Artículo de investigación

Estudio sobre la efectividad de la inducción de estados de ánimo mediante fragmentos de películas en universitarios

A study of the effectiveness of inducing moods through film clips in university students

https://doi.org/10.62364/ggjy7196

Marlene Vázquez Arias* y Ferran Padrós Blázquez*
Universidad Michoacana de san Nicolás de Hidalgo
*

Citación | Vázquez, M., & Padrós, F. (2026). Estudio sobre la efectividad de la inducción de estados de ánimo mediante fragmentos de películas en universitarios. Enseñanza e Investigación en Psicología, 8(1), 1–15. https://doi.org/10.62364/ggjy7196

Artículo enviado: 17-01-2026, aceptado: 17-06-2026, publicado: 27-11-2026.

Resumen

Los procedimientos de inducción de estados de ánimo en contextos experimentales han permitido estudiar la relación entre los estados de ánimo y distintas variables de interés. Uno de los procedimientos de inducción más utilizados son los fragmentos de películas de los cuales no hay evidencia suficiente de su efectividad en población mexicana sana. En la presente investigación se analizó la eficacia de algunos fragmentos de películas para inducir estados de ánimo de alegría, tristeza y neutro. Se llevó a cabo un estudio cuasiexperimental con una muestra de 42 participantes, de los cuales el 66.6% fueron mujeres. Los resultados muestran que los fragmentos de película seleccionados presentan una adecuada capacidad para inducir alegría, tristeza y neutralidad. Por lo tanto, pueden utilizarse para futuras investigaciones que continúen estudiando la relación de los estados de ánimo con variables de interés.

Palabras clave | estado de ánimo, inducción, fragmentos de películas, tristeza, alegría.

Abstract

Mood induction procedures in experimental contexts have allowed researchers to study the relationship between moods and variables of interest. One of the most widely used induction procedures involves film clips, There is insufficient evidence of its effectiveness in the healthy Mexican population. This study analyzed the effectiveness of selected film clips in inducing moods of joy, sadness and neutrality. A quasi-experimental study was conducted with a sample of 42 participants of whom 66.6% were women. The results show that the selected film clips have an adequate capacity to induce joy, sadness and neutrality. Therefore, they can be used for future research that continues to study the relationship between moods and variables of interest.

Keywords | mood, induction, film clips, sadness, joy.

Correspondencia:
Marlene Vázquez Arias. Correo electrónico: 1365446x@umich.mx. ORCID: http://orcid.org/0000-0003-2931-2510.
*Gral. Francisco Villa 450, Dr Miguel Silva González, 58110 Morelia, Mich., México.

Introducción

El manejo y el estudio de la inducción emocional ha permitido realizar una serie de investigaciones para evaluar relaciones entre el estado de ánimo y distintas variables que han sido de mucha utilidad en los últimos años. Los procedimientos de inducción de estados de ánimo (PIEA) son estrategias que tienen como objetivo provocar un estado emocional transitorio en una situación experimental. El estado de ánimo que se induce se pretende que sea específico, siendo los más frecuentes estados de tristeza-depresión, alegría y ansiedad. Estos procedimientos son utilizados frecuentemente en investigación de corte experimental para la comprensión de la relación entre emociones, cognición y comportamiento (García-Palacios & Baños, 1999; Sanz et al., 2014; Westermann et al., 1996).

Los estados de ánimo pueden ser inducidos mediante diferentes estímulos visuales o auditivos como, por ejemplo, imágenes, películas y música (Castro et al., 2021). Sin embargo, existen otros procedimientos como el método Velten, el recuerdo autobiográfico y las interacciones sociales (Durá, 2017) incluso se han propuesto juegos tradicionales como inductores (Moya-Higueras et al., 2023). Además, con las nuevas tecnologías se ha implementado el uso de la realidad virtual y recursos digitales interactivos como otros procedimientos de inducción de estados de ánimo (Jaime-Díaz et al., 2022; Pastor & Bourdin-Kreitz, 2026; Pavic et al., 2023; Yin et al., 2024).

Asimismo, se han desarrollado estrategias fiables y válidas para inducir estados de ánimo. Una estrategia ampliamente utilizada es la International Affective Picture System (IAPS) de Lang et al. (2008) y que sigue vigente en nuestros días. También Fernández et al. (2011) validaron una batería de películas para inducir estados de ánimo como diversión, ternura, asco, ira, miedo, tristeza y neutro. De igual manera se ha estudiado la validez de los procedimientos de inducción en condiciones experimentales y en distintos contextos, como de la música (Völker, 2019) y las imágenes afectivas (IAPS) (Irrazabal & Tonini, 2020).

De hecho, los procedimientos de inducción de estados de ánimo que se utilizan más frecuentemente son la música (Castro et al., 2021; Fuentes, 2021), las imágenes afectivas (García-Estrada et al., 2026; Serrano-Ibáñez et al., 2022; Trentini & Dan-Glauser, 2025) y los fragmentos de películas (Kassas et al., 2022; Larwood & Dingle, 2022; Sahuquillo et al., 2026).

Estos tipos de inductores presentan ventajas y desventajas en su uso. Respecto a la música, tiene la ventaja de una administración sencilla o que puede combinarse con otros procedimientos de inducción, así como la ventaja de una mayor duración de la inducción comparado con otros procedimientos, no obstante, las desventajas se basan en la dificultad de estandarizar selecciones de música, las experiencias previas y la disponibilidad de los participantes. Las imágenes afectivas tienen la ventaja de ser un procedimiento económico y tener como base el IAPS, el cual es muy reconocido, estandarizado y válido; sin embargo cuenta con la desventaja de presentar sesgos por experiencias previas de los participantes y de que no todas las emociones pueden inducirse. En comparación con otros procedimientos de inducción, los fragmentos de películas son los que presentan mayores ventajas, como la facilidad en su implementación y una mayor validez orgánica al tener impacto tanto en el canal auditivo como en el visual, además de que se observan cambios fisiológicos significativos y es posible la estandarización y reproducción del procedimiento, en cuanto a la desventaja se daría por sesgos derivados de las experiencias previas de los participantes con los fragmentos seleccionados (Durá, 2017; Fernández et al., 2011; Westermann et al., 1996).

Dicho lo anterior, para la presente investigación se utilizó el procedimiento de inducción de estados de ánimo mediante fragmentos de películas, debido a las diferentes ventajas que posee y por ser considerado como la técnica más eficaz para la inducción de estados de ánimo (Bo?a et al., 2023).

Los fragmentos de películas como procedimiento de inducción de estados emocionales es un método muy utilizado y existe evidencia de su eficacia en distintos países como España en donde se validó una batería de fragmentos para inducir emociones obteniendo que las películas muestran una capacidad adecuada para inducir afectos positivos y negativos, así como niveles elevados de activación emocional como puede comprobarse en un estudio posterior (Fernández et al., 2011; Rodríguez-Corrales et al., 2017). En Alemania Westermann et al. (1996) compararon once diferentes métodos para inducir estados de ánimo, resultando los fragmentos de películas los más efectivos para inducir estados de ánimo tanto positivos como negativos. En Argentina Medrano et al. (2016) observaron mayores puntuaciones en estados de ánimo tanto positivos como negativos congruentes con su respectivo procedimiento de inducción. Finalmente, en China Yang et al. (2024) mediante una serie de criterios rigurosos y jueces expertos, obtuvieron que los videos tanto positivos como negativos obtuvieron puntuaciones inclinadas al afecto positivo y afecto negativo respectivamente

En lo que respecta a México, es una estrategia poco utilizada y como tal no hay estudios que aporten datos sobre su efectividad. El único estudio que se encontró donde se utilizaron escenas de películas como procedimiento de inducción de estados de ánimo fue el de González et al. (2016) quienes probaron los videos, con ayuda de expertos, en personas con parálisis cerebral obteniendo resultados favorables tanto para los fragmentos que pretendían inducir felicidad como los de tristeza. Es importante señalar que se presentó evidencia de la efectividad de este procedimiento sólo en una muestra de participantes con parálisis cerebral. Por ello, al ser una población tan específica, se concluye que no hay suficiente evidencia de su efectividad en población mexicana general. Por la tanto surge la pregunta de si el visionado de películas también puede resultar efectivo para inducir estados de ánimo en una muestra extraída de la población general, en este caso: estudiantes universitarios.

Es así que el objetivo de la presente investigación fue analizar la eficacia del procedimiento de inducción de estados de ánimo mediante fragmentos de películas en estudiantes universitarios mexicanos.

Método

Diseño

Se empleó un diseño cuantitativo, cuasiexperimental, longitudinal de medidas repetidas de acuerdo con el sistema de clasificación de Ato et al. (2013).

Participantes

Se utilizó un muestreo no probabilístico de sujetos voluntarios. La muestra se conformó por 42 participantes de alumnos universitarios, de los cuales el 66.6% (N=28) fueron mujeres y el 33.3% (N=14) fueron hombres.

Instrumentos

Procedimiento de inducción de estados de ánimo

Para la inducción de los estados de ánimo (triste, alegre y neutro) se utilizaron los siguientes fragmentos de películas, retomados de la batería de fragmentos validados por Fernández et al. (2011), a excepción de la presentación neutra, la cual fue recuperada de YouTube (Clickodins, 2019).

Presentación de alegría (Cuando Harry encontró a Sally). (Duración de dos minutos con 35 segundos). Este fragmento es utilizado para inducir a una respuesta de alegría o diversión: dos amigos, Harry y Sally se encuentran en una cafetería y en el curso de la conversación Sally simula un orgasmo llamando la atención de todos.

DOI 10.62364/ggjy7196

Presentación de tristeza (El Campeón). (Duración de dos minutos con 46 segundos). Este fragmento es utilizado para inducir una respuesta de tristeza: un boxeador termina un combate muy difícil, el cual lo deja muy mal herido, acto seguido, muere en los vestuarios en presencia de su hijo, quien es menor de edad.

Presentación neutra (Personas caminando en la calle). (Duración de 1 minuto 28 segundos). Este fragmento no tiene carga afectiva, por lo que se considera neutro: Personas caminando por la calle sin algún propósito en específico.

Escala de Valoración del Estado de ánimo (EVEA)

Desarrollada por Sanz (2001), esta escala consta de 16 ítems, los cuales son afirmaciones cortas que describen un estado de ánimo, todas las frases tienen la misma estructura, comenzando con “me siento” y continúan con un adjetivo representando el estado de ánimo (p, ej., “me siento triste”, “me siento alegre”). Los ítems se responden de acuerdo con una escala de tipo Likert de 11 puntos (0–10), donde 0 representa nada y 10 mucho. Esta escala está compuesta por cuatro dimensiones: ansiedad, ira-hostilidad, tristeza y alegría.

De acuerdo con los resultados del estudio de Vázquez-Arias y Padrós-Blázquez (en prensa) dos dimensiones presentan excelente confiabilidad; ira-hostilidad (w=.920) y alegría (w=.901), y las otras dos dimensiones presentaron adecuada confiabilidad; tristeza-depresión (w=0.861) y ansiedad (w=0.825). Asimismo, la estructura de cuatro factores mostró un buen ajuste en el análisis factorial confirmatorio con índices como el RMSEA=.017, SMRS=.052, CFI=.999, TLI=.998, GFI=.991 y NFI=.991.

Tareas cognitivas

Propuestas con la finalidad de que los participantes regresen a un estado neutral, ya que, de acuerdo con Rottenberg et al. (2007), los estímulos neutros, en lugar de instrucciones de descanso, son más recomendables para mantener una línea base confiable.

Trail Making Test (TMT) parte B. Esta prueba consiste en unir en orden números y letras en secuencia y de manera aleatorizada de la siguiente manera: 1-A-2-B-3-C-4-D… (Femat Roldán, 2024).

Fluencia fonológica (letra D). En esta prueba el participante debe escribir en un minuto todas las palabras que pueda que comiencen con la letra D, sin nombres propios ni de familias de palabras (dedo, dedito, dedote)

Fluencia semántica (países). Consiste en que el participante debe escribir todos los nombres de países que se le ocurra dentro del límite de un minuto (Universidad Autónoma de Madrid, s/a).

Procedimiento

Después de obtener el permiso de la directora de la Facultad de Psicología de una Universidad en México, se acudió a uno de los grupos de tercer semestre de la licenciatura en psicología y se invitó a los alumnos a la participación en la investigación. Debe comentarse que no se les dio a conocer el objetivo específico de la investigación, pues sólo se les comentó que se iba a estudiar el funcionamiento de las emociones. A quienes estuvieran interesados, se les mencionó una fecha y hora específicas, de esta manera su participación fue voluntaria.

En un primer momento contestaron una ficha de datos sociodemográficos, donde se les pidió anotar sus siglas y su sexo, seguida de la Escala de Valoración del Estado de Ánimo (EVEA). Posteriormente, se les presentó la parte B del Trail Making Test (TMT) con fines de distracción.

En un segundo momento se mostró el fragmento de película que induce estado de ánimo triste, seguido de la EVEA, haciendo hincapié en que debían contestar con base en lo que sintieron personalmente y no lo que creían que las personas sienten con esa escena, de igual manera se les aclaró que no había respuestas correctas o incorrectas. Después se aplicó una tarea cognitiva de fluencia fonológica (palabras con la letra D).

En un tercer momento se expuso a los participantes al fragmento de estimulación neutra, posteriormente, respondieron al EVEA una vez más. Acto seguido se les solicitó realizar la tarea cognitiva, que consistió en la fluencia semántica de nombres de países. En el cuarto y último momento se presentó el tercer fragmento que induce estado de ánimo alegre, seguido de la cuarta administración de la EVEA para dar paso al cierre de la sesión.

Análisis de datos

Los análisis estadísticos se realizaron con el programa estadístico JASP (JASP Team, 2021). Se llevaron a cabo estadísticos descriptivos como media, desviación estándar, frecuencias y porcentajes para observar las características de la muestra. Por su parte, para evaluar la efectividad del procedimiento de inducción de estados de ánimo se utilizó la prueba para grupos relacionados de Friedman, debido a la naturaleza ordinal de los datos. Asimismo, se utilizaron contrastes de Bonferroni para estudiar las diferencias entre los grupos.

Consideraciones éticas

El proyecto de investigación fue revisado y aprobado por el Comité de Ética de la Facultad de Psicología de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, con número de oficio CEIB-UMSNH/686-2025. Asimismo, la investigación respetó las normas éticas del psicólogo de la Asociación Americana de Psicología (APA, 2017).

Además, se informó a los estudiantes sobre las consideraciones éticas relacionadas con su participación y se les proporcionó el consentimiento informado, el cual debían firmar antes de proceder con la aplicación. Cabe señalar que ninguno de los potenciales participantes se rehusó a participar.

Resultados

Se realizaron comparaciones de dos tipos, la primera de ellas se refiere a las diferencias entre los distintos estados de ánimo (tristeza–alegría–ansiedad–ira) en cada una de las condiciones (pre-test, inducción negativa, inducción neutra e inducción positiva). La segunda fue en relación con los cambios de la misma dimensión durante las cuatro condiciones.

Comparaciones entre dimensiones de acuerdo a la condición

Pre–test

Los datos se analizaron con la prueba de Friedman y se encontró que, en un primer momento, los participantes muestran mayores niveles de alegría (M=21.00; DE=10.25), siendo la diferencia respecto a los otros estados de ánimo estadísticamente significativa (x^2=58.95, gl=3, p< .001) ver tabla 2.

Inducción negativa (tristeza): Campeón (The Champ)

Cuando se compararon los diferentes niveles de estados de ánimo frente la inducción de tristeza se observaron mayores niveles en la dimensión de depresión (M=16.91), tal como se muestra en la tabla 1, siendo esta diferencia estadísticamente significativa con respecto a los otros estados de ánimo (alegría, ansiedad e ira) (x^2=55.69, gl=3, p< .001), presentando un tamaño del efecto moderado (W=0.442) como se observa en la tabla 2. Cabe resaltar que al

DOI 10.62364/ggjy7196

realizar las comparaciones por pares con corrección de Bonferroni, la diferencia entre la dimensión de depresión y alegría (que fue la dimensión con mayor media inicial) fue significativa (pBonf=0.015) con un tamaño del efecto moderado (rB=0.459).

Presentación neutra: Personas caminando en la calle

Con respecto a la presentación neutra, se puede observar en los resultados que se muestran en la tabla 1 mayores niveles de las dimensiones de alegría (M=12.95) y de ansiedad (M=12.67), en tercero la dimensión de depresión (M=8.19) y por último hostilidad (M=4.33) véase tabla 1.

Por otra parte, las diferencias entre las dimensiones son estadísticamente significativas (x2=23.57, gl=3, p<.001) presentando un tamaño del efecto pequeño (W=0.187). Sin embargo, al hacer las comparaciones por grupos se observa que la dimensión de hostilidad mantiene niveles bajos representando diferencias estadísticamente significativas con respecto a las demás dimensiones: ansiedad (pBonf =<.001), depresión (pBonf =0.013) y alegría (pBonf=0.001). De hecho, no hay diferencias estadísticamente significativas entre las dimensiones de ansiedad y alegría (pBonf=1), ansiedad y depresión (pBonf=1) así como de depresión y alegría (pBonf=1).

Inducción positiva (alegría): Cuando Harry encontró a Sally (When Harry Met Sally)

En relación con la comparación de los diferentes estados de ánimo frente la inducción positiva, se puede observar, a partir del EVEA, que los participantes presentaron mayores niveles en la dimensión de alegría (M=22.64), siendo una diferencia estadísticamente significativa (x2=80.23, gl=3, p<.001) y con un tamaño del efecto grande (W=.637) en comparación con las otras dimensiones como se muestra en la tabla 2.

Tabla 1

Estadísticos descriptivos de las dimensiones emocionales según la condición experimental

Dimensión emocional	EVEA pre	EVEA Campeón (–)	EVEA Neutro	EVEA Sally (+)
Ansiedad	M=13.19 SD=9.09	M=11.38 SD=8.90	M=12.95 SD=12.18	M=6.81 SD=8.08
Depresión	M=10.83 SD=9.50	M=16.91 SD=10.63	M=8.19 SD=9.30	M=3.91 SD=6.10
Alegría	M=21.00 SD=10.25	M=10.31 SD=10.88	M=12.95 SD=12.18	M=22.64 SD=11.02
Hostilidad	M=3.95 SD=5.50	M=2.57 SD=4.13	M=4.33 SD=7.53	M=2.17 SD=4.32

Comparaciones entre las dimensiones emocionales según la condición experimental

Tabla 2

Condición experimental	x2	gl	p	W	Diferencias significativas entre grupos
EVEA pre	58.95	3	<.001		An>Ho, De<Al De>Ho, Al>Ho
EVEA Campeón (–)	55.95	3	<.001	0.459	An>Ho, De>Al, De>Ho, Al>Ho
EVEA (Caminando) Neutro	23.57	3	<.001	0.187	An>Ho, De>Ho, Al>Ho
EVEA Sally (+)	80.23	3	<.001	0.637	An<Al, An>Ho, Al>De, Al>Ho
Nota: x2 : Friedman, p=significancia; W=Kendall; An: ansiedad; De: depresión; Al: alegría; Ho: hostilidad.					

Comparaciones de la misma dimensión durante las cuatro condiciones

Dimensión de depresión

Los resultados de los cambios de la dimensión de depresión a lo largo de las evaluaciones muestran diferencias estadísticamente significativas (x2=91.06, gl=3, p< .001) con un tamaño del efecto grande (W=0.723). Se observa que los niveles de depresión aumentaron después de la inducción negativa de M=10.83 a M=16.91, siendo este cambio estadísticamente significativo (pBonf=<.001), con un tamaño del efecto grande (rB= -0.754).

Posteriormente, se redujeron de forma notable después de la inducción neutra (M=8.19), y redujeron todavía más tras la inducción del estado de ánimo positivo (M=3.91), siendo ambas reducciones estadísticamente significativas (pBonf=<.001) con un tamaño del efecto grande (rB=.954) en la comparación entre la evaluación dos (E2) y la evaluación tres (E3), así como un tamaño del efecto grande (rB=1.000) entre E3 y la evaluación cuatro (E4). Este cambio puede observarse en el gráfico 1.

Dimensión de alegría

Los resultados de esta dimensión arrojaron diferencias estadísticamente significativas (x2=71.19, gl=3, p<.001) con un tamaño del efecto grande (W=.565). Al realizar las comparaciones entre condiciones se observó que los niveles de alegría disminuyeron considerablemente después de la inducción negativa de M=21 a M=10.31, siendo este cambio estadísticamente significativo (pBonf=<.001), presentando un tamaño del efecto grande (rB=0.962). Luego el nivel de alegría aumentó un poco después de la presentación neutra (M=12.95) pero sin ser estadísticamente significativo (pBonf=0.104).

Finalmente, los participantes mostraron mayores niveles (M=22.64) en la última evaluación correspondiente a la inducción positiva, siendo ésta estadísticamente significativa (pBonf=<.001), con un tamaño del efecto grande (rB=-0.971). El cambio de esta dimensión entre evaluaciones puede observarse en el gráfico 1.

Dimensión de ansiedad

Los resultados muestran diferencias estadísticamente significativas (x2=37.378, gl=3, p<.001), con un tamaño del efecto pequeño (W=.297). Al realizar las comparaciones por pares con corrección de Bonferroni, se observa que las diferencias estadísticamente significativas resultan de comparar la E1, E2 y E3 con E4 (pBonf=<.001); en otras palabras, la ansiedad se mantiene estable entre los primeros tres momentos de evaluación y en la última evaluación se reduce (M=6.81), teniendo esta diferencia un tamaño del efecto grande (rB=.765). Véase gráfico 1.

Dimensión de hostilidad

Los resultados obtenidos arrojaron diferencias estadísticamente significativas (x2=17.95, gl=3, p<.001), con un tamaño del efecto pequeño (W=.142) al comparar la dimensión de hostilidad a lo largo de las evaluaciones. Los participantes presentaron una reducción de M=3.95 a M=2.57, que resultó estadísticamente significativa (pBonf=.014) con un tamaño del efecto grande (rB=.581). Entre la E2 y la E3 hay un incremento (M=4.33) que no resulta estadísticamente significativo (pBonf=0.523). Por último, se observó una disminución en la última evaluación (M=2.167) que es estadísticamente significativa (pBonf = .038), con un tamaño del efecto grande (rB=.623). Véase gráfico 1.

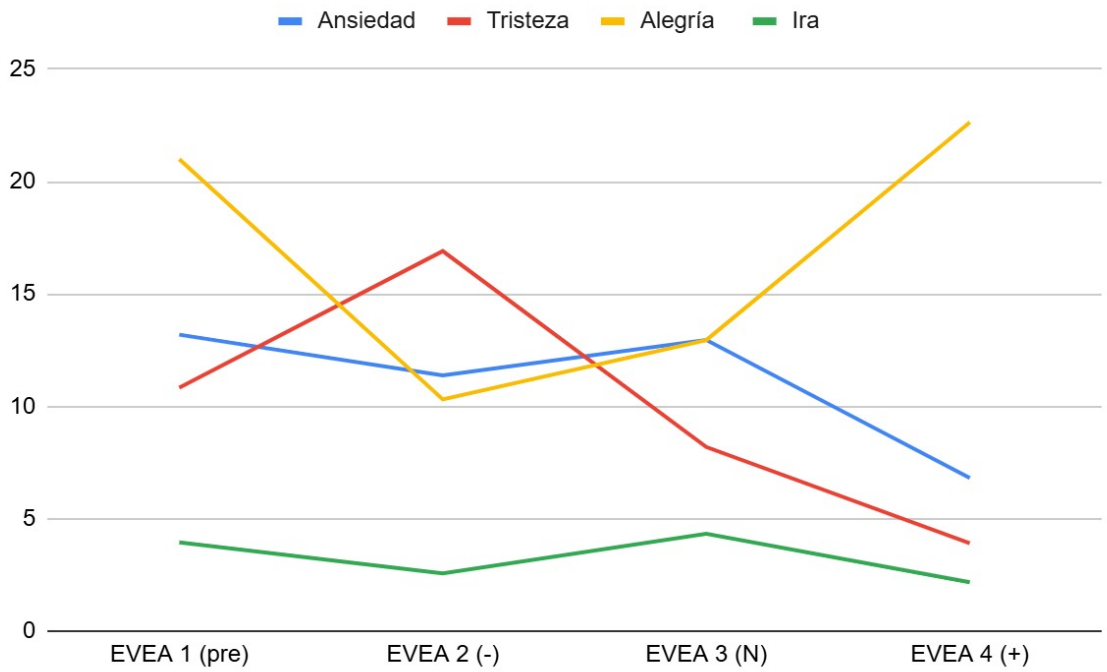
Gráfico 1

Cambios en la evaluación de las dimensiones de la EVEA en función de la inducción de estados de ánimo

DOI 10.62364/ggjy7196

Figura 1

Nota: EVEA 1: pre–test, EVEA 2: inducción de tristeza, EVEA 3: inducción neutra, EVEA 4: inducción de alegría.



Discusión

El objetivo del presente estudio fue analizar la eficacia del procedimiento de inducción de estados de ánimo mediante fragmentos de películas en estudiantes universitarios.

El uso del visionado de fragmentos de películas, al igual que en este estudio, se ha aplicado en población joven universitaria en otras investigaciones (Blasco et al., 1997; Centurion et al., 2017; Fan et al., 2023; Michelini et al., 2015; Michelini et al., 2016) donde ha mostrado ser un procedimiento eficaz. También se ha evidenciado funcionalidad en la inducción de estados de ánimo en adultos mayores (Zempelin et al., 2021). Además, este procedimiento se ha utilizado en población con distintas discapacidades (González et al., 2016), lo que apoya la aplicabilidad de los fragmentos de películas como un método efectivo para inducir estados de ánimo en investigaciones con distintas poblaciones.

La primera evaluación del estado de ánimo, sin estimulación alguna, dio cuenta de un elevado estado alegre, moderados niveles de estados de ansiedad y depresión, y bajos niveles de hostilidad en los participantes. Sin embargo, al estar expuestos al fragmento destinado a inducir la emoción de tristeza se observó un incremento significativo del estado de ánimo triste (depresión). Este cambio se evidenció al compararlo con una evaluación inicial (sin estimulación), la cual es importante cuando se quiere estudiar la eficacia del procedimiento (Rottenberg et al., 2007).

En concordancia con lo anterior, el fragmento de inducción negativa El campeón también mostró buenos resultados para la emoción objetivo, que fue la tristeza, esto concuerda con estudios previos como el de Centurion et al. (2017), donde se obtuvieron mayores niveles de tristeza en el grupo inducido por el mismo fragmento. De manera similar, esto se observó en la investigación de Boyano y Mora (2015), quienes, en la aplicación de dicho fragmento obtuvieron mayores puntuaciones en afecto negativo, siendo éstas más altas que las

mostradas frente a los otros tipos de inducción (alegría y neutralidad) evaluado mediante la escala de afecto positivo y afecto negativo (PANAS). También Rodríguez (2015) obtuvo en su estudio puntuaciones significativamente más altas en "tristeza" e "infelicidad" cuando se mostró el fragmento de El Campeón.

En lo que respecta al fragmento de inducción positiva, que fue el de Cuando Harry encontró a Sally, los resultados sugieren eficacia significativa para inducir la emoción de alegría. En el presente estudio puede observarse un incremento significativo del estado de ánimo de alegría entre la tercera evaluación (neutra) y la cuarta evaluación, que corresponde a la inducción positiva. Además, se observó que los participantes mostraron niveles más altos del estado de ánimo de alegría frente al fragmento de película de inducción positiva respecto a la mostrada frente la inducción de estado de ánimo de tristeza, pero no resultó diferente a la evaluación preliminar, ello podría ser debido a que, quizá, los participantes acudieron con curiosidad, interés y haciendo bromas antes de iniciar el experimento.

Otros estudios que también utilizaron el fragmento de Cuando Harry encontró a Sally obtuvieron buenos resultados en la inducción de alegría, uno de ellos es el de Rodríguez (2015), donde se utilizó un cuestionario con escala tipo Likert de 9 puntos, describiendo distintas emociones, tanto positivas como negativas, en sus resultados, el fragmento tuvo puntuaciones significativamente más altas en "diversión" y "alegría" respecto a los otros estados de ánimo. También, en el estudio de Michelini et al. (2015) se obtuvieron medidas de valencia y activación positivas significativas para dicho fragmento. De la misma manera, en el estudio de Zempelin et al. (2021), quienes tomaron medidas tanto subjetivas como objetivas para medir el estado de ánimo inducido; observaron en sus resultados un incremento significativo en felicidad subjetiva y activación, así como en la intensidad de las expresiones faciales de felicidad después del procedimiento de inducción.

En cuanto al fragmento neutro (Personas caminando en la calle), no puede observarse la presencia de un estado de ánimo predominante cuando fueron expuestos al mismo, ya que en las dimensiones de alegría, ansiedad y depresión no hubo diferencias significativas. Por otro lado, al presentarse el fragmento neutro se observó que el estado de ánimo deprimido se redujo considerablemente y de forma significativa respecto al mismo estado reportado previamente después de la inducción de tristeza. Asimismo, el nivel medio de alegría presentado después de la inducción neutra es moderado y significativamente inferior al mostrado después de la inducción de alegría que se realizó en la siguiente fase. De manera similar, en el estudio de Boyano y Mora (2015), donde implementaron, para la condición de inducción neutra, la proyección de un fragmento de una escena del fondo marino, las puntuaciones obtenidas fueron moderadas en alegría y bajas en tristeza, habiendo diferencias significativas con respecto a los grupos que fueron inducidos con estados de alegría y de tristeza.

A pesar de haber una tendencia de los estados de ánimo en ir a la zona más intermedia de las evaluaciones cuando fueron expuestos al mismo, así como se observa que no hay algún estado de ánimo marcado, no se puede afirmar una neutralidad emocional porque no hay una línea base o un estado neutral pre determinado equivalente al basal con el cual comparar los niveles de estado de ánimo obtenidos con este fragmento.

En investigaciones previas como en la de Fernández–Aguilar et al. (2020) también se utilizaron tareas de distracción de tono neutro (distinguir figuras geométricas en una pantalla) para evitar que la emoción previa afecte a la siguiente respuesta emocional. Lo que concuerda con lo mencionado por Rottenberg et al. (2007), quienes recomiendan utilizar estímulos neutros en lugar de instrucciones de descanso para mantener una línea base confiable que no se vea sesgada por estímulos externos o la variabilidad de los participantes para completar una

DOI 10.62364/ggjy7196

tarea. En conclusión, las tareas de distracción, sin carga afectiva, son útiles para darle tiempo al participante a que regrese a un estado neutral.

Por otra parte, una limitación del presente estudio es la representatividad de la muestra, primero porque se utilizó una muestra pequeña, segundo porque sólo fueron estudiantes universitarios y tercero porque fueron sólo de un estado de México. Otra limitación es no contar con suficiente información de validez externa ni tener un diseño suficientemente robusto donde se controlen los sesgos derivados del orden de presentación y evitar posibles efectos de arrastre.

Por lo anterior, para futuras investigaciones se sugiere utilizar una muestra más grande y representativa (incluyendo participantes de distintos niveles educativos, un rango de edad más amplio y diferentes estados de la república mexicana) para validar los fragmentos de películas. Por otro lado, en esta investigación sólo se estudiaron procedimientos para inducir estados de ánimo de alegría, tristeza y neutralidad, pero también sería de interés estudiar otras emociones, como la hostilidad o el miedo, además de investigar procedimientos de inducción de estos estados, así como tener en consideración medidas controladas del estado de ánimo neutro, integrando líneas base o estableciendo las características pertinentes para considerarlo como tal.

Conclusiones

De acuerdo con los resultados obtenidos, puede concluirse que los fragmentos de película puestas a prueba presentan una adecuada capacidad para inducir alegría y tristeza. Y pueden ser considerados pertinentes para ser implementados con ciertas limitaciones en otras investigaciones. Por otro lado, se pueden continuar analizando en otros estudios para valorar aspectos que no se consideraron en la presente investigación. Respecto a la neutralidad emocional, consideramos que sería conveniente realizar estudios posteriores para tener mayor claridad sobre el estado de ánimo inducido por el fragmento que pretende inducir neutralidad.

En conclusión, se presenta una línea de investigación interesante en nuestro país y se da paso para continuar con el análisis de los procedimientos de inducción y el estudio de los estados de ánimo con variables de interés.

Referencias

American Psychological Association. (2017). American Psychological Association‘s ethical principles of psychologists and code of conduct [Archivo PDF]. https://www.apa.org/ethics/code/ethics-code-2017.pdf

Ato, M., López, J., & Benavente, A. (2013). Un sistema de clasificación de los diseños de investigación en psicología. Anales de Psicología, 29(3), 1038–1059. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16728244043

Blasco, T., Borràs, F. X., Rey, M., Bonillo, A., & Castro, J. F. (1997). Efectos de un procedimiento de inducción de estados de ánimo sobre el recuerdo de palabras. Anales de Psicología/ Annals of Psychology, 13(2), 163–175. https://revistas.um.es/analesps/article/view/30981

Bo?a, M., Koyuncu, M., Kaça, G., & Bayazit, T. (2023). Comparison of emotion elicitation methods: 3 methods, 3 emotions, 3 measures. Current Psychology, 42, 18670–18685. https://doi.org/10.1007/s12144-022-02984-5

Boyano, J. T., & Mora, J. A. (2015). Estado de ánimo y memoria autobiográfica: efectos sobre la intensidad de los recuerdos escolares. Anales de Psicología, 31(3), 1035–1043. https://doi.org/10.6018/analesps.31.3.155201

Castro, C., Díaz, V., & Justel, N. (2021). Modulación del estado de ánimo a través de estímulos musicales activantes. Un diseño experimental con adultos jóvenes. Interdisciplinaria, 38(1), 45-51. https://doi.org/10.16888/interd.2021.38.1.3

Centurion, J. C., Tavares, P., Juliano, G., Torres, V., & Martins, R. M. (2017). Eliciting negative affects using film clips and real-life methods. Psychological Reports, 121(3), 1–21. https://doi.org/10.1177/0033294117730844

Clickodins. (12 de mayo de 2019). No Copyright Videos 4K/UHD/HD Background, Animations, Loops, Clips, Motion Graphics-Walking People. [Archivo de video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=gF8qWPHmGSw

Durá, N. (2017). Procedimientos de inducción emocional [Tesis de Licenciatura, Universitat Jaume]. https://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/173365

Fan, X., Guo, H., Wu, F., & Shao, S. (2023). Effectiveness evaluation of video evoked target-emotion method. Human-Centered Design and User Experience, 114, 735–744. https://doi.org/10.54941/ahfe1004294

Femat Roldán, G. (18 de mayo de 2024). Neuropsicología: Trail Making Test (TMT): ¿Cómo evaluar la agilidad mental en Monterrey? Neurocenter. https://neuropsicologomonterrey.com/trail-making-test-parte-a-b/

Fernández, C., Pascual, J. C., Soler, J., & Fernández-Abascal, E. G. (2011). Validación española de una batería de películas para inducir emociones. Psicothema, 23(4), 778–785. https://www.psicothema.com/pdf/3956.pdf

Fernández–Aguilar, L., Latorre, J. M., Martínez–Rodrigo, A., Moncho–Bogani, J. V., Ros, L., Latorre, P., Ricarte, J. J., & Fernández–Caballero, A. (2020). Differences between young and older adults in physiological and subjective responses to emotion induction using films. Scientific Reports, 10, s/p. https://doi.org/10.1038/s41598-020-71430-y

Fuentes, N. (2021). Correlatos psicológicos y psicofisiológicos de inducción emocional a través de la música [Tesis de Doctorado, Universitat Jaume I]. https://www.tdx.cat/handle/10803/672486?locale-attribute=es#page=1

García–Estrada, J., Martínez–Fernández, D. E., Pérez–Alcaráz, I., Mondragón–Gomar, C. J., Aguilar–García, I. G., Luquin, S., & Fernández–Quezada, D. (2026). Automated facial emotion recognition system detects altered emotional processing during craving induction in individuals with substance use disorder. Healthcare, 14(10), 1–21. https://doi.org/10.3390/healthcare14101422

García–Palacios, A., & Baños, R. M. (1999). Eficacia de dos procedimientos de inducción del estado de ánimo e influencia de variables moduladoras. Revista de Psicopatología y Psicología Clínica, 4(1), 15–26. https://revistas.uned.es/index.php/RPPC/article/view/3870

González, N., Ortiz, F., González, J. G., Montes, A., & Peña, A. M. (2016). Induction of emotional states in people with disabilities through film clips using brain computer interfaces. IEEE Latin America Transactions, 14(2), 563–568. http://dx.doi.org/10.1109/TLA.2016.7437193

Irrazabal, N., & Tonini, F. (2020). Datos normativos del Sistema Internacional de Imágenes Afectivas (IAPS) en una muestra argentina. Segunda parte. Revista Argentina de Ciencias del Comportamiento, 12(3), 59–81. https://www.redalyc.org/journal/3334/333478448013/html/

Jaime–Díaz, K., González–Serna, G., González–Franco, N., Mújica–Vargas, D., & Fragoso–Díaz, O. (2022). Assessment of fan emotions' induction technique using stimuli from interactive digital products. IEE Latin America Transactions, 20(9), 2162–2171. https://latamt.ieeer9.org/index.php/transactions/article/view/6439/1689

JASP Team (2021). JASP (Version)[Computer software].

Kassas, B., Palma, M. A., & Porter, M. (2022). Happy to take risks: estimating the effect of induced emotions on risk preferences. Journal of Economic Psychology, 91. https://doi.org/10.1016/j.joep.2022.102527

Lang, P. J., Bradley, M. M., &Cuthbert, B. N. (2008). International affective picture system (IAPS): affective ratings of pictures and instruction manual. Technical Report A-8. University of Florida.

Larwood, J. L., & Dingle, G. A. (2022). The effects of emotionally congruent sad music listening in young adults high in rumination. Psychology of Music, 50(1), 218–229. https://doi.org/10.1177/0305735620988793

Medrano, L. A., Flores–Kanter, E., Moretti, L., & Pereno, G. (2016). Effects of induction of positive and negative emotional states on academic self-efficacy beliefs in college students. Psicología Educativa, 22(2), 135–141. https://doi.org/10.1016/j.pse.2015.03.003

Michelini, Y., Acuña, I., & Godoy, J. C. (2015). Características de la experiencia emocional inducida mediante fragmentos de películas en una muestra de jóvenes argentinos. Interdisciplinaria, 32(2), 367-382. https://doi.org/10.16888/interd.2015.32.2.10

Michelini, Y., Acuña, I., & Godoy, J. C. (2016). Emociones, toma de decisiones y consumo de alcohol en jóvenes universitarios. Suma Psicológica, 23(1), 42–50. http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=134245262006

Moya–Higueras, J., March–Llanes, J., Prat, Q., Muñoz–Arroyave, V., & Lavega–Burgués, P. (2023). Traditional sporting games as an emotional induction procedure. Frontiers in Psychology, 13, 1-10. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1082646

Pastor, A., & Bourdin–Kreitz, P. (2026). Comparing episodic memory binding outcomes after emotion induction in virtual reality. Virtual Reality, 30(108), 1–14. https://doi.org/10.1007/s10055-026-01364-9

Pavic, K., Chaby, L., Gricourt, T., & Vergilino–Perez, D. (2023). Feeling virtually present makes me happier: the influence of immersion, sense of presence, and video contents on positive emotion induction. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 26(4), 238-245. https://doi.org/10.1089/cyber.2022.0245

Rodríguez, J. (2015). La evaluación del alumnado: inducción de estados de ánimo, respuestas emocionales y cognitivas e inteligencia emocional en docentes. [Tesis doctoral, Universidad de Málaga]. http://hdl.handle.net/10630/13583

Rodríguez–Corrales, J., Cabello, R., Gutiérrez–Cobo, M. J., & Fernández–Berrocal, P. (2017). La influencia de las emociones del profesorado no universitario en la evaluación del rendimiento del alumnado. Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado, 31(1), 91–106. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27450136014

Rottenberg, J., Ray, R., & Gross, J. (2007). Emotion elicitation using films. En J. A. Coan y J. J. Allen (Eds), Handbook of emotion elicitation and assessment (9–28). Oxford Academic. https://doi.org/10.1093/oso/9780195169157.003.0002

Sahuquillo, R., Navarro, B., Fernández-Aguilar, L., Ros, L., Sebastiá, E. M., Párraga-Martínez, I., Rojas-Bartolome, L., Feria-Vilar, I., & Latorre, J.M. (2026). Mood induction in older adults in Alzheimer´s disease: Emotional reactivity using film clips. Emotions, 24(4), 962–977. https://doi.org/10.1037/emo0001640

Sanz, J. (2001). Un instrumento para evaluar la eficacia de los procedimientos de inducción de estado de ánimo: la escala de valoración del estado de ánimo (EVEA). Análisis y Modificación de Conducta, 27(111), 71–110. https://docta.ucm.es/entities/publication/8412089a-a354-4e57-8e1e-04ba53c9720d

Sanz, J., Gutiérrez, S., & García–Vera, M. P. (2014). Propiedades psicométricas de la escala de valoración del estado de ánimo (EVEA): una revisión. Ansiedad y Estrés, 20(1), 27–49. http://www.ansiedadyestres.org/content/vol-20_1-pp-27-49-2014

Serrano-Ibáñez, E., Cóndor, M., Marcos, E., Ramírez-Maestre, C., López-Martínez, A., & Esteve, R. (2022). El papel de las emociones en el patrón de secuenciación de actividades: un estudio experimental. Anales de Psicología, 38(3), 546–554. https://dx.doi.org/10.6018/analesps.502021

Trentini, E., & Dan–Glauser, E. (2025). Maladaptive personality and the efficiency of response-focused emotion regulation strategies: a study on suppression and acceptance. BMC Psychology, 13(586), 1–25. https://doi.org/10.1186/s40359-025-02873-z

Universidad Autónoma de Madrid. (s/a). TFV: Test de Fluidez Verbal [Archivo PDF]. https://www.uam.es/uam/media/doc/1606886405512/tfv.pdf

Vázquez-Arias, M., & Padrós-Blázquez, F. (en prensa). La Escala de Valoración del Estado de Ánimo (EVEA) en población mexicana: La EVEA en población mexicana. Psicodebate.

Völker, J. (2019). Personalising music for more effective mood induction: exploring activation, underlying mechanisms, emotional intelligence, and motive in mood regulation. Musicae Scientiae, 25(04), 1–19. https://doi.org/10.1177/1029864919876315

Westermann, R., Spies, K., & Stahl, G. (1996). Relative effectiveness and validity of mood induction procedures: a meta-analysis. European Journal of Social Psychology, 26(4), 557–580. https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-0992(199607)26:4%3C557::AID-EJSP769%3E3.0.CO;2-4

Yang, P., Liu, N., Liu, X., Shu, Y., Ji, W., Ren, Z., Sheng, J., Yu, M., Yi, R., Zhang, D., & Liu, Y. J. (2024). A multimodal dataset for mixed emotion recognition. Scientific Data, 11(847), 1–14. https://doi.org/10.1038/s41597-024-03676-4

Yin, J., Goh, TT., & Hu, Y. (2024). Interactions with educational chatbots: the impact of induced emotions and students' learning motivation. International Journal of Educational Technology in Higher Education, 21(47), 1–23. https://doi.org/10.1186/s41239-024-00480-3

Zempelin, S., Sejunaite, K., Lanza, C., & Riepe, M. W. (2021). Emotion induction in young and old persons on watching movie segments: facial expressions reflect subjective ratings. PLoS ONE, 16(6),1–16. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0253378