba a ocurrir a los protagonistas.							
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			
Me ha gustado la forma de ser o de actuar de los protagonistas.		7. Me he sentido preocupado por lo que les sucedía a los protagonistas.					12. He tenido la impresión de vivir realmente yo mismo la historia de los protagonistas.					16. He intentado ver las cosas desde el punto de vista de los protagonistas.							
1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Me he sentido implicado afectivamente con los sentimientos de los protagonistas.		8. He comprendido la forma de actuar, pensar o sentir de los protagonistas.					17. Me he identificado con los protagonistas.												
1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5					

De todas maneras, como esta investigación tenía un enfoque cualitativo, se le preguntaron algunos de los ítems a las personas directamente en forma de preguntas; y en vez de que las respondieran en un número, se les brindaron una serie de opciones de respuestas que debieron seleccionar, siempre con la posibilidad de explayarse en una opción debajo. Obteniendo de esta manera mayor profundización en las valoraciones de los espectadores que las expresaron en más detalle. La tercera fue la de *cercanía o proximidad cultural* que se evalúa por medio de dos ítems a los que se debe responder con una escala Likert del uno al cinco (1 = muy en desacuerdo, 5 = muy de acuerdo): “se preguntaba a los sujetos si, las escenas de los segmentos de película que acababan de ver, «trataban de situaciones muy parecidas o similares a las que puedes encontrar en tu vida diaria» y si «reflejan modos o estilos de vida culturalmente cercanos». Ambos ítems se adicionaron para formar un indicador de cercanía cultural respecto a los segmentos filmicos.” (Igartúa y Paez, 1998, p. 328). Para evaluar esta escala, de la misma manera que la anterior, se les hizo estas preguntas directamente a los sujetos y se les permitió explayarse y opinar al respecto en vez de pedirles que representaran sus respuestas con un valor numérico. La cuarta fue la de *elaboración cognitiva*, que está formada por cinco ítems: “he reflexionado sobre el tema que trataba”, “he pensado sobre la situación y las motivaciones de los personajes”, “he intentado ver cómo el argumento de la película se relacionaba con otros temas que me interesan”, “he pretendido sacar conclusiones sobre el tema central de la película” y “he intentado no pensar demasiado sino distraerme y dejarme llevar por la película” (1 = nada, 5=mucho) (Igartúa, 2008, p. 46). Nuevamente se le hizo estas preguntas directamente a los sujetos para que respondieran y profundizaran en ellas sin necesidad de responder con un número. Por último se hizo uso de la escala de *percepción del disfrute*, en la que se pregunta a los sujetos “en qué medida te ha gustado la película” y deben responder de cero a diez; cero siendo “no me ha gustado nada” y diez “me ha gustado mucho” (Igartúa, 2008, p. 46). En vez de que respondieran numéricamente se les pidió que respondan por sí o por no y que explicaran por qué. No se les hicieron necesariamente todas las preguntas a los sujetos en el formulario ya que varias de las escalas fueron utilizadas en las instancias de *Focus Groups*; pero si se intentaron utilizar las más relevantes y de dividir las equitativamente en todos los experimentos. La encuesta previa a la realización de los grupos focales tenía por objetivo fomentar la reflexión de la película y disparar ciertas preguntas y cuestionamientos para que los participantes fueran interiorizando y profundizando en la misma para estar preparados para los encuentros; además de esta manera se pudo confirmar que todos habían visto la película y tener registros sobre su experiencia al verla ya que nadie estuvo ahí para presenciarlo.

Después de haber visto la película y de haber completado las escalas, los participantes del experimento debieron participar de un *Focus Group*. Se realizaron cuatro instancias de *Focus Groups* por medio de Google Meet que duraron 30 minutos; la primera con mujeres de 18 a 29 años, la segunda con hombres de 18 a 29 años, la tercera con hombres de 50 a 64 años y la última con mujeres de 50 a 64 años. El reclutamiento se realizó vía grupos de Whatsapp, Facebook, Reddit, Twitter o historias de Instagram para generar el efecto bola de nieve. Durante los Focus Groups, se le hizo a los participantes las siguientes preguntas disparadoras sobre el consumo de películas dramáticas: ¿Ven películas en general? ¿En qué momento suelen ver las películas? ¿Suelen ir al cine o en su casa? ¿Tienen un género favorito? ¿Les gustan las películas del género drama? ¿Qué les gusta de los dramas?. En cuanto a la película seleccionada se hicieron las siguientes preguntas: ¿Les gustó la película? ¿Qué es lo que les gustó? ¿Qué les parecieron los personajes? ¿Les gustó o les llamó la atención algún personaje en particular? ¿Por qué? ¿Algún fragmento de la película les hizo acordar a algún momento, situación o aspecto de tu vida? ¿Se imaginaron cómo hubiesen actuado ustedes si estuvieran en el lugar de los personajes?. Así como las otras, estas preguntas funcionaron como disparadoras de la charla para motivar a los participantes a compartir sus opiniones, sensaciones y experiencia. La totalidad de las personas que participaron de los grupos había visto la película previamente ya que era una condición para responder la encuesta previa. Además luego de que los participantes respondieran estas preguntas se realizaron dos actividades; en la primera actividad se seleccionaron dos escenas de la película que resaltaban las dinámicas entre los personajes o momentos decisivos en sus relaciones. Se mostraron una por una y en cada una de las escenas se les preguntó con qué personajes se sentían más identificados y por qué. La primera escena que se seleccionó fue la que Adam Driver golpea la pared mientras discute con Scarlett Johansen. Esta escena fue elegida porque es una de las escenas más trascendentes de la película, debido a que es el momento en el que los protagonistas tienen la oportunidad de hablar en privado sobre todos los conflictos que se les presentaron a lo largo de la película; además es una escena de gran impacto emocional para los espectadores debido a que trata temas de pareja y familia. La segunda fue la escena final, aquella en la que Scarlett Johansen, Adam Driver y su hijo Henry Barber se abrazan. Ella que está con su familia y su pareja actual, le cede a Adam su noche con Henry y todos se despiden con un abrazo. Luego ella nota que su ex marido tiene los cordones sueltos y se acerca y se los ata. Esta escena es influyente en la película debido a que es visible como las discusiones son dejadas de lado y la pareja llega a un acuerdo común y consigue mantener la cordialidad. Fue importante preguntarle a los espectadores sus

opiniones con respecto a esta escena porque de alguna manera le da un giro a la relación de los protagonistas mostrándola desde otro punto de vista, y de alguna forma mostrando aquella instancia o etapa de las parejas o familias que surge después del divorcio.

Como segunda actividad se fomentó una discusión abierta sobre las acciones, decisiones y relaciones de los personajes a lo largo de la película. Se abordaron todos los aspectos de su relación así como la infidelidad, las peleas, sus actitudes, sus elecciones en cuanto a abogados. Fue la oportunidad de todos para expresar sus opiniones. Las preguntas disparadoras fueron las siguientes: ¿Qué opinan de la abogada de Scarlett? ¿Qué opinan de la infidelidad? ¿Qué opinan de las actitudes de Adam? Se animó a los participantes a compartir anécdotas personales o relacionar las experiencias de los personajes con sus propias vidas, relaciones o creencias. Gracias a estas actividades los participantes compartieron sus opiniones, emociones, sensaciones y experiencias a la hora de ver la película. El propósito de esta división específica de los grupos era el de identificar patrones y distinciones entre ellos teniendo en consideración las variables de género y edad. Realizando este tipo de segmentación se esperó responder al objetivo específico planteado previamente. Una vez realizados los cuatro *Focus Groups* los mismos fueron transcritos para estudiar las respuestas de las personas y sacar conclusiones de las mismas comparando cada uno de los grupos entre sí.

## 2. Encuesta

La segunda forma de recolectar datos fue la de enviar un formulario con preguntas a aquellas personas que habían visto la película “Anatomy of a Fall” escrita y dirigida por Justine Triet. Esta película se estrenó en 2023 y es considerada como película de género drama por IMDB (categoría rescatada de la página web de IMDB). Trata sobre una mujer (Sandra Hüller) que es inculpada del asesinato de su marido Samuel (Samuel Theis) mientras que su hijo Daniel (Milo Machado Graner) se enfrenta a un dilema moral ya que es el testigo principal. Esta película fue elegida ya que más allá de que presenta los roles comunes de la vida cotidiana como las relaciones familiares de padres o madres a hijos, trata un tema muy poco cotidiano como los asesinatos. Además esta película se encontraba en el centro de atención en ese momento debido a que estaba nominada al Oscar; su temática dramática abordada de una manera intensa y extrema, atrajo la atención por su capacidad de explorar

aspectos profundos, al punto de involucrar una muerte por una caída. Esto fue importante para evaluar si los espectadores lograron sentirse parte de la película, percibirse como uno de los personajes de la misma y vivir sus experiencias. El formulario presentaba preguntas rescatadas de la escala de la *percepción del disfrute* y la *escala EDI* (escala de Empatía e Identificación con los Personajes), que indicaron si las personas disfrutaron la película y dieron cuenta de si los espectadores se identificaron con los personajes o no. Estas preguntas presentaban distintas opciones de respuestas y la alternativa de escribir un comentario para profundizar, detallar o expresar algo diferente a las opciones que se ofrecían. De esta manera, se logró darle otro sentido a las escalas para obtener respuestas en más profundidad. Además al final del formulario se presentó una opción en la que se ofrecía una instancia de entrevista vía WhatsApp para aquellas personas que tuvieran ganas de seguir profundizando y compartiendo sus opiniones sobre el largometraje.

De la misma manera se hizo uso de un formulario de Documentos de Google en base a la película “The Zone of interest” estrenada en 2024 y escrita y dirigida por Jonathan Glazer. La misma es considerada como una película del Género Drama en cuanto a los parámetros de IMDB (categoría rescatada de la página web de IMDB). Esta película se ubica durante la Segunda Guerra Mundial y se centra en Rudolf Hoss (Christian Friedel), director del campo de concentración de Auschwitz, quien intenta construir una familia idílica mientras vive al lado del campo; la película muestra las relaciones familiares y la vida en el hogar junto a su esposa Hedwig (Sandra Huller) y sus hijos.

La elección de esta película, así como la de “Anatomy of a Fall”, tenía el objetivo de evaluar si las personas se identificaban con una película o los protagonistas de la misma aún aunque fuera diferente o lejana a su vida cotidiana. No solo esto sino que, al igual que la película anterior, la misma era relevante en el ámbito cinematográfico de ese momento ya que estaba nominada al Oscar; y abordaba también de manera radical la cuestión dramática, al punto de tratar temas del Holocausto. El formulario que se les envió a las personas que habían visto esta película utilizaba la pregunta de la escala de *percepción del disfrute*, elementos de la *escala EDI* que se presentaban en forma de preguntas (escala de Empatía e Identificación con los Personajes) y también ciertas nociones rescatadas de la escala de *elaboración cognitiva*. Hacer uso de estas escalas permitió medir de manera cualitativa la *Identificación con los personajes* ya que según Cohen (2001), la identificación con los protagonistas se asocia a una mayor elaboración cognitiva. Cada pregunta presentaba

distintas opciones de respuesta junto con la oportunidad de agregar un comentario u opinión para aquel que lo eligiera, así como también la opción de seguir la conversación vía WhatsApp para continuar indagando en la película.

La última alternativa de recolección de datos se llevó a cabo en el cine, resultó útil recolectar datos en este lugar porque es un espacio que está específicamente pensado para el visionado de una película. Además los espectadores acuden a este espacio a ver una película que eligieron específica y premeditadamente. En adición a esto, cuando las personas ven una película en el cine, tienen muchas menos oportunidades para distraerse o dejarse llevar por estímulos de la vida cotidiana; como por ejemplo el timbre, el teléfono, ruidos de la casa, de la calle, etc. En general, las personas apagan los teléfonos celulares durante las películas, creando así el ambiente ideal para insertarse en el relato e involucrarse con los personajes principales.

Se le entregó un formulario impreso a las personas que se encontraban en el cine mirando las películas “Anatomy of a Fall” y “The Zone of Interest”. Este formulario hacía uso de los elementos de la escala *PANAS* (Positive Affect and Negative Affect Schedule) para entender de qué manera se sentían los espectadores antes y después del visionado de las películas. Además hacía uso de la escala de *percepción del disfrute* para que la audiencia responda y explique si disfrutó la película o no y comparar aquello que respondían con los sentimientos que habían seleccionado en la escala *PANAS* (Positive Affect and Negative Affect Schedule). También se usó el ítem principal de la escala *EDI* (escala de Empatía e Identificación con los Personajes); el mismo consiste en preguntar a la audiencia si se identificó con los personajes de la película y pedirles que expliquen con cuáles y por qué. De esta manera se hizo una comparación del estado de ánimo, el disfrute y la identificación con los personajes de las audiencias al ver estos largometrajes; obteniendo así datos de carácter cualitativo para entender mejor aquello que les sucedió a los espectadores. Todos los formularios realizados para esta investigación pedían a quienes lo completaron su edad y su género para así poder comparar cómo era la recepción de este tipo de películas en los distintos géneros y rangos etarios. En el anexo 1 se pueden visibilizar los enlaces a todos los formularios.

La elección de estas tres películas distintas no fue casualidad. La selección de la película “*Marriage Story*” se debió a que trata temáticas cotidianas con respecto a la carrera, las relaciones humanas, los vínculos familiares, laborales y amistades. Esto resultó muy útil

para indagar en aquello que despertaba en los espectadores un largometraje tan alineado a la realidad y cercano a su vida propia; además aborda temáticas con las que pueden involucrarse un gran rango de edades. Por otra parte “*Anatomy of a Fall*” representa situaciones poco comunes pero a la vez alineadas a los roles conocidos de la sociedad y de la familia; resultó interesante observar de qué manera se identificaron los espectadores con la película y la satisfacción que les generó, siendo algo más alejado de su día a día. Por último “*The Zone of Interest*” presenta situaciones históricas que tienen un gran vínculo con la realidad pero a la vez presentan una gran distancia con la sociedad actual; fue importante observar de qué manera reaccionaron los espectadores a este tipo de película e indagar en las sensaciones que les despertó este tipo de relato. Las tres películas presentan un abordaje diferente de la vida, aunque también encuentran ciertos puntos en común.



Universidad de  
**San Andrés**

## Resultados

A continuación se presentarán los resultados del trabajo de campo realizado para la investigación. En primer lugar se compartirán los resultados de los aspectos más relevantes de las encuestas “Anatomy of a Fall” y “The Zone of Interest”, mostrando cada una por separado con sus respectivos hallazgos. Luego se presentarán distintas tablas y gráficos que representan las respuestas de ambas encuestas en conjunto. Para finalizar el apartado de las encuestas, se describirán los aspectos más relevantes de la encuesta realizada en el cine. Para proseguir, se describirá como fue el proceso de realización de los *Focus Groups* y los puntos más significativos de los mismos; pudiendo así proseguir con el análisis de todos los resultados descritos en el apartado de discusión.

### 1. Encuestas

Las encuestas sobre las películas “Anatomy of a Fall” y “The Zone of Interest” se difundieron por medio de Whatsapp, Twitter, Facebook, Reddit y Telegram. Donde más se obtuvieron respuestas fue mediante grupos de cine dentro de Facebook y en segundo lugar, por medio de la distribución por Whatsapp. Se obtuvieron un total de 242 respuestas en las tres encuestas que circularon: 123 respuestas en la encuesta de “Anatomy of a Fall”, 55 respuestas en la de “Zona de Interés” (que fueron repartidas virtualmente) y 64 respuestas recolectadas en la encuesta hecha en el cine. Del total de respuestas recolectadas en el cine 47 respuestas fueron de “Anatomy of a Fall” y 16 de la película “The Zone of Interest”.

### 2. Explorando la Zona de Interés

Como se mencionó anteriormente se recolectaron 55 respuestas virtuales con respecto a la película “The Zone of Interest”: 33 de ellos hombres y 22 mujeres; todos en el rango de 18 a 76 años.

Las siguientes tablas presentan las respuestas a la pregunta “*Comprendiste la forma de actuar o sentir de los personajes?*”, cada una representa los porcentajes de personas de las distintas edades y géneros que comprendieron la forma de actuar o sentir de Hedwig y

Rudolf, los protagonistas de la película. Basándose en el género y la edad ambas tablas esquematizan y resumen los resultados de la encuesta.

El grupo que tiene la misma edad y género que Hedwig Höss comprendió su forma de actuar y sentimientos en un 66,7%. De todas maneras los dos grupos que más entendieron sus acciones y emociones son aquellos que no comparten su género y su edad en un 77,8% y aquellos que comparten su mismo género pero no su misma edad en un 76,7%.

		Edad	
		si	no
Género	Hedwig		
	si	66.7%	76.7%
	no	66.7%	77.8%

Los hombres encuestados que tenían la misma edad y mismo género que Rudolph Höss comprendieron sus actitudes y sensaciones en un 100% al igual que aquellas mujeres que tenían su misma edad; ambos grupos siendo los que más se identificaron con él.

		Edad	
		si	no
Género	Rudolph		
	si	100.0%	66.7%
	no	100.0%	63.3%

Para representar la pregunta “*experimentaste por vos mismo las reacciones emocionales de los personajes?*”, se utilizan tablas que presentan la misma lógica que las que se usaron para responder a la pregunta anterior.

Las encuestadas que tenían la misma edad y género que Hedwig indicaron que no lograron experimentar las reacciones emocionales de la protagonista. No obstante el grupo que más se identificó con ella fueron los hombres que no tenían su edad en un 39%. Es decir, el grupo que más experimentó sus reacciones emocionales fue aquel que no comparte ni su edad ni su género.

		Edad	
		si	no
Género	Hedwig		
	si	0%	20%
	no	33%	39%

El grupo que más experimentó las reacciones emocionales de Rudolph fueron los hombres que no tenían su edad en un 28%. Mientras que los hombres que tenían su misma edad y género no lograron experimentarlas.

		Edad	
		si	no
Género	Rudolph		
	si	0%	28%
	no	0%	20%

Aquellas personas que comprendieron la forma de actuar o sentir de los personajes o que expresaron que experimentaron las reacciones de los mismos, hicieron referencia a que entendían la dinámica de las relaciones que se daban desde el punto de vista familiar; aunque muchos manifestaron su distancia con las acciones y decisiones de los protagonistas. Es decir empatizaron o comprendieron en un sentido más general a los protagonistas sin avalar las acciones de las que estaban siendo cómplices o llevando a cabo.

En cuanto a la pregunta “¿Te identificaste con los protagonistas? ¿Cuándo?” se les permitió a las personas explayarse y contestar sus opiniones. A continuación se presentarán las opiniones de las personas incluyendo su respectivo género y rango etario.

Algunas mujeres de 25 a 34 años expresaron que no pudieron identificarse con los personajes: “no..me pregunto en qué estado de carencia estarían para valorar eso como bueno”. Mientras que otras resaltaron que sí lograron identificarse con ellos: “Me identifique con Hedwig al sentir rabia con su marido por querer abandonar el hogar que ella se esforzó en construir. También en la escena en que ambos se ríen antes de dormir. Siento que la peli busca que se produzca esa identificación para dar cuenta cómo es posible que horrores como el holocausto se den, algo en línea con la idea de "son gente normal, como uno"” —“Con Hedwig, cuando busca mantener la estabilidad de la familia”. Otras se vincularon con las actitudes de los protagonistas: “Un poco en el hecho de que al igual que ellos prefiero aislarme en el mundo de fantasía que brindan las redes sociales, de la misma forma que ellos preferían vivir en su casa idílica sin mirar el horror que hay a su alrededor”. Una mujer de 45 a 54 años dijo “Más que identificarme, entendí las motivaciones de Hedwig.” De la misma manera las mujeres 55 a 65 remarcaron que se identificaron con varios personajes: “La inocencia de los niños, jugando con cosas sin saber lo que eran. El estupor de la madre, que no puede tolerar quedarse en la casa al haber visto y oído lo que sucedía detrás del muro.” —“La abuela, los niños, excepto el mayor.” Así como también las mujeres de 66 a 76

años mencionaron que se identificaban con la madre de Hedwig: “La madre cuando visita a la hija.”—“Solo con la madre de Hedwig cuando se va”—“¡La madre de Hedwig que se va!”. Por último hubo algunas que se identificaron con los hijos de los protagonistas: “No. Un poco con el niño pequeño cuando juega y escucha el dictamen de castigo de un prisionero. No hay personajes con matices. Todos muy homogéneos respecto de su pertenencia e identificación, no muestra complejidad, fisuras”.

Tomando en consideración a los grupos de hombres, aquellos de 18 a 24 años presentaron diferentes opiniones. Algunos señalaron que no fue posible para ellos identificarse con los personajes: “No, ni con la samaritana de las manzanas pude empatizar, quizás por la tonalidad general del filme”. Mientras que otros sí pudieron establecer lazos con los protagonistas: “Con Rudolf y su visión de la casa perfecta, era un momento en el que las cosas no estaban bien socioeconómicamente hablando, entonces junto a su mujer debían proteger lo único que les quedaba.”—“Me identifiqué cuando Hedwig se decepciona porque Rudolf tarda una semana en avisarle que se tenían que ir de Auschwitz. La falta de sinceridad y ocultar cosas importantes me decepciona de igual manera.”. Mientras que los de 25 a 34 evidenciaron: “Entendí Zona de Interés como una anestesia frente a la guerra, la insensibilidad frente a la tragedia. La banalidad del mal. Tal vez, relativizando irresponsablemente fui/soy Rudolf, por querer ascender en un trabajo aunque eso signifique perpetuar las condiciones de explotación de los recursos naturales y de la mano de obra, incrementar la brecha de la desigualdad, la pobreza, el hambre, la contaminación. Soy Hedwig por querer tener un jardín en medio de la violencia, tal vez preferir un libro en vez de ayudar a un extraño ¿que es el gozo frente a los feminicidios, el hambre, Gaza? Pero quiero ser Aleksandra, dejar manzanas, confabular resistencias, aunque sean pequeñas, ocultas, anónimas. Creo que es peligroso no poder "identificarse" con aquello que se considera "malo", "violento", "indeseable", lo "radicalmente otro". Esa incapacidad de identificación es lo que, creó, llevó al nazismo, a Gaza. Decir que no me encontré en Rudolf o Hedwig es el mismo movimiento del nazi que no se encontró en el judío, de Israel en Palestina, del yo en el otro. Hay, tal vez, que reconocer esa violencia, y saber que no es la única y totalitaria, reconocernos también en Aleksandra; y en otras posibilidades.”. Por otra parte, algunos no se sintieron identificados con los personajes: “No me identifique con los protagonistas por la completa apatía de la hipérbole de vivir al lado de un campo de concentración”. Por su parte los de 45 a 54 años dijeron: “Hedwig conversando con su madre en el jardín”—“Con los niños”. Así como los hombres de 55 a 65 años reconocieron que sintieron identificación con

la niña que ayudaba a los prisioneros del campo de concentración: “Me identifiqué con la criada que a escondidas cultiva papas para compartir con los detenidos en el campo. Un gesto humano en medio de la barbarie, corriendo riesgo de morir por ayudar a una víctima de los nazis.”—“Con la nena que les deja comida a los prisioneros:”. Por último un hombre de 66 a 76 años afirmó que entendió a los personajes pero que no se identificó: “Obviamente, no. Entender es otra cosa diferente a "identificarse”.

### 3. Desentrañando el Descenso

La encuesta de “Anatomy of a Fall” fue repartida virtualmente y se recolectaron datos de 49 hombres y 73 mujeres dentro del rango etario de 18 a 76 años.

De la misma manera que con la película anterior se presentarán cuatro tablas que reflejan los resultados a las preguntas “¿Comprendiste la forma de actuar o sentir de los personajes?” y “¿Experimentaste por vos mismo las reacciones emocionales de los personajes?”; las tablas toman en consideración a Sandra y su hijo Daniel, los protagonistas de la película.

En cuanto a la primera pregunta la tabla muestra que los hombres que tienen la misma edad que Sandra fueron quienes más comprendieron sus formas de actuar y sentir en un 100%. El segundo grupo que más las comprendió fue aquel que tenía su misma edad y mismo género.

		Edad	
		si	no
Género	Sandra		
	si	83.3%	78.5%
	no	100.0%	79.1%

La siguiente tabla muestra si los encuestados comprendieron la forma de actuar o sentir de Daniel, el otro protagonista de la historia. Ninguno de los participantes de la encuesta presenta la edad de este personaje. De todas maneras el grupo que más lo comprendió fue el de los hombres.

		<b>Edad</b>	
		Daniel	
<b>Género</b>	si		31.0%
	no		18.3%

La tabla que se encuentra debajo refleja que hubo dos grupos que fueron los que más experimentaron las reacciones emocionales de Sandra durante la película; Aquellas personas que comparten su edad y su género y también los encuestados hombres de su misma edad, se alinearon con sus reacciones emocionales en un 66,7%.

		<b>Edad</b>	
		Sandra	
<b>Género</b>	si	66.7%	41.5%
	no	66.7%	39.5%

El grupo que más experimentó las reacciones de Daniel fue el de los hombres que no compartían su edad en un 28,2%.

		<b>Edad</b>	
		Daniel	
<b>Género</b>	si		28.2%
	no		15.8%

En la encuesta se le preguntó a los participantes con qué personajes se identificaron y cuándo. Abajo se encuentran las respuestas de los participantes.

Los hombres de 18 a 24 años se identificaron con el niño y con su madre: “Me identifiqué con Daniel en la escena en que tiene que reconstruir el ruido que supuestamente escuchó en la casa. Él, quizás para reforzar el punto del que ya está convencido, se inventó sin darse cuenta una realidad que no fue. Y esas son cosas que nos pueden pasar: exagerar o inventar cosas para reforzar un punto que creemos seguro pero no hay medios para demostrarlo. De todas maneras, esa intuición lo llevó más adelante a hacer el experimento con el perro que lo terminó de convencer de que su padre se suicidó, por lo que no es del todo mala ni buena esa realidad que nos podemos crear.”—“Daniel al sufrir por un conflicto entre

sus padres y Sandra al ser juzgada por sus características psico-emocionales dentro de un juicio que se supone es objetivo.”—“Si, me identifique con Sandra, porque en muy pocos momentos dude de su culpabilidad, su abogado si dudaba, el estrado dudaba, su hijo dudaba, pero yo sabía que ella no había matado a su marido.”. Mientras que los de 25 a 34 años comentaron que se identificaron con Samuel y sus sensaciones: “Sí. Con el marido. Cuando iba despidiéndose del hijo en el carro.”—“Con la depresión del padre”. Así como también señalaron que se vincularon con la madre y el hijo: “Me identifique con ambos. Pero más con Daniel”—“Con el niño cuando tiene que testificar al final”—“Con ambos”. Otros se identificaron con el matrimonio: “Con Sandra y Samuel, en lo que respecta a lo difícil que puede ser la vida en pareja.”. Aquellos que pertenecían al rango etario de 35 a 44 años marcaron: “Con Daniel cuando cae en cuenta de que puede intervenir en el proceso y también cuando él advierte o juzga lo que su padre quería comunicarle durante la charla sobre la muerte del perro... Fuera de eso, me identifico un tanto con la actitud serena de Sandra con respecto a enfrentar el proceso del juicio.”. De la misma manera aquellos de 45 a 54 años indicaron que se identificaban con Daniel: “Con Daniel, durante la discusión final” y con Sandra. Los hombres de 55 a 65 años establecieron que se identificaban con ambos protagonistas: “Mmm, no, más bien, intentaba ver quién tenía la razón, o lo que les pasaba. Más con Daniel, si hubo identificación.”—“Los dos”—“Sandra casi todo el tiempo”. Por último los que tenían de 66 a 76 años indicaron que se identificaban con Sandra: “Con Sandra, por su rol como madre. En la medida que soy padre, entendí su punto de vista.”, también con Daniel: “Con el niño que no comprende la situación al punto de dudar de su propia madre” o incluso con ambos: “Con Sandra a veces y con el niño casi siempre”.

Por otro lado, las mujeres de 18 a 24 años expresaron que se identificaron con Sandra, con Daniel o con ambos: “Con Daniel y por momentos con Sandra. Con Sandra cuando habla el psiquiatra de su pareja en el juicio, y con Daniel hacía el final cuando tiene que participar en un mundo adulto siendo un niño. —“Sandra muy conmovedora”. Aquellas que tenían de 25 a 34 años indicaron que pudieron identificarse con Sandra: “Con Sandra un poco cuando expresa frustración al no poder expresarse en su lengua materna. Es interesante cómo eso es un condicionante a lo largo de la película.”—“Con Sandra, donde toda la culpa gira en torno a mí poniéndome en un lugar egoísta desde la otra perspectiva sin voltear a ver también las acciones de la otra, pero por otro lado comprendiendo su contexto emocional”. Así como también pudieron hacerlo con Daniel: “Me identifiqué con el hijo: su dolor ante la sospecha de que su madre asesinara a su padre y su culpabilidad ante la posibilidad de señalar a la

madre como culpable por su declaración.”. Las mujeres de 35 a 44 años remarcaron que pudieron conectarse con la mujer: “Con Sandra cuando Samuel la acusa de imponer todo lo que hacen por ejemplo, o cuando se victimiza usando su ‘paternidad ejemplar’ para culpabilizarla a ella por sus logros.”. Mientras que otras lograron identificarse con todos los personajes: “Con todos los personajes, creo que el gran logro del guión fue construir una historia en la que no hay "el bueno y el malo" como un hecho dado por la historia. Uno lo puede hacer pero sería una creación propia.”. También otras lograron identificarse con Samuel: “Samuel, sensación de sobrecarga de rol de cuidador”. Por su parte, las de 45 a 54 mencionaron que se identificaban con Sandra en específico: “Sandra cuando le habla de su postura como padre”—“Principalmente con Sandra, por haber vivido situaciones similares a las mostradas en la pelea.”. Otras con momentos “Me identifiqué en la discusión...esa discusión que va escalando es algo conocido en las relaciones”. Las mujeres de 55 a 64 años presentaron gran variedad en sus procesos de identificación. Muchas se identificaron con Sandra, otras con Samuel y otras con Daniel: “El niño. Protección a sus padres”—“Con todos pero con ella, el hijo y el abogado amigo”—“Con Sandra, no se victimiza y es valiente”—“Daniel Durante la discusión”—“Impotencia ante la acusación a Sandra porque nunca la creí capaz de matarlo”. Por último las mujeres de 66 a 76 años explicaron que se identificaron con Sandra: “En diferentes momentos con Sandra, esa sensación de no poder llorar, contener sin darte cuenta...”—“Levemente con Sandra cuando niega responsabilidad en el bloqueo de él”—“Sandra, cuando su esposo la quiso hacer sentir culpable”—“Con la soberbia de sandra”. Mientras que otras indicaron que se identificaron tanto con la esposa como con el esposo: “Con ambos en la discusión clave. Comprendí sus dos posicionamientos.”. Otras se identificaron con el hijo: “Me identifiqué con Daniel cuando le asaltó la duda. Y el alivio que logra darle la respuesta de su acompañante”—“Con Daniel, encontrando una solución a su manera”. Por último, algunas se identificaron con las representaciones de la sociedad: “La ambigüedad de la sociedad. Claros y oscuros.”.

No obstante, hubo 56 encuestados que indicaron que no se identificaron los personajes: “Identificarme no. La entendí. Empatice”; de todas formas aclararon que empatizaban con la situación de la incriminación de la madre y las sensaciones del niño.

## 4. Drama en Foco: Satisfacción Cinematográfica

En el siguiente apartado se mostrarán diferentes tablas y gráficos que presentan los resultados de las encuestas de “Anatomy of a Fall” y “The Zone of Interest” en conjunto.

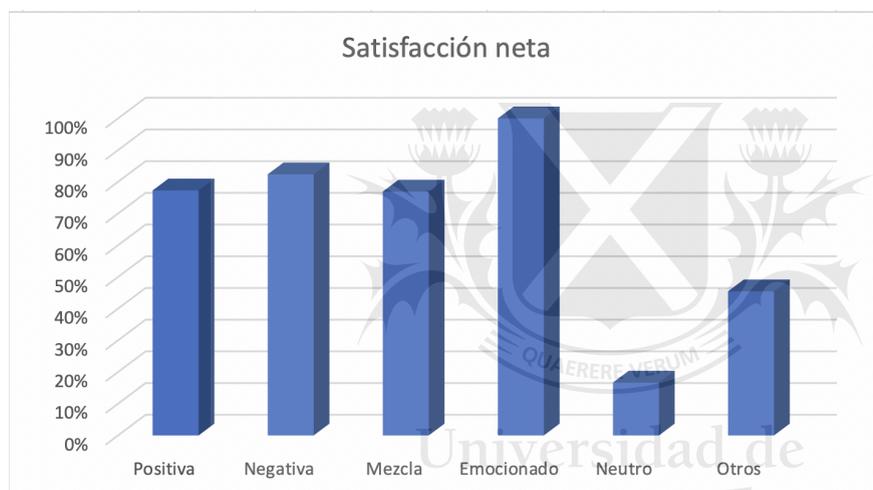
La tabla que se muestra a continuación representa las respuestas a la pregunta “¿Te gustó la película?” presentadas en cuanto a edad y género. Los porcentajes presentes en la tabla miden la satisfacción neta de los encuestados al ver la película. El índice de satisfacción neta toma el porcentaje de respuestas positivas y le resta el porcentaje de respuestas negativas; el resultado siendo un número entre -100 y 100. Los porcentajes se calculan sobre la población total que incluye aquellos comentarios positivos, negativos o neutros (“No me gustó ni me disgustó”).

Como se puede observar debajo los hombres de 25 a 34 años fueron el grupo al que le gustó más las películas presentando un índice de satisfacción de 94%. Mientras que los hombres de 18 a 24 años fueron el grupo al que menos le gustaron reflejando un índice de satisfacción de 45%. Sin embargo, las mujeres en su totalidad fueron quienes mostraron más satisfacción por las películas alcanzando un resultado de 79% en el índice de satisfacción. Por último los encuestados que se encontraban dentro del rango etario 25 a 34 años fueron quienes mostraron el índice de satisfacción más alto con un 93%; es decir, las personas que se encuentran dentro de este rango etario fueron aquellas que más disfrutaron de la película en comparación con los otros grupos.

	Hombre	Mujer	Total edad
18 a 24	45%	62%	54%
25 a 34	94%	90%	93%
35 a 44	78%	63%	71%
45 a 54	90%	88%	88%
55 a 65	67%	86%	81%
66 a 76	69%	76%	74%
<b>Total género</b>	<b>76%</b>	<b>79%</b>	

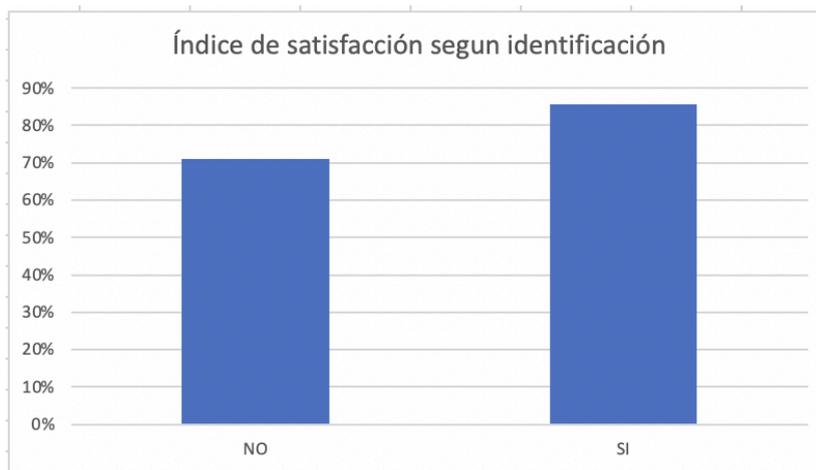
El gráfico de barras muestra las respuestas de los encuestados a las preguntas “¿Te gustó la película?” y “¿Qué sensaciones/sentimientos tuviste después de verla?”. El mismo muestra los índices de satisfacción para las personas según el tipo de emociones que sintieron después de ver la película.

Se caracterizó a las emociones como positivas (relajado, feliz ,intrigado, etc), negativas (tenso, estresado, etc), mezcla, neutro u otros y se dejó a la emoción “emocionado” como una categoría aparte fuera de las negativas y positivas. Los encuestados podían elegir una o varias de las emociones que se encontraban dentro de las opciones o escribir su propia emoción; todas estas emociones fueron divididas en cuanto a las categorías nombradas arriba. Es por eso que si una persona seleccionaba las emociones feliz y estresado se caracterizaba sus emociones como mezcla. Mientras que si el encuestado mencionaba que no sintió nada se caracterizaba su respuesta como neutro. La categoría otros correspondía a respuestas de los encuestados que no entraban en ninguna de estas categorías y no se referían a emociones positivas, negativas o mezcla.



Se puede observar que aquellos encuestados que indicaron que se sentían emocionados como sensación principal tuvieron el grado más alto de satisfacción. Mientras que los que sintieron emociones tanto negativas como positivas presentan prácticamente el mismo nivel de satisfacción con la película. Por último aquellas personas que no sintieron sensaciones positivas ni negativas fueron quienes se sintieron menos satisfechos con la película.

El gráfico de barras que se encuentra debajo muestra los índices de satisfacción de los encuestados según el grado de identificación que sintieron con los protagonistas de las películas. Aquellos encuestados que se identificaron con los protagonistas presentaron un mayor índice de satisfacción que aquellos que no se identificaron.



Por último se le preguntó a cada uno de los encuestados si habían visto las películas en sus casas o en el cine. La tabla que se muestra debajo muestra que no existe una diferencia significativa entre las personas que vieron la película en el cine o en su casa ya que el índice de satisfacción es prácticamente el mismo.

	Índice de satisfacción
Cine	77%
Casa	78%

## 5. Del Sillón a la Pantalla Grande

Las encuestas recolectadas en el cine fueron repartidas en la entrada de cada película y recibidas luego de la finalización de la misma a la salida de la sala. Se pudieron recolectar un total de 64 encuestas, 43 de “Anatomy of a Fall” y 19 de “The Zone of Interest”. Se presentaron dificultades en la recolección de este tipo de encuestas debido a que en determinados cines no se permitió la distribución de las encuestas a los espectadores y además debido al hecho de que varias personas no devolvían las encuestas o las entregaban sin hacer.

En los relevamientos hechos en el cine se pudo observar que las emociones principales que sentían las personas antes de entrar a ambas películas eran las de *interesado*, *dispuesto*, *animado*. Mientras que las emociones más seleccionadas al salir de las películas eran *disgustado*, *enfadado*, *tenso* e *intranquilo*. De todas maneras el índice de satisfacción

general con las películas arrojó un 52%. Es decir, que pese a las sensaciones que sentían luego de ver la películas la mayoría las disfrutó.

Al repartir las encuestas a las personas en mano se les entregó a cada una de ellas una lapicera para que pudieran contestar y describir si se habían identificado con algunos de los personajes. Debajo se presentarán las respuestas que dieron las personas en cada película.

Las mujeres de 18 a 24 años que vieron la película “Anatomy of a Fall” expresaron que se identificaban con Daniel: “Con el hijo, por su voluntad de inclinarse hacia una creencia más que otra (la inocencia de la madre) para tomar una decisión definitiva que cambiaría el transcurso de la vida de la mamá. Por ese salto de “fe” que hizo para salvar a la mamá de una condena sin estar seguro de la realidad (porque pienso que se inventó la charla con el padre al declarar)”. Otras con Sandra: “Me identifiqué con Sandra, igualmente solo en la escena en la que discute con su marido, me recordaba un poco a mí, por la frialdad y claridad en la que describía lo que le pasaba a él.”—“Me identifique con Sandra ya que es una mujer muy plantada, dulce y que da todo por su familia pero al mismo tiempo muestra y cuenta como también un matrimonio es difícil de llevar. Creo que ella muestra empoderamiento y feminismo”. Así como otras se vincularon con Samuel: “Me identifico con el papá que muere ya que se ve que es un hombre que lucha por un montón de cosas, desde ayudar a su hijo y estar presente pero se descuida de sí mismo dejándose estar y no estando atento a lo que él necesita y lo que le hace bien.”. Incluso algunas se identificaron con el abogado: “Con el abogado defensor. Hizo todo lo posible con lo poco que tenía, para conseguir su propósito. Se podría decir lo mismo del fiscal”. Aquellas pertenecientes al rango etario de 24 a 34 años establecieron que pudieron identificarse de alguna manera u otra con los distintos personajes: “de alguna manera”—“Me encantaron todos los personajes. El abogado de ella me resulta brillante, equilibrado y eficiente. El hijo me conmueve profundamente. Ella me confunde y me intriga.”. Algunas expresaron su vínculo con personajes específicos como Daniel o Sandra: “Con el hijo, cuando confunde sus recuerdos en pos de proteger a la madre”—“Si, por momentos con ella, de ser mujer de ser madre lo que atraviesa y el lugar que ocupa en una casa”. Mientras que aquellas que tenían de 45 a 54 años marcaron que se identificaron con Daniel: “Con el hijo porque con lo que puede y tiene a su alcance va resolviendo”—“Según el momento con Daniel en esto de proyectar fuera las frustraciones o lo de asumirlo”. Además ciertas mujeres de este rango etario se identificaron con la mujer que acompaña a Daniel durante la película: “Con la acompañante judicial por estar en

silencio”—“No me identifique con los personajes en general porque ante todo me parecieron bastante solitarios y tristes todos. Pero si tuviera que elegir alguno el fiscal es con quien más me identifico porque es tenaz y porque está obnubilado por su visión y no hay lugar para otras interpretaciones y yo soy un poco así a la hora de mantener mis posturas. Y me identifique con la chica que cuida a Daniel más que nada porque me gusta ese rol de cuidado e imparcialidad, lo sentí muy justo.” Por último una mujer de 55 a 64 años indicó que se identificaba con el hijo por ser testigo silencioso de la tragedia de sus padres.

En cuanto al género masculino los hombres de 55 a 76 años se identificaron con Daniel por su sufrimiento y por defender a su madre.

De manera contraria 22 encuestados expresaron que no se identificaron con los personajes: “Me sentí cansado/aburrido. No me identifique”—“No, creo que todavía no conviví en pareja, ni creo haber pasado de chico por situaciones similares”. Incluso remarcaron que no se identificaron con los personajes pero sí con las situaciones: “No, con la desconfianza latente”—“Me sentí decepcionada”—“No, pero de a momentos era interesante ver el rol de la mujer ante un juicio en el que es fácil incriminar. Simplemente por el hecho de haber estado ahí y por el registro de más conversaciones y peleas de pareja la necesidad en el juicio de destruirla y hacerla ver como histérica y violenta es muy interesante para reflejar sobre nuestra propia sociedad.” Es posible notar que algunos no se vincularon con los personajes pero sí con el relato, ya que mencionan que se identificaban con las sensaciones que se presentan en la película o con los roles de la sociedad que se representaban en la misma.

Los encuestados compartieron sus opiniones sobre los personajes de la película “The Zone of Interest”. Esta pregunta fue respondida por una mujer de 18 a 24 años que pensó lo siguiente: “Con el personaje femenino principal, que vive en su burbuja, en su casa sin mirar hacia el otro lado del muro. Su preocupación es el estado de su casa y de su jardín y ese es su orgullo, y este egocentrismo superficial a veces puede existir en capas con mayor poder adquisitivo. Haciendo autorreflexión, esta actitud de indiferencia me llamo la atención, y por más de que sea un contexto totalmente diferente, a veces uno hace oídos sordos y ojos ciegos evitando ver literalmente lo que está atrás de tu jardín que es una realidad muy difícil”. También por un hombre de 35 a 44 años que reflexionó: “Con todos a la vez en cierto punto. la humanidad que interpretan es la enseñanza para generar empatía y poner en evidencia la extensión del horror cometido”.

Como se puede ver reflejado en las respuestas de la encuesta, muy pocas personas se identificaron con los personajes de la película. Aquellos que no se identificaron compartieron sus opiniones: “No, me pareció un punto de vista interesante pero no llegué a sentirme identificada por la lejanía de cultura, idioma, problemática y contexto. Además, la película muestra un nivel de indiferencia y crueldad que hacen que me cueste conectar con ellos. Creo que el fin de la película no es que nos sintamos identificados con los personajes, al contrario creo que lo que buscan es alejarlos para lograr demonizarlos.”. Muchos encuestados establecieron que su religión fue lo que les impidió identificarse con los personajes de la historia: “No. Soy judía y no me considero partícipe de ningún modo”—“Con ninguno. soy judío no creyente”. Mientras que otros resaltaron que la lejanía y la frialdad fueron los factores que no les permitieron conectar con los protagonistas: “No. Me pareció difícil lograr algún tipo de conexión, incluso con los personajes que la película intenta que odies. Hay una lejanía frialdad para retratar todo que me alejó de todo”—“Me costó conectar con ellos”—“No llegué a identificarme con ningún personaje. Si creo que empatice más con el chiquito, que desde la inocencia escuchaba todo lo que pasaba del otro lado de su casa.”.

## 6. Focus Groups

Los *Focus Groups* se realizaron en cuatro instancias de Google Meet de media hora divididos por género y edad. Debajo se encuentra la conformación de los grupos en cuanto a edades y géneros. El reclutamiento de personas se realizó por medio de grupos de cine de Facebook y distribución por medio de Whatsapp; durante cada Focus Group se hicieron las mismas preguntas y se mostraron las mismas escenas (anexo 2). En el grupo de los hombres de 18 a 29 años hubo uno de los participantes que no se presentó al Focus Group. El enlace a las transcripciones de los *Focus Groups* se encuentra en el anexo 3.

### Mujeres 18 a 29 años

Martina, 23	Agustina, 24	Lucía, 24
Candelaria, 24	Olivia, 23	María, 27

### Mujeres 50 a 64 años

Ana, 52	Rosana, 54	Klara, 50
Anabel, 50	Patricia, 64	Eliana, 62

### Hombres 50 a 64 años

Pablo, 53	Marcelo, 51	César, 52
Martín, 51	Sebastián, 50	Javier, 50

### Hombres 18 a 29 años

Alejandro, 25	Joaquín, 26	Felipe, 25
Segundo, 19	Emilio, 27	

En el siguiente apartado se presentarán los hallazgos que surgieron de los *Focus Groups* que se realizaron para esta investigación. Se hará referencia a algunas respuestas de los participantes haciendo alusión tanto a las preguntas relacionadas con la encuesta previa al *focus group* como también a respuestas a preguntas realizadas durante el mismo que profundizan acerca de la película y aquellas sensaciones que despertó en las personas.

Como se mencionó previamente en la metodología lo primero que se les preguntó a los participantes fue si consumían el género drama en general y si era de su preferencia, es decir si les gustaba o si lo disfrutaban.

La mayoría de los participantes señaló que les gustaban las películas de este tipo por lo que transmitían, por representar la realidad de manera tan efectiva. Eliana (62 años) indica que el género dramático es uno de sus preferidos debido a que le interesan las relaciones humanas, al igual que Patricia (64 años) que establece que este tipo de género es su favorito porque muestra los conflictos existenciales y son las más nutritivas con respecto a sus finales,

moralejas, enseñanzas o momentos de reflexión. Ella establece que elige este género especialmente y no lo elige para llorar aún aunque empatice con los personajes o no tolere que actúen de mala manera. Siguiendo la misma línea Rosana (54 años) las elige y considera que “si llueve es un día de dramones directamente”. Martín (51 años) piensa de la misma manera ya que para él “lo bueno del cine es que te transmita algo, que te mueva algo, me parece que es una vuelta de tuerca. Un paso más elevado del cine en ese sentido”. De la misma manera Alejandro (25 años) indica que la razón por la que le gustan es por aquello que le hacen sentir, lo emocionan.

De todas maneras si bien muchos expresaron que les gustaban las películas dramáticas, tenían algunas objeciones. Por ejemplo Agustina (24 años) estableció que le gustaban los dramas y elegía consumirlas porque representaban muy bien la realidad pero “lo que no me gusta tanto es que a veces son muy dramáticas. Llevan todo muy al extremo y es como decir bueno, sí. Representan la realidad. Pero no sé hasta qué punto” Del mismo modo, Felipe (25 años) menciona que son las primeras que le gustan pero “si son malas no las banco. Nunca vería un drama que tenga un mal rating, siempre miro IMDB primero”. Además muchos resaltaron que para que una película dramática les gustara debían estar bien actuadas.

Por otro lado, algunos participantes dijeron que no disfrutaban las películas del género drama. Ana (52 años) “no me gustan, cuando elijo una película no elijo drama”, así como Pablo (53 años) “no miro películas de drama. Me parece que para drama tenemos la vida, prefiero las de tiros o comedias, si son western, mejor”.

Después de haber contestado esta pregunta se le preguntó a cada grupo por los personajes en sí en pos de que compartan sus opiniones e indagar en la identificación que sintieron o no con los mismos.

La mayoría de los entrevistados se identificaron más con Charlie, el protagonista masculino de la película. Cada persona presentó distintas razones por las cuales se identificó con Charlie, aunque también muchos de los participantes coincidieron en cuanto a las razones por las que se identificaron con él: “soy feminista y sin embargo me identificaba más con el personaje masculino. Aún cuando tengo mucha empatía por la forma en la que se maneja la esposa (...) esta sensación de los hombres manejando sus emociones y la imposibilidad de manejar sus emociones sus afectos; eso es una cosa que me produce una sensación de mucha

llegó a ser tristeza, ¿no? O sea, terminé muy triste” (Eliana, 62). Patricia coincide con esta afirmación y establece que “él se desarticula completamente y tira todo para poder estar con su hijo. Entonces como uno no va a empatizar con un personaje así, pobre”. Anabel (50 años) dice que “él la llevó para su lado” desde el lado de entender que no todas las personas ven de la misma manera y viven las cosas de la misma manera; entiende que él también estaba solo por eso sentía más ganas de contener a este personaje que al femenino. En general las emociones que mencionaron las personas en cuanto a la identificación con el personaje masculino fueron las de impotencia, frustración, angustia o tristeza de que él no pueda prever aquello que le pasaba a su esposa y que no tuviera las herramientas para manejarse o incluso defenderse frente al divorcio. “Me dio mucha pena él; no poder manejar esa situación, siento que todo le vino como un zurdazo” (Lucía, 24). Javier (50 años) indica que la primera escena planteada en el focus group le generó sensaciones muy fuertes “el termina arrodillado y ella acariciando una cabeza como si fuera su madre esta escena me mató a mí. Literalmente me pegó mal, sufrí mucho viendo esto”.

Hubo personas que se identificaron con Nicole, especialmente dentro de los grupos de las mujeres. Muchas de ellas indicaron que esto se debía a las actitudes de la protagonista y como representa de manera efectiva las actitudes de las mujeres en la vida real “me identifique más con ella. En realidad por ser mujer, siento que muchas veces estamos enojadas, tristes, angustiadas, frustradas, pero es como que no podés tal vez a veces cortar la capacidad que tenés de dar; de estar para el otro” (Lucía, 24). Otras se identificaron con las sensaciones de frustración e impotencia de Nicole; Olivia (23 años) formuló “me dio mucha impotencia. Me daban ganas de hablar por la mina. Por momentos me sentía identificada con ella de que me dan ganas de escupir todo lo que tenía adentro”. De todas maneras, algunos hombres se sintieron identificados con sus actitudes como por ejemplo Marcelo (51 años) “yo me sentí muy identificado con ella te aviso, enserio. Nidea quiero cambiar de vida no me va mas esto, quiero arrancar otra”, al igual que Pablo “yo me identifiqué con la mina como que en algún momento de tu vida, vos decís hasta acá llegamos viejo”.

Por otra parte también se repitió en muchas oportunidades que los participantes no estaban de acuerdo con las decisiones de Nicole o que incluso se sentían frustrados por sus actitudes. Agustina observó “me generó mucha impotencia desde ese lado decir: ella ni siquiera quería todo eso y Nora su abogada la llevaba a un montón de cosas que llevaron a un montón de sufrimiento. Nicole está en ese circuito de estar haciendo lo que no quería hacer.

Veía que la abogada decía cosas que ella no pensaba y decía: porque no contesta, no tiene la intención de interrumpir y decir nó, no pienso esto” además, agregó “la mujer suele dar y estar al servicio. Siento que toda la película mostró su lado como que ella se estaba absteniendo de eso, sufría el abstenerse a dar y a comunicar y se guardaba un montón de cosas”. Siguiendo esta línea Olivia expresó: “me dio mucha impotencia, me daban ganas de hablar por la mina”. De la misma forma, Felipe expresó “está bien que no tuviste un rol protagonista por muchos años. Pero también hay un punto medio; no sé si es lo mejor separar la familia y decir bueno, yo me voy con mi hijo a Los Ángeles y vos venís cuando puedas... quizás es un poco fuerte. Es un poco egoísta de la parte de ella”. Pablo también remarcó este tipo de pensamientos “se va y pensas que va a aflojar. En ningún momento afloja se va poniendo cada vez más dura, más dura, más dura. Dice: yo quiero otra vida ya tomé la decisión. Se conmueve poco y nada, le hace una palmadita. Le hace una palmadita como bueno, pero no mucho viste”. Martín describe a Nicole como “más fría, más calculadora”. No solo eso sino que manifestó que “Me parece bien. Pero era porque querías y no importa si eso te arrastra a que tu hijo se quede sin padre”, a lo que César (52 años) acotó “sin importar el dolor de los demás”.

La identificación con Henry el hijo de la pareja también fue mencionada a lo largo de los *Focus Groups* pero en una escala mucho menor que la de Nicole y Charlie. Alejandro establece que se identificó con el niño debido a que sus padres se habían separado cuando él tenía la edad de Henry, además aportó una reflexión sobre su rol en la película “al final él queda como medio la moneda de cambio. Te hago un favor porque te dejo estar con él y el otro dice no me lo quedo yo. Al final se lo queda el otro y nadie le preguntó. Nadie está pensando que quiere hacer él como un personaje secundario de una pelea. Y devuelta, una moneda de cambio”. Lo último fue comentado a lo largo de los focus groups debido a que muchos expresaron que les hubiera gustado entender, escuchar o saber más de la perspectiva de Henry. Javier también se reconoció en el niño “yo me sentí identificado con el chico en esta parte. Es decir, siempre en mi vida tuve mi trabajo que me lleva a estar por todo el mundo, mi familia que quiere vivir en Argentina lo cual no hay mucho match (...) me gustó este final porque en realidad pase lo que pase los dos son padres y creo que ese es el mensaje”.

Varios participantes señalaron que se habían identificado con ambos personajes. Maria (27 años) expresó “siento que ambos tenían cosas muy reales”, así como también

Felipe indicó “lo bueno y lo malo de cada uno. Quizás como que los dos son los héroes y también son los villanos. Él te lo muestran que también es muy egoísta, tiene un montón de cosas; pero también es bueno con el Hijo y muy sensible también. Lo mismo con la mujer”. Las palabras de Alejandro reflejan exactamente lo que se mencionó previamente “No sé. Depende en los zapatos de quién te ponés, el otro te parece un desastre”, al igual que las de Segundo (19 años) “yo creo que los dos desde su punto de vista deben tener la razón”. Candelaria (24 años) también se refiere a esta misma temática “uno mismo sentía el alivio que sintieron ellos y me identifique con los dos. Primero más con él. También me identifico con ella pero no llegaba a ninguna conclusión de quién tenía razón, si no fue como puro descargo”. Pablo también aportó a esta idea “razón probablemente tengan los dos o por lo menos así lo sentí yo”.

A lo largo de la película múltiples entrevistados establecieron que se identificaron con el relato, manifestaron que muchas de las situaciones que se representaban en el largometraje se vinculaban no solo con la vida real sino que con su vida personal. Tanto hombres como mujeres adultos se referían a sus propias separaciones o aquellas que habían vivenciado de cerca y la manera en la que la película retrataba de manera exitosa estas situaciones; mientras que los jóvenes encontraban paralelismos con sus padres, tíos o conocidos. Anabel encontró rastros de su propia vida en las actitudes de él, e incluso logró entender situaciones de su vida gracias a la reflexión que desató la película “esta escena fue.... por eso les digo que entendía cosas que quizás me pasaron en mi relación (...) no lo puedo separar casi, es lo que yo viví; porque me fue muy parecido en tema sentimientos”. Al igual que Sebastián (50 años) “yo me identifiqué mucho con esta imagen porque me pasó lo mismo”. Alejandro también pudo encontrarse en la situación de Henry “me pasó. Cuando era medio de esa edad se separaron mis viejos”. Mientras que María también se alineó con esta forma de pensar indicando que la película le “pegó” mucho en cosas de la vida, de la “cotidianeidad de un montón de cuestiones”. Por otro lado, Felipe vinculó las situaciones de la película con sus relaciones familiares, al igual que Segundo “te peleas con alguien de tu familia o algo y a pesar, te das cuenta que tiene un amor incondicional”. Por otro lado, algunos vieron representadas situaciones de su vida por medio de los abogados. Martín pudo encontrar semejanzas con su oficio “quizás porque yo lo veo y hago familia de repente y hago mucho divorcio” así como también Pablo mencionó “dejé la profesión hace años pero hice mucho derecho de familia y después tuve abogado metido por otros temas (...) me parece que a nosotros nos llamó más la atención el tema de los personajes de los abogados, claramente”;

Eliana, también habló de su profesión “se hablaba de la abogada esta y la abogada me parecía buena en realidad, como también soy abogada”.

Por otra parte, existieron participantes que señalaron no pudieron encontrar coincidencias con su vida privada y no lograron identificarse de manera efectiva con los momentos o situaciones que presenta la historia; expresaron que no se pudieron vincular del todo con los relatos o personajes debido a que no habían vivido ese tipo de situaciones y tenían una sensación alejada de las mismas. Esto puede verse en las palabras de Agustina “es una realidad tan ajena que es como que no sé me costó encontrarme con los personajes porque no es una realidad cercana a mi vida” al igual que Olivia “sí me pasó de decir, esto es muy ajeno a mi realidad”.

Casi todos los entrevistados expresaron sus opiniones y reflexiones en base a los abogados presentes a lo largo de la ficción. En general, las sensaciones que se mencionaron en relación a estos personajes fueron de disgusto, frustración, impotencia, enojo y bronca. Eliana, marcó que “esos dos abogados. Me parecían de lo más antipáticos del mundo, sinceramente me generaron bastante rechazo; no aún cuando estaba de acuerdo con muchas de las cosas que decía la abogada” al igual que Patricia “sí, ni hablar de los abogados los deteste” y Rosana “odié a la abogada de ella porque no tenía códigos. Solo quería ganar; incluso, ni siquiera le pedía la opinión (...) se seguía haciendo odiar, hasta el final la abogada. Me cayó muy mal ese personaje”. Agustina también se sintió de esta manera “la abogada de ella me dio mucha impotencia porque decía flaca estás haciendo todo lo contrario, que lo que ellos dos querían en un principio (...) que bronca que estás haciendo un montón de cosas que no están ayudando a ninguno de los dos. Sentía que era un poco eso, te estás descargando de tu propia vida o tus propias frustraciones a través de tu clienta”. Felipe se alineó con estos pensamientos “la abogada es una serpiente, me parece. Como que agarra lo malo ajeno y agarra la inseguridad y las explota para su propio beneficio” de la misma manera que Alejandro “todo el negocio que hay detrás de esto es muy frío, eso le termina afectando a los comportamientos de Nicole y se rompe toda la relación al final; por el enfoque o el approach que te da la abogada”. Martín menciona que los abogados más exitosos son aquellos que son más inescrupulosos mientras que indica que el abogado que “era buen pibe es un fracasado que está en el peor estudio.”.

Por otra parte, a lo largo del *Focus Group* se hizo alusión reiteradamente a la presencia y representación de los roles del hombre y la mujer en el largometraje. Algunos

indicaron que veían estos roles reflejados durante la película, es decir, la misma plasmaba en sus escenas los papeles de los hombres y las mujeres en la sociedad y en las relaciones amorosas. Patricia indica que “ella toma un rol patriarcal horrible. Porque en ningún momento ella apuesta a que esta relación termine bien y en favor de todos, sino que quiere ganar.” Eliana reflexionó sobre los comportamientos de las mujeres y de los hombres durante los divorcios “las mujeres cuando toman la decisión de un divorcio la toman; no hay nada que las detenga. En cambio los maridos no; no están ni desenvueltos con su manecillas y demás, pero tardan y se los agarra en el aire”. Lucía coincide con ella “siento que es más de la mujer, ya lo venía craneando. Ya le venía pasando, ella ya lo venía masticando de alguna manera y el cero; como que realmente fue un baldazo para él”. Lo último se puede relacionar con aquello planteado por César “mostraba el personaje de él como muy débil, se encuentra como de rodillas”. Pablo también asegura que la película es muy efectiva en representar la realidad “la rubia ya había tomado la decisión; ella iba para un lado y sabía lo que quería y no había otro tema. Eso me pareció muy gráfico también de la realidad, muy representativo de por lo menos cosas que yo he visto”. Además César indica que la película “sale de ese cliché y me parece que va y toca temas más trascendentales, mucho más de cambio como modelo de relación más moderna; donde nadie se fuma nada, donde desconecte con vos doy vuelta la página y chau. No hay nada; ni que te ame mi madre y seas el favorito de mi madre, ni que esto ni lo otro. Para mí va por otro lado (...) está montado en el empoderamiento de la mujer moderna, para mí tiene algo que ver con eso.” Pablo se refirió a la representación de los estándares de los padres “esa escena de la descripción de lo que es un padre ahora y lo que se espera de un padre antes y lo que se espera de un padre ahora es espectacular”.

Como última actividad se le preguntó a los grupos con respecto a su opinión general de la película. Conforme a diversas perspectivas la película fue ampliamente disfrutada y valorada, reiteradas veces los participantes indicaron que les gustó especialmente por el “pacto de verosimilitud” (Patricia, 64) que presenta el largometraje “porque transmite muy bien los sentimientos” (Agustina, 24), por las reflexiones que la misma dispara y por aquello que los hizo sentir “me hace sentir más viva después” (María, 27). Además también se hizo alusión a que la película era buena gracias a las “actuaciones espectaculares” (Alejandro, 25) y “está súper logrado todo, como súper profunda” (Marcelo, 51), “entre la actuación, el guión se sostiene mucho la película me parece muy buena” (Patricia, 64).

De todas maneras hubo participantes que señalaron que no les había gustado la película y que tampoco la habían disfrutado. Ana hizo referencia a que el género en sí es algo que no disfruta “como les digo, a mí el drama no es algo que me guste”, mientras que Candelaria advirtió “no me gustó. Es como que me generó este enojo como nunca de decir guau, qué locura un problema tan grande de comunicación (...) no me gusto porque me daba frustración e impotencia”, así como Olivia indicó “me quede con esa sensación amarga de que si se hubiera dado de otra manera no hubiera sido tan complicado”. Martina también asoció el gusto o disgusto de la película con emociones “me dio como ansiedad”. Mientras que Javier evidenció que le gustó el final pero que la pasó “mal” todo el resto de la película salvo esa parte y mencionó que se sintió angustiado y que si la hubiera visto con su mujer la hubiese pasado aún peor. Pablo también sintió angustia: “a mí me generó angustia. Me fui angustiado a dormir y a pesar que termina bien la película, sufrí”, además expresó “no entiendo como a alguien le puede gustar ver esto, mirá 3:10 to yuma y vas a ver cómo te moviliza”. Por otra parte, Sebastián indicó “yo no diría que me gustó. No me gustó, me movilizó, o sea, me generó quilombo interno, pero bien. Osea movilizante; no sé si me gustó.”. De todas formas, todos los participantes que indicaron que no les gustó la película resaltaron la calidad de las actuaciones, la efectividad en representar la realidad y el excelente guión de la película.

## 7. De Amor y otras Cuestiones

A continuación se profundizará en los puntos principales que fueron abordados a lo largo de los *Focus Groups* y que se mencionaron anteriormente. La mayoría de los participantes indicó que le gustaban las películas del género drama y no se reflejaron diferencias significativas en cuanto a género o edad; ya que aquellas personas que no disfrutaban las películas del género drama no se caracterizaban por ningún género o edad predominante. Muchos resaltaron la importancia de que este tipo de películas estén bien representadas y bien actuadas, de manera que si sucediera lo contrario no les gustarían. De la misma manera las personas expresaron que se identificaron más con Charlie que con Nicole y esto se observó nuevamente sin diferencias entre edad y género, ya que, como se abordó anteriormente tanto mujeres como hombres de todas las edades expresaron esta sensación; además, se asociaban sentimientos de tristeza angustia e impotencia hacia este personaje. De

la misma manera casi la totalidad de los grupos señaló su disgusto con respecto a los abogados y las sensaciones de enojo, exasperación y bronca que los mismos les ocasionaban, especialmente Nora. Vinculada a la elección de los abogados se escuchó repetitivamente a los miembros de los grupos advertir que no estaban de acuerdo con las decisiones y actitudes de Nicole, tanto su elección de mudarse, como la de su abogada y la forma en la que actuó durante todo el proceso judicial. Como se dijo antes, tanto mujeres como hombres de todos los rangos de edades se posicionaron de esta manera ante las opiniones con respecto a los abogados y decisiones de Nicole. También todos los grupos aludieron al progreso que observaron en la relación de los protagonistas del principio hacia el final de la película y la manera en la que la pareja siempre iba a estar unida por su hijo. Además hicieron hincapié en el alivio que sintieron en el desenlace de la película; casi todos los participantes resaltaron el alivio que sintieron al final, incluso Javier indicó que la pasó mal toda la película menos en este momento. Prosiguiendo con el análisis todos los grupos pudieron identificarse con el relato sin importar la edad que tenían o el género, hubo algunos participantes que expresaron que les costó más identificarse con este -como por ejemplo un par de mujeres jóvenes- pero de todas maneras las mismas resaltaban que habían podido verse reflejadas en el rol de la mujer que presentaba la película. Los demás hablaban de su vida personal y de la manera en que las situaciones y la historia les hacían despertar momentos tanto de su infancia, actualidad, trabajo, profesión, relaciones, familia o amistades.

De todas maneras, hubo cuestiones diferentes que se abordaron entre los distintos grupos. Las mujeres de 18 a 29 años centraron su discusión mayormente en la impotencia y ansiedad que les generaba la idea de que los protagonistas no hayan hablado a tiempo y en la falta de comunicación que se encontraba presente en la pareja. Las palabras de Candelaria representan eficazmente aquello que planteaban las mujeres jóvenes “no me gustó. Me generó este enojo como nunca de decir guau, qué locura un problema tan grande de comunicación en una familia o con tu pareja, que es con la persona que deberías sentirte más en confianza para poder transmitir todo lo que te pase. A partir de esas trabas en la comunicación, no ven cómo se hace una bola de nieve que iba avanzando y avanzando y me daba mucha bronca y mucha impotencia”. Además también profundizaron en cuanto al rol de las mujeres en la sociedad y como se veían reflejadas en el personaje de Nicole y la manera en la que observaban que ella tenía todo resuelto y él no tenía las herramientas suficientes para resolver la situación. Todas resaltaban su alivio cuando los protagonistas finalmente tuvieron la oportunidad de hablar en privado: “ahí los dos descargaron y uno mismo sentía el

alivio que que sintieron” (Candelaria, 24). En cuánto al disfrute de la película, la mitad de las mujeres jóvenes la disfrutaron mientras que la otra mitad indicó que no.

Los hombres de 50 a 64 años abordaron especialmente la temática de la vida matrimonial. Discutieron sobre la infidelidad de Charlie, la falta de pasión presente en los matrimonios que llevan muchos años de casados y la forma en la cual el largometraje representa efectivamente la modernidad en cuanto a los roles actuales del hombre y la mujer en el matrimonio “es una película muy movilizante y más para los de nuestra edad que vivimos un matrimonio ya de muchos años o no tantos. Pero el matrimonio tiene su bemoles y bueno, esta película está muy bien pensada en ese sentido” (Pablo, 53). César acotó “si son todos viejos como yo o parecido, ya pasamos esa etapa de tanta pasión. Ahora te vas con el cepillo de dientes. Es una edad, hay más pasión”. En cuanto a la infidelidad Pablo dijo “estoy de acuerdo con eso. Para mí lo de la infidelidad es un poquito de pimienta para la película, pero realmente ella hace mucho hincapié en su narcisismo, en su egoísmo” a lo que Martín opinó “a mí me parece que ustedes le sacan, parezco que acá estoy con pañuelo verde, pero que le sacan importancia a la infidelidad y es un tema al que le da importancia”. César concluyó “para mí la peli es buena porque sale de ese cliché y me parece que va y toca temas más trascendentales. Mucho más de cambio. Como modelo de relación más moderna, donde nadie se fuma nada. Donde desconecté con vos doy vuelta a la página y chau, no hay nada; ni que te ame mi madre y seas el favorito de mi madre, ni que esto ni lo otro. Para mí va por otro lado.” No solo esto, sino que los hombres adultos se preocupaban por el paradero de Henry y discutían con respecto a la decisión de la madre de mudarse a Los Ángeles “eso te arrastra a que tu hijo se quede sin padre” (Martín, 51) , a lo que Marcelo indicó “el padre está vivo, es una separación”. Al igual que las mujeres jóvenes, la mitad del grupo indicó que le gustó y que disfrutó la película mientras que la otra mitad indicó lo contrario. Además varios integrantes del grupo resaltaron la importancia de que una película les transmita “algo” así como emociones o sensaciones o sea un disparador de reflexiones.

Las mujeres de 50 a 64 años contaron sobre su propia vida y experiencia y describieron que les gustó la película. Con exactitud, sólo una de las integrantes de este grupo expresó que no había disfrutado la película. Además las mujeres describieron y coincidieron en que la razón por la que miran películas del género drama es para observar las relaciones humanas y momentos de la vida desde fuera y reflexionar sobre ellos.

Los hombres de 18 a 29 años resaltaron durante la charla que ambos personajes tenían razón pero que les costaba entender las actitudes de Nicole. La totalidad del grupo expresó que disfrutó y que les gustó la película. Incluso, coincidieron con el grupo de hombres y mujeres adultos y resaltaron que observaban películas del género drama por aquello que les hacían sentir y les despertaban en su interior.

Según lo que se habló en los *Focus Groups* mujeres y hombres ponían el foco en temas parecidos, debido a que en los cuatro grupos se discutieron tópicos similares. Todos los grupos mostraron su descontento o escepticismo con las decisiones de Nicole y su impotencia o empatía con la manera en la que Charlie afrontaba las situaciones que se le presentaban. Así como también, la mayoría mostró su descontento con los abogados y la forma en la que se manejaban con respecto al divorcio. No solo esto sino que todos pudieron detectar los roles de la sociedad que se representaban en la película, así como el de la mujer y el del hombre. No obstante, es posible destacar que los hombres adultos hicieron hincapié en la infidelidad de Charlie y en el desgaste que presentan los matrimonios largos; mientras que ningún grupo de mujeres tocó estos temas, sino que se centraban en compartir su propia experiencia o intentar reconocerse en el relato.

## Discusión

Con el objetivo de profundizar en las razones que motivan a las personas a consumir películas del género drama se llevaron a cabo cuatro instancias de *Focus Groups* en las que se indagó sobre la película “Marriage Story”; de los grupos participaron hombres y mujeres de 18 a 29 años y de 50 a 64 años. Además se realizaron tres encuestas con respecto a las películas “Anatomy of a Fall” y “The Zone of Interest”; dos para repartir *online* y una pensada para el relevamiento de datos en el cine. De esta manera se hizo posible ahondar en el objetivo específico que se planteó esta tesis; detectar las diferencias que existen en el consumo de este tipo de largometrajes en base a las variables género y edad. El análisis de los resultados tiene un abordaje cualitativo ya que en todos los métodos de relevamiento de datos se le permitió a las personas expresarse y compartir sus opiniones en profundidad. Incluso se mantuvieron charlas vía *Whatsapp* con algunos de los encuestados.

Sobre la base de los datos obtenidos en las instancias de *Focus Groups* y a las 242 respuestas obtenidas en las tres encuestas realizadas fue posible articular respuestas con respecto a la pregunta que se planteó la investigación: “¿Cuáles son las razones que motivan a las personas, según ciertas franjas etarias y género, a consumir películas dramáticas?”.

En pos de analizar los hallazgos de los distintos tipos de relevamientos de datos, resulta necesario reafirmar la voz de los autores que fundamentan este estudio. En cuanto a la teoría de Usos y Gratificaciones, como se indicó previamente, según Igartúa y Humanes (2004) uno de los efectos principales de la comunicación de masas es su capacidad para ocupar el tiempo libre de las personas. Durante los *Focus Groups* se pudo determinar que las personas consumían películas de cualquier género para ocupar sus tiempos libres, para disfrutar un momento de ocio y relajación, para informarse sobre ciertos temas en específico o para tener temas de conversación con su entorno; Igartúa y Humanes (2004) indicaron que las razones por las que las personas consumen los medios son la integración social, la evasión, la comprensión, la explicación de los hechos, etc.” (Igartúa y Humanes, 2004, p. 316). Estas actitudes y elecciones expresadas por los entrevistados se alinean a los postulados de los autores que establecen que los receptores son protagonistas en su consumo de los medios de comunicación, hacen sus propias elecciones y se identifican con aquellos fragmentos o materiales que les resuenan (Igartúa y Humanes 2004).

Aquellas respuestas presentadas por los encuestados y participantes de los *Focus Groups* permitieron cumplir el objetivo general de la investigación. La mayoría de los participantes de los grupos focales indicaron que las razones por las que elegían y les gustaban las películas del género drama era por las sensaciones que las mismas les despertaban, por la posibilidad que les brindaban para reflexionar y por el valor agregado que proporcionaba este género con respecto a otros. “Lo bueno del cine es que te transmita algo que te mueva algo. Me parece que sí, la otra es puro entretenimiento que también está buenísimo; pero cuando te encontrás con una película que te hace, te transmite algo, te mueve algo, me parece que es una vuelta de tuerca. Un paso más elevado el cine en ese sentido” (Martín, 51). Expresaron que las miraban porque indagaban en las relaciones humanas y sociales representando de manera efectiva la vida real y las relaciones familiares, de pareja, amistades, etc. Los encuestados también ahondaron en estas ideas expresando que las películas les habían gustado porque los hacían pensar, reflexionar y cuestionar aspectos de la vida, de la sociedad, de los roles de género y de las relaciones desde otros ángulos y perspectivas. “Creo que ella muestra empoderamiento y feminismo.” (Mujer, 18 a 24 años). No fue posible definir el rango etario que más inclinación tiene a consumir y disfrutar de las películas del género drama pero sí se pudo notar que no existen diferencias relevantes en el consumo del género drama entre hombres y mujeres. Aquellos que se mostraron más interesados y encantados por “Historia de un Matrimonio” fueron los adultos de 50 a 64 años sin mostrar diferencias significativas entre géneros. Por su parte, los resultados de las encuestas evidenciaron que aquellos que más se vincularon con las películas “Anatomy of a Fall” y “The Zone of Interest” fueron los hombres y mujeres de 25 a 34 años, nuevamente sin evidenciar diferencias significativas entre los distintos géneros.

Los conceptos de *actividad e implicación* planteados por Igartúa y Humanes (2004) resultan efectivos para explicar las elecciones, apreciaciones y opiniones de los grupos de entrevistados y encuestados de los distintos géneros y edades. Como se mencionó anteriormente la *actividad* se vincula con aspectos como la elección de medios y contenidos y la utilización de los mismos e intención de uso; así como también la implicación que las audiencias tienen hacia cada pieza audiovisual. De aquí deviene el concepto de *implicación* que es la conexión psicológica y personal entre la audiencia y los contenidos. La misma puede ser *afectiva* o *cognitiva* siendo la primera la formación de lazos afectivos con los personajes y la segunda el proceso de recepción de los contenidos de los medios tanto antes y después de la exposición a los mismos; la audiencia asocia la información que proporciona el

mensaje de los medios con los conocimientos anteriores que poseen sobre el tema (Igartúa y Humanes, 2004, p. 322). En esta investigación se prestó más atención a la *implicación* en ambas de sus formas y la relación que establecieron los espectadores con las tres películas. Se les preguntó acerca de los personajes y si se identificaron con ellos así como también se evaluó su identificación con el relato. En adición a esto se les preguntó por sus sensaciones y sentimientos antes y después de ver los largometrajes con la intención de descubrir si los mismos influyeron en el disfrute de la película. El objetivo principal fue indagar en las siguientes cuestiones propuestas por los autores en base a la teoría de la Psicología de Medios “la atención, la activación fisiológica o *arousal*, la implicación emocional, la comprensión, la memoria junto con el análisis de las respuestas cognitivas y los niveles de procesamiento constituyen el núcleo de los procesos estudiados en este campo, convirtiéndose en las principales “variables dependientes” de este tipo de estudios.” (Igartúa y Humanes, 2004, p. 341).

En su mayoría los participantes de los estudios expresaron que lograron identificarse con los personajes de las películas. Una vez más no se presentaron diferencias significativas entre la identificación con los personajes y las distintas edades y géneros. Los grupos focales fueron muy redundantes en cuanto a la identificación con los personajes, esto quiere decir que casi todos los grupos se vincularon más con el mismo personaje sin importar su edad o género. De la misma manera los encuestados no mostraron grandes diferencias en cuanto a la identificación con los personajes, esta fue muy variada y no tuvo diferencias relevantes entre edad y género. Los menos sostuvieron que no se habían podido identificar con los personajes, pero muchos de ellos demostraron haberse identificado con el relato o viceversa. Es decir, casi todos los encuestados o entrevistados se identificaron con alguno de estos dos elementos.

Igartúa y Muñiz (2008) afirman que la *identificación* que se produce con la película o con los protagonistas dentro de ella es la causa primordial de disfrute de la audiencia que la está mirando. Cohen (2001) describe que este proceso genera que los espectadores no sean conscientes de ellos mismos como audiencia sino que se imaginan a sí mismos como uno de los personajes que se encuentran dentro de la historia. El autor determina que este proceso se da debido a una preferencia personal con alguno de los protagonistas, una cualidad del relato que lleva a la audiencia a incorporar el punto de vista del personaje o similitudes de los protagonistas y la audiencia que generan lazos entre ellos. Los espectadores asimilan los objetivos de los personajes, crean una sensación de afecto con ellos y adoptan la identidad de

los mismos demostrando sensaciones de empatía y conexiones emocionales. Igartúa y Muñiz (2008) enumeran los procesos de identificación que son los procesos principales para entender los efectos del entretenimiento mediático: a) empatía emocional, la capacidad de sentir lo que los personajes sienten e implicarse afectivamente de forma vicaria; b) empatía cognitiva, adoptar el punto de vista o ponerse en el lugar de los personajes; c) absorción en el relato, tener la sensación de volverse el personaje o de pérdida temporal de la autoconciencia e imaginar la historia como si se fuera uno de los personajes; y d) la atracción personal hacia los personajes, vinculada con la valoración positiva, la percepción de similaridad y el deseo de ser como uno de ellos” (Igartúa y Muñiz, 2008, p.9). Lo último fue evidente tanto en los grupos focales como en las encuestas ya que los participantes mostraban sentimientos muy fuertes hacia los personajes cuando los describían. Muchos se mostraban enojados con ellos y expresaban emociones como bronca o ira, mientras que con respecto a otros mostraban emociones como tristeza, impotencia o lástima “esta sensación de los hombres manejando sus emociones y la imposibilidad de manejar sus emociones, sus afectos, eso es una cosa que me produce una sensación de mucha llegó a ser tristeza, no? O sea, terminé muy triste” (Eliana, 62). Incluso algunos encuestados estaban negados a sentirse o verse vinculados a ciertos personajes y evidenciaban sensaciones de rechazo “No me identifique con los protagonistas por la completa apatía de la hipérbole de vivir al lado de un campo de concentración” (Hombre, 25 a 34 años); otros simplemente demostraban que los entendían y que era posible ponerse en su lugar. En adición a esto algunos sentían admiración por ciertos protagonistas “Con Sandra, no se victimiza y es valiente” (Mujer, 55 a 64 años). Por otra parte, algunos participantes expresaban no estar alineados con los personajes pero sí sentirse profundamente vinculados con las situaciones presentadas en las películas en cuanto a relaciones, vínculos, situaciones, vivencias o representaciones de roles de la sociedad. Esto se puede vincular al concepto de *mediaciones* presentado por Barbero (2003a) debido a que es visible como las películas utilizan herramientas específicas para que los espectadores se reconozcan en el relato, así como la construcción de los personajes, sus actitudes, objetivos o roles durante el largometraje. También hacen uso de las relaciones sociales y representaciones de la sociedad para generar conexión con las historias y puntos en común con la audiencia.

Igartúa y Muñiz (2008) especifican cuatro factores procesuales que se vinculan con la valoración del disfrute y son esenciales para explicarlo: la *inducción afectiva*, la *identificación con los personajes*, la *resonancia personal* y la *cercanía cultural*. Así como se determinó previamente la *inducción afectiva* es la emoción que despierta el consumo de los

contenidos siendo esta más intensa cuando la disposición afectiva es positiva y menos cuando es negativa; esto depende de cómo se juzguen las acciones de los personajes. La *resonancia personal* es el proceso por el cual el consumo del contenido despierta la memoria autobiográfica de los espectadores y sus recuerdos; este proceso depende del nivel de *implicación* con el relato. Por último la *cercanía cultural* es el proceso en el que los espectadores se reconocen en los personajes en base a sus costumbres y modos de vida. La totalidad de estos procesos fueron más que evidentes en todas las instancias de recolección de datos, era notable cómo los participantes juzgaban las acciones de los personajes como positivas o negativas evidenciando sus opiniones y anticipando su opinión general de las películas. Considerando la *resonancia personal* la mayoría de las personas relacionaba los relatos con su vida propia, sus vivencias, sus memorias y cuestiones personales; muchos comentaban que volvían a revivir esos momentos a través de los largometrajes “Con Sandra, por su rol como madre. En la medida que soy padre, entendí su punto de vista.” (Hombre, 66 a 76 años). Además, en cuanto a la *cercanía cultural* los encuestados y entrevistados encontraron muchos puntos en común de las películas con la cultura, la sociedad, los roles de género, la justicia y la historia. Se pudo observar en los grupos focales y en los resultados de las encuestas que las personas que sintieron tanto emociones positivas como negativas mostraban prácticamente el mismo nivel de disfrute de la película; lo que le interesa a las personas es que los largometrajes les despierten sentimientos sin importar que sean positivos o negativos. Esto remonta a aquello que se dijo en los *focus groups* con respecto a la importancia de que las películas transmitan, generen o disparen sensaciones, reflexiones y emociones. Lo observado se vincula directamente con la *Paradoja del Drama* presentada por Packer (1989) que establece que cuando los espectadores consumen el género drama encuentran satisfactorio “el placer de sufrir”. “Las investigaciones en este campo han mostrado que el malestar empático experimentado durante el visionado de un largometraje dramático o trágico se asocia a una mejor evaluación o percepción de disfrute por su visionado” (Igartúa y Muñiz, 2008); las personas pueden disfrutar de contenidos que les provocan emociones placenteras o no tan placenteras. En adición a esto los encuestados y entrevistados que se identificaron con los protagonistas disfrutaron más de las películas que aquellos que no se identificaron, respaldando así lo planteado por los autores previamente. Se contempló también que no se evidenciaban diferencias significativas entre la satisfacción que provocaba ver una película en el cine o en un hogar.

## Conclusión

En esta investigación se ha indagado el disfrute de los largometrajes del género drama con el objetivo de entender qué es aquello que a los espectadores les genera satisfacción de este tipo de contenidos que reiteradas veces han sido asociados con emociones de tristeza o angustia. Con este fin se buscó definir al género drama utilizando la definición proporcionada por el material de estudio del INCAA; se lo definió como aquel género que se centra en los conflictos personales de los personajes y su entorno con la finalidad de abordar cuestiones fundamentales de la humanidad como el amor, la muerte, la frustración, la desilusión, los deseos, el paso del tiempo. Se caracterizan por tener elementos realistas, ya que el fin principal es que los espectadores empaticen y se conmuevan por medio de su identificación con los sucesos complejos que atraviesan los/las protagonistas. Como regla general, el drama hace transitar a los personajes principales por líneas narrativas donde se hace eje en el sufrimiento. Y también apunta a la reflexión del espectador sobre los temas que presenta (Tarruella, E., Jonas, D., Banfi, 2022, p. 30) .

Para entender a las personas y sus inclinaciones hacia este tipo de películas se abordaron dos principales teorías presentadas por Igartúa y Humanes (2004) en su libro que ayudan a explicar y contextualizar esta cuestión; la de Usos y Gratificaciones y la de Psicología de Medios. Las mismas dieron pie a presentar el concepto más importante de la investigación, el de la *Identificación*, presentado por Juan José Igartúa en múltiples de sus textos. La misma es el factor principal del disfrute de los largometrajes de ficción y presenta diferentes procedimientos psicológicos que se llevan a cabo cuando sucede así como la *inducción afectiva*, la *resonancia personal* y la *cercanía cultural*. Además también se explicó la *Paradoja del Drama* presentada por Packer (1998) que establece que existe una paradoja en el consumo de este tipo contenidos ya que la audiencia disfruta contenidos que le generan emociones poco placenteras.

El objetivo que se propuso este estudio fue el de dar cuenta de las razones que motivan a las personas a consumir películas del género drama, tomando en cuenta variables como edad y género. Mientras que el objetivo específico fue el de investigar las diferencias que existen en el consumo de películas del género drama a partir de las variables género y edad. Ambos objetivos se alinearon a la pregunta de investigación: “¿Cuáles son las razones que motivan a las personas, según ciertas franjas etarias y género, a consumir películas dramáticas?”. Además se presentaron también dos hipótesis la primera establecía que los espectadores de una película dramática van a disfrutar más de su visionado en tanto generen

procesos de identificación; mientras que la segunda planteaba que la identificación con el personaje prima cuando se comparte género y franja etaria, mientras que la identificación con el relato es independiente de la edad y del género. Para profundizar en las cuestiones planteadas anteriormente se realizaron entrevistas y encuestas a personas del AMBA.

Para responder a estas cuestiones y poder elaborar un análisis de carácter cualitativo se realizaron cuatro instancias de *Focus Groups* divididos por edad y género (12 hombres y 12 mujeres de 18 a 29 años y 50 a 64 años, seis por grupo) en los que se debatió acerca de la película “Marriage Story”; antes de presentarse a las reuniones todos los participantes debían contestar un formulario con respecto a la película y ciertas cuestiones relevantes para la investigación. En adición a esto se repartieron dos encuestas vía WhatsApp, Twitter, Reddit y Facebook, una sobre la película “Anatomy of a Fall” y otra sobre la película “The Zone of Interest”. Además se repartió otra encuesta sobre estas películas presencialmente a las personas que acudían al cine a verla. Cada una de las encuestas tenía la opción de que las personas dejaran sus datos para seguir hablando de la película vía Whatsapp. Las tres encuestas obtuvieron un total de 242 respuestas.

En cuanto a los resultados arrojados luego de este relevamiento de datos fue posible determinar que la hipótesis uno pudo ser comprobada debido a que se observó que aquellos participantes que habían presentado un alto nivel de identificación con los personajes tuvieron un índice de satisfacción y disfrute de la película más alto. De todas maneras se demostró que algunos participantes se identificaron con los personajes pero no disfrutaron de la película.

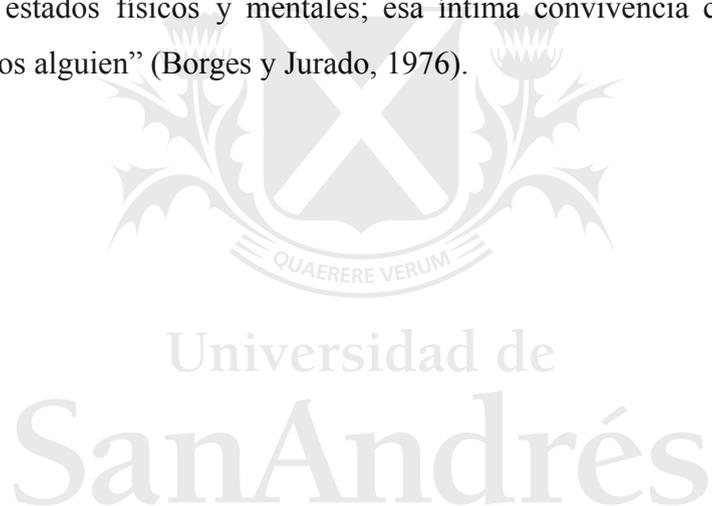
La hipótesis dos fue parcialmente comprobada ya que se demostró que cuando existe una coincidencia entre edad y género no existe una diferencia en la identificación con los personajes; es decir la misma no dependía de que los espectadores tuvieran la misma la edad y género que los protagonistas. Por ende, no se mostraba más identificación si los protagonistas compartían la misma edad y género que la audiencia. Muchas veces el grupo que más se identificaba con los protagonistas era aquel que no compartía su género o edad. De todas maneras se pudo confirmar que la identificación con el relato es independiente de la edad y del género ya que todos los grupos mostraron identificación con el relato y las historias.

Fue posible determinar que la razón por la que las personas consumen el género drama es por su mensaje, por su efectividad en demostrar de manera tan parecida la vida real y las relaciones humanas. Las historias que se muestran, aún siendo fuertes o dolorosas

aportan valor a la audiencia y es por ello que los encuestados y entrevistados comentaron que siguen apostando por este tipo de contenidos.

Para futuras investigaciones sería interesante estudiar más profundamente la identificación con los personajes en los géneros dramáticos. Como se pudo observar en este trabajo, la identificación resulta casi definitiva para que los espectadores disfruten del visionado de una película de este género, es por ello, que sería importante indagar si existe un rango etario de personajes que genera identificación en todas las edades de la audiencia. Así como también si existe un rango etario de espectadores que se identifique siempre con los protagonistas.

“Quien asiste a una danza o a una representación teatral, acaba por identificarse con los bailarines o con los actores; lo mismo le sucede a cada uno con sus pensamientos y acciones. Desde el nacimiento hasta la muerte, estamos continuamente vigilando a alguien y compartiendo sus estados físicos y mentales; esa íntima convivencia crea en nosotros la ilusión de que somos alguien” (Borges y Jurado, 1976).



## Anexo

### 1) Enlaces a formularios:

Anatomy of a Fall: <https://forms.gle/qBc4q11GcNQbMJBZ6>

The Zone of Interest: <https://forms.gle/iLMM9yXnND6p6XHN7>

Encuesta Cine: <https://forms.gle/x8DS1XiP8rb87cKx6>

Marriage Story: <https://forms.gle/fJt91ZPzteMWN01aA>

### 2) Hoja de ruta Focus Group

Duración: 30 minutos Vía: google meet

Grabación: por medio de nota de voz y directo de google meet, de ambas maneras

¡Hola a todxs! antes de empezar les quería agradecer por participar y aclarar que más allá de que voy a grabar este google meet, todo lo que digan va a ser anónimo y no voy a utilizar su nombre completo, sino un seudónimo.

Antes de empezar les voy a explicar un poco mi investigación y cómo va a ser el focus group, cualquier duda que tengan me preguntan

- Primero les voy a hacer algunas preguntas con respecto a su consumo de películas en general y su opinión con respecto a las películas del género drama
- Después les haré preguntas con respecto a la película
- Y por último vamos a hacer una actividad más específica con respecto a la película

La idea de todas estas instancias es que ustedes vayan hablando entre todxs, se sientan libres de opinar, de discutir, de estar de acuerdo de discernir siempre y cuando respeten al otro y se dejen hablar. La idea es generar de cada pregunta una charla en la que todos puedan opinar. No es una entrevista grupal, sino que la idea es que todos participen activamente del intercambio.

¿Alguna duda? ¿Todo claro?

Empezamos.

Preguntas con respecto a consumo/género drama:

1. ¿Ven películas en general?
2. ¿En qué momento suelen ver las películas? ¿Suelen ir al cine o en su casa?
3. ¿Tienen un género favorito?
4. ¿Les gustan las películas del género drama? ¿Qué les gusta de los dramas?

Preguntas con respecto a la película:

1. ¿Les gustó la película? ¿Qué es lo que les gustó?
2. ¿Qué les parecieron los personajes? ¿Les gustó o les llamó la atención algún personaje en particular? ¿por qué?
3. ¿Algún fragmento de la película les hizo acordar a algún momento, situación o aspecto de tu vida?
4. ¿Se imaginaron cómo hubiesen actuado ustedes si estuvieran en el lugar de los personajes?

Actividad:

(Opciones de actividades voy a elegir solo una, a lo sumo dos)

1. Seleccioné dos escenas de la película que resaltan las dinámicas entre los personajes o momentos decisivos en sus relaciones. Voy a mostrarlas una por una y en cada una preguntar con qué personajes se identifican más en cada escena y por qué. La primera escena seleccionada fue la que los protagonistas discuten y Adam Driver pierde la paciencia y golpea la pared mientras discute con Scarlett Johansen.



La segunda que elegí es el momento en el que Scarlett deja a Adam llevarse a Henry aunque esa noche le tocaba a ella y se acerca a ayudarlo y atarle los cordones.



2. Presentar una discusión abierta sobre las acciones, decisiones y relaciones de los personajes a lo largo de la película. La idea es que se hable sobre todos los aspectos de su relación así como la infidelidad, las peleas, sus actitudes, sus elecciones en cuanto a abogados, será la oportunidad de todos para expresar sus opiniones. Les haría preguntas disparadoras como: ¿qué opinan de la abogada de Scarlett? ¿Qué opinan de la supuesta infidelidad? ¿Qué opinan de las actitudes de Adam? Animaría a los participantes a compartir anécdotas personales o relacionar las experiencias de los personajes con sus propias vidas, relaciones o creencias.

Gracias a todos por participar, lo hicieron muy bien y fueron de gran ayuda para esta investigación.

3) Enlace Transcripciones *Focus Groups*: [Transcripciones Focus Groups](#)

## Bibliografía

Aumont, Jaques (2004) *Las teorías de los cineastas. La concepción del cine de los grandes directores*. Paidós: Barcelona

Barthes, N. (2019). *El placer de sufrir: un estudio en recepción de las películas de terror*. [Tesis de grado]. Licenciatura en Comunicación. Universidad de San Andrés.

Borges, J. L., & Jurado, A. (1976). *Qué es el budismo* (1.ª ed.). Buenos Aires : Editorial Columba. Buenos Aires : Editorial Columba.

Basil, M. D. (1996). Identification as a mediator of celebrity effects. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 40 (4), 478-495.

Bordwell, D. y Thompson, K. (1995). *El arte cinematográfico*. Barcelona: Paidós.

Cohen, J. (2001). Defining identification: A theoretical look at the identification of audiences with media characters. *Mass communication & society*, 4(3), 245-264.

Houllé, J. (2023a). *Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2022.: Sistema de Información Cultural de la argentina: Consumos Culturales*. <https://www.sinca.gob.ar/Encuestas.aspx>

Igarzábal, B. (2021). *El vínculo de las audiencias con la televisión: Representaciones, visibilidades y procesos de identificación de personas trans y travestis con contenidos audiovisuales*. [Tesis de doctorado].

Igartua, J. J. (2010). Identification with characters and narrative persuasion through fictional feature films. *Communications: The European Journal of Communication Research*, 35 (4), 347–373.

Igartua, J. J., y Humanes, M. L. (2004). *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.

Igartua, J. J., y Muñiz, C. (2008). Identificación con los personajes y disfrute ante largometrajes de ficción. Una investigación empírica.

Igartua, J. J., y Páez, D. (1998). Validez y Fiabilidad de una Escala de Empatía e Identificación con los personajes. *Psicothema* 423-436.

Iacoboni, M. (2009). *Las neuronas espejo. Empatía, neuropolítica, autismo, imitación y de cómo entendemos a los otros*. Katz Editores.

IMDB Drama Movies. IMDb.  
[https://www.imdb.com/find/?q=drama+movies&ref\\_=nv\\_sr\\_sm](https://www.imdb.com/find/?q=drama+movies&ref_=nv_sr_sm)

Martín-Barbero, J. (2003a). *De los medios a las mediaciones*. Convenio Andrés Bello.

Mead, G.H. (1934). *Mind, Self, and Society from the Standpoint of a Social Behaviorist*. University of Chicago Press: Chicago.

Metz, Christian (1977). *El significante imaginario. Psicoanálisis y cine*. Paidós.

Oliver, M. B. (2003). Mood management and selective exposure. En J. Bryant, D. Roskos-Ewoldsen y J. Cantor (Eds.), *Communication and emotion. Essays in honor of Dolf Zillmann* (pp. 85-106). New York, NY: Routledge.

Packer, M. (1989). Dissolving the paradox of tragedy. *Journal of Aesthetics and Art Criticism*.

Raney, A. A. (2003). Disposition-Based Theories of Enjoyment. En J. Bryant, D. R., Roskos-Ewoldsen y J. Cantor (Eds.), *Communication and emotion: Essays in honor of Dolf Zillmann* (pp. 61-84). New York, NY: Routledge.

Tarruella, E., Jonas, D., & Banfi, P. (2022). *ABC del Lenguaje Audiovisual*. ABC del Lenguaje Audiovisual. <http://www.incaa.gov.ar/wp-content/uploads/2022/07/abc-N1.pdf>

Vorderer, P., y Knocloch, S. (2000). Conflict and suspense in drama. En D. Zillmann y P. Vorderer (Eds.), *Media entertainment. The psychology of its appeals* (pp. 59-72). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Zillmann, D. y Bryant, J. (1996). El entretenimiento como efecto de los media. En J. Bryant y D. Zillmann (Comps.), *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*. (pp. 583-616). Barcelona: Paidós.



Universidad de  
**San Andrés**