



## El uso de reproductores portátiles de música ayuda a reducir nuestro espacio personal

Ana Tajadura-Jiménez<sup>a,b</sup>, Galini Pantelidou<sup>a</sup>, Pawel Rebacz<sup>b</sup>, Daniel Västfjäll<sup>c</sup> y Manos Tsakiris<sup>a</sup>

<sup>a</sup> Department of Psychology, Royal Holloway, University of London, Reino Unido

<sup>b</sup> Department of Psychology, Goldsmiths, University of London, Reino Unido

<sup>c</sup> Division of Applied Acoustics, Chalmers University of Technology, Suecia

Tipo de artículo: Actualidad.

Disciplinas: Psicología.

Etiquetas: espacio personal, distancia interpersonal, emoción, música.

*¿Cuánto se nos puede acercar un extraño antes de que empecemos a sentirnos incómodos? De acuerdo con un reciente estudio de nuestro grupo, usar auriculares para escuchar música que induce emociones positivas puede reducir los límites de nuestro espacio personal, ese espacio que rodea nuestro cuerpo y que sentimos como “nuestro”, y así hacer más tolerable el que otros invadan este espacio. Los resultados de este estudio revelan el beneficio que conlleva usar reproductores portátiles de música en situaciones de aglomeración de gente como, por ejemplo, al usar el transporte público en grandes ciudades.*



(c) Ana Tajadura. Todos los derechos reservados.

La mayoría de las personas se sienten incómodas cuando la distancia que guardan con un desconocido es menor que la longitud de su brazo (Longo y Lourenco, 2007). Sin embargo, aquéllos que vivimos en grandes ciudades y a diario usamos el transporte público estamos acostumbrados a que se invada nuestro “espacio personal”. Por ejemplo, a veces al viajar en un autobús o un vagón de metro abarrotado, uno tiene tan cerca a los otros viajeros que no es raro que le claven un codo en la espalda o incluso sentir en el cuello su respiración.

El espacio personal se puede definir como la zona que rodea inmediatamente a nuestro cuerpo, una zona con la que mantenemos fuertes lazos emocionales, que sentimos como “nuestro espacio” (Sommer, 1959), y que otros no pueden invadir sin hacernos sentir incómodos (Hayduk, 1983). Se suele considerar que este espacio sólo cobra importancia

cuando interactuamos con otros, varía entre culturas (Hall, 1966), y también varía constantemente de acuerdo con el contexto (Hayduk, 1983) y con nuestro estado emocional (Levenson, 1994).

Hoy en día el uso de reproductores portátiles de música está tan extendido que muchas personas los usan a diario, y a menudo cuando se desplazan de un lugar a otro mientras interactúan con otros transeúntes (de hecho, la intención de SONY cuando lanzó al mercado el primer Walkman fue la de hacer los viajes en transporte público más tolerables; Hormby, 2006). Recientemente, nuestro equipo de investigación ha llevado a cabo un estudio para analizar el efecto que puede tener en el espacio interpersonal el uso de los reproductores portátiles de música, basándonos en el hecho de que (1) la música puede evocar un amplio rango de respuestas emocionales (Juslin y Sloboda, 2001) y que (2) el espacio personal varía con nuestro estado emocional (Levenson, 1994).

En este estudio, en el que participaron 70 jóvenes, se evaluó el efecto de la valencia emocional de la música (positiva o negativa) y su fuente (externa o integrada: altavoces o auriculares) en el espacio personal de los participantes, durante la aproximación pasiva o activa del participante a una persona desconocida (un experimentador). El espacio personal se definió concretamente en la investigación como la mínima distancia entre el participante y el experimentador con la que el participante se sentía cómodo, es decir, no sentía invadido su espacio personal.

En un primer experimento, en una de las condiciones experimentales se pidió al participante que caminara de frente hacia el experimentador (un hombre o mujer desconocido para el participante) y parara de caminar en el momento en que considerara incómoda la distancia interpersonal (condición de aproximación activa). En otra condición, el experimentador era el encargado de caminar hacia el participante hasta que éste indicara sentirse incómodo (condición de aproximación pasiva). Estas dos condiciones se repitieron varias veces: un tercio de las veces con el participante escuchando música que produce respuestas emocionales positivas (música positiva), otro tercio de las veces con música que produce respuestas emocionales negativas (música negativa), y el resto de las veces en silencio, con el participante llevando auriculares en todo momento. Las piezas de música usadas eran de tipo instrumental y desconocidas por los participantes. Al final del experimento se pidió a los participantes que escucharan de nuevo las piezas de música y evaluaran su respuesta emocional al escuchar estas piezas. En un segundo experimento, se comparó el efecto de escuchar música positiva o negativa a través de auriculares con el producido al escucharla a través de altavoces, durante condiciones de aproximación pasiva.

Los resultados de estos dos experimentos evidenciaron que cuanto más positivamente era evaluada la música por los participantes, menor era el tamaño del espacio personal. Este efecto se vio modulado por las condiciones de aproximación y si la música se escuchaba mediante auriculares o altavoces. Escuchar música positiva en comparación con negativa a través de auriculares resultó en una reducción de unos 12 centímetros del espacio personal durante la interacción con un extraño aproximándose al participante. En cambio, el tipo de música (positiva o negativa) no influyó significativamente en el tamaño del espacio personal cuando el participante se aproximaba al extraño. Finalmente, en comparación con una situación de ausencia de música, escuchar música positiva a través de una fuente integrada (auriculares) redujo el espacio personal en unos 6 cm, mientras que escuchar música negativa a través de una fuente externa (altavoces) expandió el espacio personal en aproximadamente 10 cm.

Estos resultados proporcionan la primera evidencia empírica de la relación existente entre el estado emocional que resulta de escuchar música y el espacio personal al interactuar con extraños. Escuchar a través de altavoces música que induce en nosotros emociones negativas expande los márgenes de nuestro espacio personal. Por el contrario, escuchar a través de auriculares música que induce en nosotros emociones positivas reduce los márgenes de nuestro espacio personal. Este espacio “encoge”, y así permitimos con más agrado que otras personas se acerquen a nosotros. Estos resultados revelan el beneficio de usar reproductores personales de música en situaciones de aglomeración, en las que hay pocas posibilidades de movilidad y el espacio personal se ve comprometido.

Por lo tanto, la próxima vez que vayas a subirte a un vagón de metro en hora punta, ponte los auriculares, enciende tu reproductor de música con tu canción favorita y ayudarás así a aliviar tus temores a sentir tu espacio personal invadido.

## Referencias

Hall, E. T. (1966). *The Hidden Dimension*. New York: Doubleday.

Hayduk, L. A. (1983). Personal space: Where we now stand. *Psychological Bulletin*, 94, 293–335.

Hornby, T. (15 Septiembre 2006). The Story behind the Sony Walkman. Low End Mac. Recuperado de: <http://lowendmac.com/orchard/06/sony-walkman-origin.html>.

Juslin, P. N., y Sloboda, J. A. (2001). *Music and Emotion: Theory and Research*. New York: Oxford University Press.

Levenson, R. W. (1994). Human emotions: A functional view. En: Ekman, P. y Davidson, R. J. (Eds). *The Nature of Emotion: Fundamental Questions*. New York: Oxford University Press. pp 123–126.

Longo, M. R., y Lourenco, S. F. (2007). Space perception and body morphology: Extent of near space scales with arm length. *Experimental Brain Research*, 177, 285–290.

Sommer, R. (1959). Studies in personal space. *Sociometry*, 22, 247–260.

Tajadura-Jiménez, A., Pantelidou, G., Rebacz, P., Västfjäll, D. y Tsakiris, M. (2011). I-Space: The effects of emotional valence and source of music on interpersonal distance. *PLoS ONE*, 6(10): e26083.

Manuscrito recibido el 28 de enero de 2012.

Aceptado el 11 de marzo de 2012.