

Serrano, A., Méndez-Ulrich, J.L., Soler-Vilageliu, O., Matamala, A., Iturregui, G. y Jankowska, A.
Este trabajo ha sido posible gracias al proyecto de investigación FFI2015-64038-P, MINECO/FEDER, UE

¿De donde parte este trabajo?

- Los estudios sobre accesibilidad audiovisual de personas con discapacidad visual (DV) se centran en la mejora de la experiencia en la interacción con los contenidos mediante la audiodescripción o el audiosubtitulado de estos materiales. (Iturregui-Gallardo et al. (en prensa); Frayer y Walczak, A. (2017); Matamala y Orero (2016).
- Con el fin de optimizar esta experiencia en las personas con DV, en primer lugar, se ha de poder caracterizar la experiencia emocional de estas personas mediante medidas objetivas (psicofisiológicas), como subjetivas, mediante cuestionarios.
- En este trabajo se presenta un protocolo para medir la experiencia emocional ante la presentación de fragmentos de vídeo mediante cuestionarios de *engagement*, y medidas psicofisiológicas (frecuencia cardiaca y respuesta galvánica de la piel).

Metodología

Inducción emocional. Escenas de películas seleccionadas del estudio de Shaefer et al. (2010)

Cuando Harry conoció a Sally: inducción de alegría.

- La Lista de Schindler*: inducción de ira.
- La lista de Schindler*: inducción de tristeza.

Instrumentos de medida.

Escala de *engagement* de Buzelle and Bilandzic (2009): Comprensión narrativa, Foco atencional, Presencia narrativa y *Engagement* emocional.

Escala de alexitimia de Toronto (TAS-20)

Self Assesment Mannikin (SAM) de Peter Lang (1984).

CAPTIV L-700 (V1. 5) para los registros psicofisiológicos.

TOBII para la presentación de los estímulos.

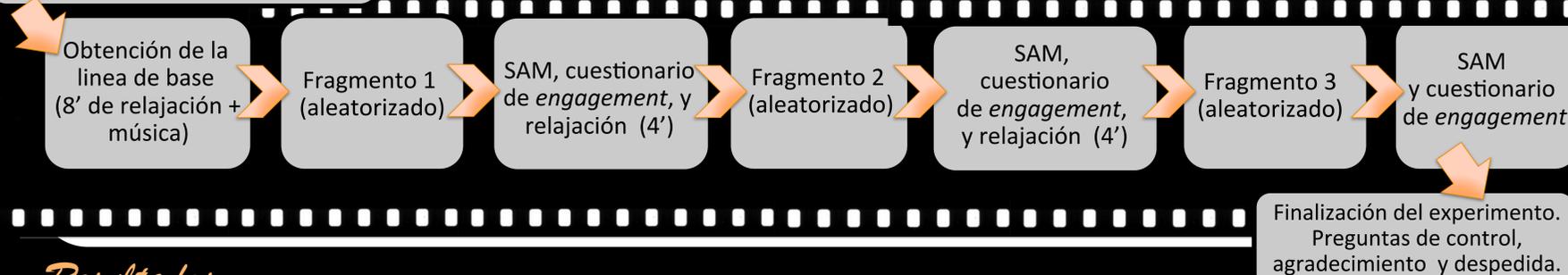
Pregunta de control.

El análisis de los datos se ha llevado a cabo con IBM SPSS v.21 para windows

La muestra es de 5 sujetos de entre 20 y 27 años de edad.

Llegada de los participantes, consentimiento y breve explicación del protocolo. Cuestionario sociodemográfico y de Alexitimia.

Protocolo (duración aprox. 30')



Resultados

En relación al *engagement*:

- La escala de presencia narrativa es la que ha obtenido peores resultados.
- Las situaciones de ira y tristeza muestran alto *engagement* en todas las dimensiones mientras que la situación de diversión sólo puntúa alta en la dimensión de comprensión narrativa.

Inducción emocional subjetiva (SAM)

	Activación	Valencia	Dominancia
Diversión	5.0	6.4	6.2
Ira	6.6	2.2	4.4
Tristeza	5.8	2.4	5.0

Tabla 1. Media de las subescalas del SAM para cada vídeo.

Según los enregistramientos psicofisiológicos:



Tabla 2. Análisis de integración de la FC (unidades arbitrarias).

Tabla 3. Análisis de integración de la RGP (unidades arbitrarias).

En relación a la adecuación de los vídeos empleados:

En los vídeos de ira y tristeza se ha identificado correctamente la emoción, mientras en el video de diversión solo ha suscitado esa emoción en un 40% de los casos.

Discusión

- En líneas generales los fragmentos de vídeo empleado fueron útiles para inducir las emociones que se pretendían generar.
- En cuanto al *engagement*, la prueba empleada presentó dificultades de comprensión para los participantes. Además, los resultados correspondientes al fragmento inductor de alegría fueron excesivamente bajos, lo que sugiere que el vídeo empleado no es adecuado para generar *engagement* en relación a la emoción de alegría.
- A pesar de las limitaciones metodológicas (esencialmente tamaño de la muestra y ajuste de los fragmentos a la emoción que se pretende inducir) podemos ver que los registros psicofisiológicos convergen con la reacción emocional percibida (SAM) así como, a grandes rasgos, con el *engagement*, si bien este último debe aún comprenderse mejor para conseguir resultados más concluyentes.

Referencias

- Walczak, A., y Fryer, L. (2017). Creative description: The impact of audio description style on presence in visually impaired audiences. *British Journal of Visual Impairment*, 35(1), 6–17. <https://doi.org/10.1177/0264619616661603>
- Iturregi-Gallardo, G., Serrano, A., Méndez-Ulrich, J. L., Jankowska, A. y Soler-Vilageliu, O. (en prensa). Audio subtitling: voicing strategies and their effect on film enjoyment. *Accessibility in Film, Television and Interactive Media - October 14th and 15th 2017, University of York, United Kingdom*
- Matamala, A., y Orero, P. (n.d.). *Researching audio description : new approaches* (p. XX, 328). Retrieved from http://cataleg.uji.es/record=b1428891~S1*cat
- Schaefer et al. (2010). Assessing the effectiveness of a large database of emotion-eliciting films: A new tool for emotion researchers. *Cognition and emotion*, 24(7), 1153-1172.