

# Sebastián SÁNCHEZ CASTILLO\*

Valores morales, empatía e identificación con los personajes de ficción. El universo representativo de "Cuéntame cómo pasó" (TVE)  
*Moral Values, Empathy and Identification with Fictional Characters: The Representative Universe at "Cuéntame cómo pasó" (TVE)*

## Resumen

En la presente investigación se muestran los resultados de un estudio de base experimental sobre el análisis de los valores morales presentes en la serie emitida por Televisión Española "Cuéntame cómo pasó". La discusión se centra en los valores morales como el aspecto nuclear de este constructo audiovisual, en especial en su posible correlación con la identificación de los personajes y la empatía ficcional del formato. En el estudio participaron 47 estudiantes universitarios y 36 personas de más edad, quienes fueron sometidos a unos cuestionarios analíticos anteriores y posteriores al visionado de dos capítulos de la serie televisiva. Tras la aplicación pre-test y post-test de la Escala de Comportamientos Morales Controvertidos, y las escalas EDI (Identificación con los personajes de relatos audiovisuales de ficción) e IRI (Interpersonal Reactivity Index), se revela que aunque el sexo y la edad no son factores explicativos, el visionado del capítulo de ficción es capaz de provocar un cambio en la escala moral en los sujetos.

## Palabras clave

Valores morales; televisión; sociología; problemas sociales.

## Sumario

1. Introducción. 1.1 Valores morales y ficción televisiva. 1.2 La empatía afectiva como constructo audiovisual. 1.3 Identificación con los personajes. 2. Objeto e hipótesis de estudio. 3. Métodos estadísticos. 3.1 Sujetos, diseño y procedimiento. 3.2 Variables e instrumentos. 3.3 La ficción objeto de estudio. 4. Resultados. 4.1 Prueba t de Student para muestras relacionadas. Comportamientos Morales pre-test y post-test. 4.2. Dependencia entre el sexo y los valores morales pre-test y post-test. 4.3 La empatía y la identificación como codificadores de la escala de comportamientos morales. Grado de covariación. 4.4 La edad como variable criterio frente a la moral, empatía e identificación como explicativas. 5. Conclusiones y discusión. 6. Bibliografía. 7. Anexos. Tablas.

## Abstract

The present paper contributes the results of an experimental base study on the analysis of the moral values present in "Cuéntame cómo pasó", a TV series broadcast by public Spanish TV channel TVE-1. Discussion focuses on moral values as the core issue in this audiovisual construct, particularly as they are likely to be related to the format's characters and fictional empathy. 47 undergraduates and 36 older individuals took part in the study, thus being asked to fill in analytical questionnaires both before and after watching some chapters of this TV series. The application of the pre- and post-test in the Morally Debatable Behaviours Scale as well as the Scales of Identification and Empathy with Fictional Characters (EDI) and Interpersonal Reactivity Index (IRI) reveals that, although gender and age are not explanatory factors, chapter viewing can lead to substantial changes in the viewers' moral scale.

## Keywords

Moral values; television; sociology; social problems.

## Summary

1. Introduction 1.1 Moral values and television fiction. 1.2 Affective empathy as an audiovisual construct. 1.3 Identification with characters. 2. Object of study and hypotheses. 3. Statistical methods. 3.1 Sample, design and procedure. 3.2 Variables and instruments. 3.3 The studied fiction. 4. Results. 4.1 Student's t-test for related samples. 4.2 Dependence between gender, and pre- and post-test moral values. 4.3 Empathy and identification as codifiers of the moral behaviour scale; degree of covariance. 4.4 Age as a criterion variable vs. morals, empathy and identification as explicative variables. 5. Conclusions and discussion. 6. Bibliography. 7. Appendix. Tables.

## 1. Introducción

Uno de los temas que más preocupa a educadores, padres y programadores de televisión en general, es la violencia que se presenta en los medios, y en general cómo estos influyen en los valores morales y sociales de la población. Varias investigaciones de carácter experimental ya han incidido en este aspecto, Wartella & Reeves (1987) y Viemero (1986). En concreto sobre las muestras violentas, en la mayor parte de los estudios realizados hay una correlación positiva entre la violencia de ficción y la conducta agresiva del televidente, sin embargo, otros estudios muestran que no hay una relación importante entre ambas variables. A priori, se desprende que no hay una conclusión clara y sistemática sobre los posibles efectos causados por la violencia de la televisión en la conducta agresiva (Wiiio, 1994).

Diversas teorías se centran en la fuente, concediendo una gran influencia por parte de los medios. Los enfoques «marxistas» y las teorías «críticas» con sus tres variantes: la teoría «político-económica», la teoría hegemónica (Poulantzas, 1975; Althusser, 1971), y la Escuela de Frankfurt (Adorno, Horkheimer); esta última ha influido en el enfoque «culturalista» de la «Escuela de Birmingham». Hoy día los «estudios culturales» provienen de influencias marxistas, la semiótica, el post-estructuralismo y la etnografía. De la misma forma la teoría «funcional» de los medios masivos, el «difusionismo», las teorías del «control social» y de la «formación de conciencia» y la del «efecto directo» presuponen una gran influencia por parte de los medios (De Toda, 1998).

Teorías posteriores sobre los efectos («hipodérmica» y «persuasiva»), derivadas de la teoría anterior del «efecto directo», aseguran lo vulnerable que es el receptor, quien reacciona casi automáticamente ante la fuente. Sin embargo el modelo «estímulo-respuesta» (E-R) acepta algo de interacción entre medios y receptor, dándole a éste algo de elección. Los estudios sobre el pánico, los desórdenes y el terrorismo también han mostrado el «efecto contagio» (Phillips, 1980). Finalmente muchas de las teorías centradas en el contenido dan también mucha importancia a la fuente, al enfatizar el poder de los medios, por ejemplo la «lingüística estructuralista» y la «semiología», o la ciencia general de los signos.

Sin embargo, numerosas investigaciones, realizadas entre el

final de los años 1930 hasta las del comienzo de los 1960, llegaron a la conclusión de que la «comunicación masiva» no es una causa necesaria y suficiente de los efectos en la audiencia, sino que más bien funciona a través de un «conglomerado de factores mediadores» (Klapper, 1960: 8).

## 1.1 Valores morales y ficción televisiva

Aunque las investigaciones que han abordado los efectos mediáticos no presentan conclusiones definitivas en cuán grande es el impacto moral y social de los medios masivos, todos están de acuerdo en que al menos tal impacto es a veces negativo. Cada escuela propone diferentes formas de regular los medios, por lo tanto se puede considerar que los medios masivos gozan de un nivel excepcional de libertad y autonomía. Esa libertad es un elemento vital en una sociedad democrática, una salvaguarda teórica de los derechos humanos en una sociedad civil. Ciertamente este estatus especial constitucional de los medios y su libertad deben ser respetados y defendidos. Pero los medios masivos acarrear deberes y responsabilidades, que reclaman una regulación normativa, como parte de la esfera de la ecología cultural. Así, «las teorías «normativas» especialmente las que indican «cómo deben ser los «medios», han favorecido este planteamiento» (De Toda, 1998: 169).

1. Los «dilemas morales» son relatos de situaciones ficticias o reales, que presentan un conflicto de valores y la necesidad de tomar una decisión ante él. Con el complemento de una serie de preguntas sobre los mismos fueron utilizados por Lawrence Kohlberg (1992) como un medio para evaluar la capacidad de razonamiento moral de individuos de diferentes edades, clases y culturas (Linde, 2008: 52).

Desde la filosofía moral se han planteado unos conceptos, procedimientos y métodos que pueden aplicarse a los contenidos de los media, en especial en la televisión. Uno de esos procedimientos es el de «dilemas morales»<sup>1</sup>.

La idea fundamental que se defiende es que el trabajo con dilemas morales reales, extraídos de contenidos televisivos, es una vía valiosa y no adoctrinante de educación ciudadana, por cuanto ayuda a estimular por ejemplo a los estudiantes el hábito de deliberar para elegir correctamente, considerando los principios y criterios éticos, los valores más universales de nuestra cultura, las normas profesionales y las circunstancias contextuales de cada problema moral presentado (Linde, 2008).

En una primera etapa hace más de una década, la ficción televisiva irrumpió de forma inesperada con un éxito sin precedentes en series con el protagonismo familiar como

núcleo de la trama, fiel reflejo de una regresión de costumbres que se materializaron en “Médico de Familia” (Tele 5) y “Cuéntame cómo pasó” (TVE).

Años más tardes reapareció un nuevo realismo moral, inoculando los nuevos valores morales de la modernidad. Estos valores morales constituyeron el nuevo marco de referencia que vivieron los espectadores de ficción. En casi la totalidad de las tramas creadas para la ficción española de los últimos años, es posible comprobar una evolución que transcurre desde una narrativa conservadora y de consenso a la narrativa individualista e incorrecta socialmente, donde han adquirido protagonismo “los personajes complejos, alternativos, desinhibidos o catárticos” (García, 2008: 153). En la actualidad el paradigma resulta ser la desestructuración en “Aquí no hay quién viva” (Antena 3) y “Aída” (Tele 5).

Para valorar las series de ficción es necesario identificar los conflictos y los desenlaces. Los primeros son necesarios para la existencia del drama y la acción, que son la clave de la ficción, y que en general sirven para desarrollar conflictos morales. Lo relevante es averiguar cómo se resuelven, ya que ahí se pone de manifiesto la idea del hombre y de la sociedad implícita en la serie (Thornham y Purvis, 2005). Será importante descubrir los referentes morales o los personajes que los encarnan, para ayudar a formar criterios permanentes y válidos en la audiencia, especialmente en los más jóvenes considerando para ello muy adecuado el empleo de la serie “Cuéntame cómo pasó” para establecer el estudio de los valores morales inherentes en su narrativa.

## 1.2 La empatía afectiva como constructo audiovisual

La empatía en el lenguaje audiovisual ha sido estudiada y aplicada como variable predictoria en distintas investigaciones, aunque en la actualidad no existe ningún instrumento eficaz para la medición de la empatía disposicional y mucho menos adaptado al ámbito español. En distintas investigaciones internacionales se han utilizado varias escalas para la medición de la empatía desarrollados sobre la base de un modelo teórico, como por ejemplo el Hogan Empathy Scale HES, (Hogan, 1969), el Questionnaire Measure of Emotional Empathy QMEE, (Mehrabian y Epstein, 1972) y el Interpersonal Reactivity Index IRI, (Davis, 1980). El QMEE fue desarrollado como una medida de empatía emocional y el

2. La adaptación de la escala IRI al español ha sido abordada por Pérez-Albéniz (et al, 2003), mostrando tras los análisis realizados que, la versión del IRI traducida y adaptada al español

funciona de manera adecuada.

*HES* puede ser considerado como una medida más cognitiva (Cliffordson, 2001). Que la empatía debe ser un conjunto de constructos y no una realidad unidimensional fue asumido por Davis (1980, 1983, 1996), algo que le sirvió para el diseño de la escala IRI, el Interpersonal Reactivity Index<sup>2</sup>, instrumento de medida consolidado y considerado investigación adecuado para la presente investigación.

Desde el punto de vista de la recepción, la empatía es un rasgo de personalidad o una habilidad personal, que puede ejercer una incidencia directa en el impacto de los contenidos de entretenimiento mediático, como los largometrajes de ficción (Igartua, *et al*, 2009:6). Ha sido definida como "una habilidad social que permite a la persona anticiparse a lo que otras personas piensan y sienten, para poder comprender y experimentar su propio punto de vista" (Gómez, 2006, p. 353).

El mismo Davis (1980) define la empatía como un constructo multidimensional compuesto por los siguientes elementos: a) fantasía, la tendencia del individuo a identificarse con personajes de libros, películas y juegos; b) toma de perspectiva, la tendencia o habilidad para adoptar la perspectiva o el punto de vista de otra persona; c) preocupación empática, tendencia a experimentar sentimientos de compasión y preocupación, sobre todo por aquellos que sufren consecuencias negativas; y, d) angustia personal, tendencia a experimentar sentimientos de disconformidad y ansiedad cuando se es testigo de las experiencias negativas de otros (Gómez, 2006), en (Igartua, *et al*, 2009:7).

La empatía es un importante constructo en la investigación sobre entretenimiento mediático (Nathanson, 2003), en particular en su dimensión relacionada con la capacidad de fantasear, que mide la implicación con la ficción, convirtiéndose en la principal dimensión en relación con el impacto de los personajes mediáticos en el contexto de la narración mediática (Igartua, *et al*, 2009:10). Por otro lado, Zillmann (2006) considera que las reacciones empáticas que se establecen con los protagonistas de las ficciones audiovisuales, son un componente fundamental para comprender el proceso de recepción de los contenidos de entretenimiento mediático y explicar el disfrute e impacto afectivo provocado durante la exposición a los mismos<sup>3</sup>.

La observación desde la perspectiva de "tercera persona"

3. En este sentido, Davis *et al*. (1987) encontraron que cuando a personas con alta capacidad empática se les daban instrucciones de observar objetivamente "trata de observar cuidadosamente la conducta de los personajes" una serie de escenas ensambladas (de 15 minutos de duración) de películas

dramáticas (Virginia Wolf y Brian's Song), se inducían respuestas emocionales de menor intensidad.

4. Sin embargo, un problema vinculado con el estudio de Davis et al. (1987) es haber trabajado exclusivamente con segmentos cinematográficos, por lo que convendría contrastar el impacto de la empatía ante situaciones de visionado de obras fílmicas completas, y con ello incrementar la validez externa (Igartua, et al, 2009:10).

5. Averiguar la conexión entre la empatía como rasgo de personalidad y la identificación con los personajes, ha sido el objeto de dos recientes investigaciones empíricas (Calvert et al., 2006; Chory-Assad y Cicchirillo, 2005).

provoca reacciones emocionales positivas y de compasión. En cambio, instruir a dichas personas a observar empáticamente la narración ("trata de visualizar cómo se sienten los personajes, concéntrate en su experiencia, identifícate con los personajes") producía fundamentalmente una reacción emocional negativa; es decir que, al empatizar o compartir con los protagonistas la situación dramática que se retrataba en las escenas de la película, los participantes experimentaban reacciones afectivas negativas congruentes con el contenido de la misma (Igartua, et al, 2009:11). En definitiva, la empatía puede influir en las reacciones fílmicas de los participantes<sup>4</sup>.

También, diversas investigaciones sobre identificación con los personajes de ficción han tratado de analizar los factores antecedentes de la misma, es decir, cuáles son las variables que predicen una mayor identificación. De esa forma se ha aceptado que los factores relacionados con el diseño de los personajes, su introducción en las narraciones y el contexto de la recepción, tienen una incidencia directa en el grado con el que los espectadores experimentan la identificación con los personajes de obras de ficción (Cohen, 2001, 2006; Hoffner y Cantor, 1991).

Por otra parte, es necesario indicar que las características de personalidad de los individuos, pueden ejercer un efecto significativo en la identificación con los personajes<sup>5</sup>, en especial con la empatía (como rasgo de personalidad), el conocimiento previo con las situaciones y/o personajes, las expectativas hacia los mismos, y factores evolutivos (Calvert, Murray y Conger, 2004; Calvert, Strouse y Murray, 2006; Chory-Assad y Cicchirillo, 2005).

En las investigaciones citadas, se ha contrastado que la capacidad para ponerse en el lugar de otras personas en la vida cotidiana, se convierte en un prerrequisito para experimentar una mayor implicación con los personajes de la ficción y disfrutar más de la narración de ficción (Igartua, et al, 2009:7). Sin embargo, hasta la fecha sigue siendo muy limitada la investigación sobre la relación entre empatía (como rasgo de personalidad) y los comportamientos morales. Por otro lado, aún no se han desarrollado investigaciones sobre el poder predictivo de la empatía y la identificación con los personajes, para explicar la posible modificación de los comportamientos morales provocado por la exposición a narraciones audiovisuales de ficción.

### 1.3 Identificación con los personajes

La identificación con los personajes de ficción, ya sean audiovisuales o escritos, puede ser considerada como una experiencia cotidiana con la que el espectador puede sufrir estados alterados de conciencia de intensidad (Cohen, 2001: 252). En este contexto, se ha propuesto que la recepción empática que supone la identificación con los personajes protagonistas constituye uno de los mecanismos principales para explicar los efectos del entretenimiento mediático (De Wied *et al*, 2004; Igartua, Páez, 1997a, 1997b y 1998; Zillmann 1991, 1994). Los medios, y en concreto la televisión tienen importancia porque implícita y explícitamente tratan de aspectos socio-morales que afectan y explican el desarrollo de los valores, así como algunas identificaciones con determinados personajes, estilos relacionales, concepciones de vida, estereotipos, prejuicios, etc, (Medrano y Aierbe, 2008 :55).

Bajo postulados psicoanalíticos la identificación con los personajes fue utilizado como método explicativo para conceptos de recepción artística (Freud 1985; Paraíso 1994). Posteriormente, y basándose en las claves psicoanalistas, en la investigación cinematográfica se implantó una separación conceptual entre la identificación primaria y la secundaria (Zillmann 1994; Zunzunegui 1989; Igartua 2008; Metz 1982).

La identificación primaria es la que lleva a cabo el espectador con la cámara cinematográfica, de modo que el sujeto se identifica a sí mismo en cuanto a la mirada. La identificación secundaria se corresponde con la identificación con tal o cual personaje de la ficción cinematográfica; este tipo de identificación "es susceptible de circular de un personaje a otro a lo largo de un film, interviniendo en su rotación las diversas técnicas de *découpage* –selección progresiva de puntos de vista–, el juego de la escala de planos, las angulaciones y, sobre todo, las miradas de los actores, que juegan un papel fundamental" (Zunzunegui, 1989:152).

A partir de estas propuestas, las investigaciones sobre los procesos psicológicos de las narraciones audiovisuales y escritas, aceptan que la identificación con los personajes allí

representados son un constructo central en la comprensión de los efectos de las obras de entretenimiento mediático, evidentemente dentro de su amplia representatividad tipológica (De Wied 1994; Cohen 2001 y 2006; Basil 1996; Hoffner 1996; Hoffner y Buchanan 2005; Igartua y Páez 1997<sup>a</sup> y 1997<sup>b</sup>; Zillmann y Cantor 1977; Zillmann 1991 y 1994; Igartua y Muñiz 2008; Nathanson 2003; Oatley 1994 y 1999).

Pero también, y tal como se ha indicado anteriormente, es un constructo multidimensional que comprende entre sus procesos psicológicos la empatía. Además, reconociendo la empatía como una de las dimensiones básicas, la identificación de los personajes comprende otros procesos psicológicos (Cohen 2001 y 2006; Davis et al 1987; Hoffner et al 1991; Konijn y Hoorn 2005; Igartua y Páez 1998; Oatley 1994, 1999 y 2002), como la empatía emocional (*empathic concern*), la empatía cognitiva (*perspective-taking*), la experiencia de volverse el personaje (*become character*) y la pérdida de autoconciencia, así como la atracción personal hacia los personajes, (Basil 1986; Hoffer y Cantor 1991; Hoffner y Buchanan 2005; Hoffner 1996; Igartua y Muñiz 2008:9).

Concretando en la intención de esta investigación, es necesario indicar que la identificación con los personajes se establece como una variable importante y mediadora para explicar algunos de los efectos mediáticos, como el aprendizaje de comportamientos agresivos, el disfrute mediático y el impacto afectivo (Turner y Berkowitz 1972; Davis et al 1987; Hoffner y Cantor 1991; Igartua y Páez 1997; Tannenbaum y Gaer 1965; Zillmann 1991 y 1994)<sup>6</sup>.

Para el presente estudio se empleó la escala *EDI* (Identificación con los personajes de relatos audiovisuales de ficción), que está compuesta por 17 ítems que hacen alusión a las dimensiones de: empatía cognitiva (ejemplo de ítem: "he intentado ver las cosas desde el punto de vista de los protagonistas"), empatía emocional (ejemplo de ítem: "yo mismo he experimentado las reacciones emocionales"), atracción hacia los personajes (ejemplo de ítem: "me ha gustado la forma de ser o de actuar de los protagonistas"), y la sensación de volverse el personaje o *melding* (ejemplo ítem: "me he sentido como si yo fuera uno de los protagonistas"). Es necesario indicar, tal y como señala Cohen (2001) que la atracción hacia los personajes no es un componente básico de la identificación con los personajes, aunque se relacione con esta. En la línea opuesta, otros autores (Hoffner y Cantor, 1991; Slater y Rouner, 2002; Slater,

6. Con respecto a la relación entre identificación con los personajes y disfrute estético, Cohen ha sugerido que dado que la empatía es un componente central de la identificación con los personajes, es probable que una mayor identificación con los protagonistas conduzca a un mayor disfrute de los mensajes (Cohen 2001). En el estudio desarrollado por de Wied, Zillmann y Ordman (De Wied et al 1994), en el que se controló la influencia de la variable sexo, se observó una correlación parcial positiva entre el grado de tristeza empática experimentada durante el visionado de la película *Magnolias de acero* (Herbert Ross, 1989) y el grado de disfrute provocado por la misma ( $r$  parcial= 0.32,  $p < 0.001$ ,  $N=99$ ). Por su parte, Igartua y Páez observaron que el disfrute provocado por el visionado de largometrajes de la Guerra Civil Española se asociaba a una mayor identificación con los personajes protagonistas de los mismos ( $r=0.48$ ,  $p < 0.001$ ,  $n=85$ ) en (Igartua y Páez 1997<sup>b</sup>; Igartua y Muñiz 2008: 11).



Rouner y Long, 2006) señalan tesis opuestas. Así mismo, Hoffner y Buchanan (2005) observaron que a la percepción de similaridad con los personajes (que constituye una de las dimensiones de la atracción hacia los mismos) precedía el grado de identificación, observándose una fuerte asociación entre dichas variables. También los mismos autores, en el marco de los estudios sobre recepción audiovisual obtuvieron pruebas de que las audiencias establecen relaciones con los personajes de la ficción (por ejemplo, admiración o imitación) que pueden llevarles a cambiar actitudes, valores, aspiraciones o creencias morales.

## **2. Objeto e hipótesis de estudio**

Esta investigación tiene como objetivo principal comprobar si el visionado de los capítulos de ficción considerados provoca un cambio sustancial en la escala moral de los sujetos. En este contexto, se pretende también analizar el poder explicativo de la escala de moral en comparación con la identificación de los personajes y con la capacidad empática de los observadores.

En este contexto experimental, y tomando como referencia las investigaciones previas citadas respecto al impacto de procesos mediadores, se estableció las siguientes hipótesis:

H1: Los sujetos expuestos a los capítulos de la serie de ficción mostraran cambios en su escala moral con respecto a la revelada con anterioridad al visionado.

H2: El grado con el que la escala de valores morales se ve modificada tras el visionado de la ficción, tendrá una correlación positiva con el grado de empatía y de identificación de los personajes.

H3: El sexo y la edad son variables explicativas de la vinculación de la escala de comportamientos morales, la empatía y la identificación con los personajes de ficción.

## **3. Métodos estadísticos**

### **3.1 Sujetos, diseño y procedimiento**

7. En este tipo de investigaciones lo verdaderamente relevante no es cómo se ha efectuado la selección de la muestra, sino el análisis de la relación entre variables que dan lugar a procesos mediáticos de diversa naturaleza: la preocupación fundamental no es la inferencia poblacional, sino la inferencia sobre procesos causales. Por ello, en gran parte de las investigaciones que utiliza el cuestionario en comunicación como herramienta de recogida de datos se recurre a técnicas de muestreo no probabilísticos, como el uso de muestras de conveniencia, tal como se produjo en la presente investigación (Baxter y Babbie, 2004).

8. La tolerancia de los comportamientos oralmente controvertidos pueden estar referidos a tres grandes aspectos, desde la perspectiva del instrumento utilizado (Escala de Comportamientos Morales Controvertidos), denominados: Sexualidad, Legalidad y honorabilidad

En la investigación participaron de forma voluntaria personas de distinta edad que eran conocedoras con anterioridad de la serie de ficción, algunas de las cuales eran coetáneas a la cronología en el que la serie es ficcionada. Por una parte, 47 estudiantes universitarios de Comunicación Audiovisual (04/04/2011), y además 36 personas de más edad del Centro Social "Plaza de Pueblo" en la localidad valenciana de Paterna (08/04/2011) fueron sometidos a unos cuestionarios analíticos anteriores y posteriores al visionado de la serie televisiva. Según la muestra de conveniencia<sup>7</sup> (Igartua 2006) en total 83 fueron personas (M.edad=41,96 años, rango 22-73 años; 43.3% mujeres, n=39).

En concreto, antes del visionado realizaron el cuestionario pre-test referente a la Escala de Comportamientos Morales Controvertidos y la escala IRI (Interpersonal Reactivity Index) de empatía personal. Tras el visionado de dos capítulos de la serie de televisión, cumplimentaron el cuestionario sobre valores morales post-test y el de la escala EDI (Identificación con los personajes de relatos audiovisuales de ficción). Los dos capítulos propuestos son; el capítulo 110 de la séptima temporada "La parcelita", y el capítulo 206 de la duodécima temporada, "Un cuerno al año no hace daño".

### 3.2 Variables e instrumentos

Para la toma de datos se realizaron un total de cuatro test con escalas autoaplicadas. En primer lugar se consideró las variables de «edad» (M=41,96; DT=20,49); «sexo» (M= 1,47; DT= 0,502) y «perfil de procedencia» (alumno universitario o socio del centro cultural) (M= 1,43; DT= 0,499).

1. Aspectos morales. La escala de Comportamientos Morales Controvertidos (The Morally Debatable Behaviors Escale) de Harding y Phillips (1986) está formada por 22 ítems, y en cada ítem el sujeto debía indicar en qué medida se sintió identificado personalmente con el aspecto moral señalado, en una escala Likert de 5 puntos (1=nunca aceptable, 2=aceptable en pocas ocasiones, 3=aceptable en varias ocasiones, 4=aceptable bastantes veces, 5=aceptable siempre)<sup>8</sup>.

Así, se podría adoptar valores entre 22 (baja importancia

personal e Integridad Personal (Harding & Philips, 1986; Mathiesen, Mora, Chamblás & Navarro, 2004; Robinson, Shaver & Wrightsman, 1991) y poseen una moderada consistencia internacional probada en varios países (Robinson, Shaver & Wrightsman, 1991).

9. El coeficiente Alfa de Cronbach es un modelo de consistencia interna, basado en el promedio de las correlaciones entre los ítems. Entre las ventajas de esta medida se encuentra la posibilidad de evaluar cuánto mejoraría (o empeoraría) la fiabilidad de la prueba si se excluyera un determinado ítem. Los valores entre 0,65 y 0,80 representan una buena consistencia interna.

10. Las escalas Likert presuponen que cada afirmación de la escala es una función lineal de la misma dimensión actitudinal subyacente. Esto significa que todos los ítems de la escala deberán estar correlacionados entre sí y que existirá una correlación positiva entre cada ítem y la puntuación total de la

personal del ejemplo moral) hasta 110 (alta importancia personal del ejemplo moral). El cuestionario para medir los Comportamientos Morales Controvertidos o "CMC" fue cumplimentado antes y después del visionado de la serie obteniéndose datos concluyentes y explicativos a las hipótesis del presente estudio. Los ítems de la escala son los siguientes (no se ha considerado oportuno indicar la media y desviación típica de los resultados pre-test y post-test, ya que lo realmente concluyente es la correlación y grado de dependencia para las muestras relacionadas): (CMC1) «Reclamar beneficios estatales que no corresponden». (CMC2) «No cancelar la tarifa en el transporte público». (CMC3) «Evadir impuesto si hay oportunidad de hacerlo». (CMC 4) «Comprar algo sabiendo que es robado». (CMC 5) «Tomar un vehículo sin permiso». (CMC 6) «Fumar marihuana o hashish». (CMC 7) «Conservar dinero encontrado». (CMC 8) «Mentir por su propio interés». (CMC 9) «Hombres o mujeres casados teniendo aventuras». (CMC 10) «Relaciones sexuales antes de la mayoría de edad». (CMC 11) «Aceptar soborno en el curso de las obligaciones». (CMC 12) «La homosexualidad». (CMC 13) «La prostitución». (CMC 14) «El aborto». (CMC 15) «El divorcio». (CMC 16) «Pelear con la policía». (CMC 17) «La eutanasia». (CMC 18) «El suicidio». (CMC 19) «No informar del daño a un vehículo estacionado». (CMC 20) «Amenazar a trabajadores para que no participen en una huelga». (CMC 21) «Matar en defensa propia». (CMC 22) «Asesinatos a políticos». La consistencia interna es de (Alfa de Cronbach)<sup>9</sup>  $\alpha = 0,655$  pre y  $\alpha = 0,579$  post respectivamente, aceptable aunque un tanto baja.

2. Identificación con los personajes. Como ya se explicó anteriormente, la identificación con los personajes de ficción de la serie se realizó con la escala EDI (Igartua y Páez, 1998) y se aceptó que este es un proceso complejo que indica varios procesos psicológicos (Igartua y Páez, 1998; Eyal y Rubin, 2003; Maccoby y Wilson, 1957; Cohen, 2001; Igartua, 2007; Davis, 1983; Davis, Hull, Young y Warren, 1987; Hoffner y Cantor, 1991; Tannenbaum y Gaer, 1965; Turner y Berkowitz, 1972; Wilson y Cantor, 1985; Zillmann y Cantor, 1977). La escala EDI, tipo Likert<sup>10</sup> de intensidad, está formada por 17 ítems. (1=nada; 5=mucho). Se estableció valores desde 17 (ninguna identificación) hasta 85 (mucho identificación). Dicha escala, que resultó tener una consistencia interna evaluada mediante el coeficiente alpha de Cronbach de  $\alpha = 0,694$  está compuesta por los siguientes ítems: EDI1 «me ha gustado la forma de ser o de actuar de los protagonistas» (Media-

escala. Ello permitirá sumar las puntuaciones obtenidas por cada sujeto ante cada afirmación para formar las puntuaciones total, que representará la actitud hacia el objeto particular (Baxter y Babbie, 2004; Igartua, 2004:281).

11. La Desviación Típica "DT", es la medida de dispersión más utilizada en la investigación cuantitativa en Comunicación. Se obtiene a partir de la diferencia que existe entre cada valor individual y la Media "M" (Igartua, 2008: 293). De forma repetida en la presenta investigación se utilizará la forma abreviada "M" y "DT".

M)=2,40; Desviación Típica-DT)= 0,910)<sup>11</sup>; EDI2 «me he sentido implicado afectivamente con los sentimientos de los protagonistas» (M=2,42; DT= 0,627); EDI3«me he sentido como «si yo fuera uno de los protagonistas» (M=2,46; DT= 0,770); EDI4«he imaginado cómo actuaría yo si me encontrara en el lugar de los protagonistas» (M=2,52; DT= 0,651); EDI5«he intentado observar cuidadosamente cada una de las acciones de los protagonistas» (M=2,51; DT= 0,632); EDI6«pensaba que yo me parecía o era muy similar a los protagonistas» (M=2,53; DT= 0,669); EDI7 «me he sentido preocupado por lo que les sucedía a los protagonistas» (M=2,55; DT= 0,667); EDI8 «he comprendido la forma de actuar, pensar o sentir de los personajes» (M=2,52; DT= 0,669); EDI9 «yo mismo he experimentado las reacciones emocionales de los protagonistas» (M=2,52; DT= 0,669); EDI10 «pensaba que me gustaría parecerme o actuar como los protagonistas» (M=2,37; DT= 0,728); EDI11 «He intentado imaginar los sentimientos, pensamientos y reacciones de los protagonistas» (M=2,47; DT= 0,650); EDI12 «he tenido la impresión de vivir realmente yo la historia de los protagonistas» (M=2,46; DT= 0,704); EDI13 «he entendido los sentimientos o emociones de los protagonistas» (M=2,45; DT= 0,667); EDI14 «me he sentido como "formando parte" de la historia» (M=2,46; DT= 0,686); EDI15 «he sido capaz de anticipar lo que les iba a ocurrir a los protagonistas» (M=2,47; DT= 0,687); EDI16 «he intentado ver las cosas desde el punto de vista de los protagonistas» (M=2,45; DT= 0,685); EDI17 «me he identificado con los protagonistas» (M=2,40; DT= 0,748).

3. Empatía. Los ítems que definen la escala de empatía es la IRI Interpersonal Reactivity Index de Davis (1983), (publicada por Gómez, 2006). Al igual que la escala EDI, se empleó un cuestionario tipo Likert de intensidad, formada por 28 ítems. (1=nada; 5=mucho). Así, se establecieron valores desde 28 (ninguna identificación empática) hasta 140 (mucho identificación empática). Son las siguientes: IRI1 «A veces encuentro difícil ver las cosas desde el punto de vista de otros» (M=2,35; DT= 0,706); IRI2 «En un desacuerdo con otras personas, trato de ver las cosas desde el punto de vista de los demás antes de tomar una decisión» (M=2,33; DT= 0,700); IRI3 «A veces intento entender mejor a mis amigos imaginando cómo ven las cosas desde su perspectiva» (M=2,41; DT= 0,564); IRI4 «Si estoy seguro/a de que tengo la razón en algo, no pierdo mucho tiempo escuchando los argumentos de otras personas» (M=2,36; DT= 0,636); IRI5 «Creo que todas las cuestiones se pueden ver desde dos perspectivas e intento

considerar ambas» (M=2,31; DT= 0,697); IRI6 «Cuando estoy molesto con alguien, generalmente trato de "ponerme en su pellejo" durante un tiempo» (M=2,37; DT= 0,657); IRI7 «Antes de criticar a alguien, intento imaginar cómo me sentiría yo si estuviera en su lugar» (M=2,27; DT= ,798); IRI8 «Con cierta frecuencia sueño despierto y fantaseo sobre cosas que podrían pasarme» (M=2,24; DT= 0,774); IRI9 «Realmente me siento "metido" en los sentimientos de los personajes de una novela» (M=2,23; DT= 0,754); IRI10 «Generalmente soy objetivo cuando veo una película o una obra de teatro y no me suelo meter completamente en ella» (M=2,25; DT= 0,746); IRI11 «Es raro que yo me "meta" mucho en un buen libro o en una película» (M=2,28; DT= 0,738); IRI12 «Después de ver una obra de teatro o una película, me siento como si fuese uno de los protagonistas» (M=2,33; DT= 0,700); IRI13 «Cuando veo una buena película, puedo ponerme muy fácilmente en el lugar del protagonista» (M=2,36; DT= 0,708); IRI14 «Cuando estoy leyendo una novela o historia interesante, imagino cómo me sentiría si me estuviera pasando lo que ocurre en la historia» (M=2,27; DT= 0,717); IRI15 «A menudo tengo sentimientos de compasión y preocupación hacia gente menos afortunada que yo» (M=2,25; DT= 0,730); IRI16 «A veces no me dan mucha lástima otras personas cuando tienen problemas» (M=2,35; DT= ,652); IRI17 «Cuando veo que se aprovechan de alguien, siento necesidad de protegerle» (M=2,28; DT= 0,721); IRI18 «Cuando veo que alguien se hace daño, tiendo a permanecer tranquilo» (M=2,31; DT= 0,643); IRI19 «Las desgracias de otros no suelen angustiarme mucho» (M=2,31; DT= 0,623); IRI20 «Cuando veo que alguien está siendo tratado injustamente, no suelo sentir mucha pena por él» (M=2,34; DT= 0,668); IRI21 «A menudo me conmueven las cosas que veo que pasan» (M=2,39; DT= 0,678); IRI22 «Me describiría como una persona bastante sensible» (M=2,41; DT= 0,681); IRI23 «En situaciones de emergencia, me siento aprensivo e incómodo» (M=2,49; DT= 0,669); IRI24 «A veces me siento indefenso/a cuando estoy en medio de una situación muy emotiva» (M=2,41; DT= 0,681); IRI25 «Me asusta estar en una situación emocional tensa» (M=2,39; DT= 0,730); IRI26 «Generalmente soy bastante efectivo/a afrontando emergencias» (M=2,55; DT= 0,610); IRI27 «Tiendo a perder el control en las emergencias» (M=2,41; DT= 0,663); IRI28 «Cuando veo a alguien en una emergencia que necesita ayuda, pierdo el control» (M=2,47; DT= 0,650). En este caso el coeficiente alpha de Cronbach de consistencia interna de la variable «empatía» quedó fijado en  $\alpha = 0,782$ .

### 3.3 La ficción objeto de estudio

La serie “*Cuéntame cómo pasó*”, está siendo uno de los productos de ficción con más antigüedad en la parrilla de programación de la televisión pública española TVE. Producida por Miguel Ángel Bernabeu, la serie es un camino hacia la Historia recorriendo los senderos de la intrahistoria. De forma sencilla y próxima, lo popular se mezcla con los estamentos políticos y sociales de una alta cultura pasando de puntillas por las tesis que avalan la memoria histórica. Estrenada el 13 de septiembre de 2001, en la actualidad y a través del Canal Internacional de TVE es emitida a EE.UU, Puerto Rico, Argentina y México, entre otros muchos países. En Italia y Portugal las adaptaciones realizadas por la RAI (*Raccontami*, 2006-2008) y RTP (*Conta-me como foi*, 2007-2009) respectivamente, han gozado de un éxito de pantalla sin precedentes.

A lo largo de sus más de 10 años de emisión, ha recibido numerosos premios tanto fuera como dentro de España, como el International Montecarlo Festival (mejor productor internacional a M.A. Bernabeu, 2008), Seoul Drama Awards (mejor director en 2007 y mejor guión en 2006), International Emmy Awards (finalista 2003 y 2005), Premios de la Academia y las Artes de Televisión ATV (de 2001 a 2008 en diferentes nominaciones), Premios Ondas (2002 y 2003), Premio TP de Oro (mejor actriz Ana Duato en 2010), y un largo etcétera. Con un casting<sup>12</sup> perfectamente ajustado, la ficción se inicia en abril de 1968, y traza, a lo largo de los más de 215 capítulos emitidos, un retrato de la España contemporánea a través de las peripecias de una familia de clase media, los Alcántara, que vive día a día la transformación de la España franquista en una democracia moderna..

En los años sesenta España vive una revolución económica que cambia su forma de ser. El turismo y la industrialización hacen que el nivel de vida de millones de españoles mejore sustancialmente. En 1968, los Alcántara son una familia feliz que puede comprar su primer televisor, y en las primeras vacaciones de su vida, ver el mar todo un hito para la gente del interior.

Según fuentes de TVE, “la serie proyecta pequeños y grandes momentos de la historia se cuelan en la vida de los personajes a través de las imágenes de los archivos del NO-DO, el noticiario cinematográfico del franquismo que representa el

12. Imanol Arias en el papel de Antonio Alcántara, y Ana Duato en el de su mujer Mercedes, comparten protagonismo con María Galiana (Herminia) que interpreta a la abuela, y con los hijos Ricardo Gómez (Carlos) y Pablo Rivero (Toni). La primogénita, Inés, ha sido interpretada por dos actrices, Irene Visedo en la primera etapa y Pilar Punzano en la actualidad. La niña Celine Peña da vida a la benjamina, María. El actor Juan Echanove es el hermano de Antonio, Miguel Alcántara, y Ana Arias interpreta a su mujer, Paquita.

13.

[www.rtve.es/television/cuentame/la-serie/](http://www.rtve.es/television/cuentame/la-serie/) (consultado el 02/05/2011).

archivo audiovisual más completo y sistemático de este periodo. El recurso de insertar a los protagonistas en imágenes de acontecimientos históricos, y el uso regular del super-8 son dos de los pilares estilísticos que dan carácter al formato"<sup>13</sup>.

Es necesario indicar que la serie de TV3 *Temps de Silenci*, que comenzó también en 2001, cuyo eje principal era la historia de la posguerra de una familia acomodada de Barcelona, los Dalmau, realizó una interpretación muy negativa del mismo periodo de la España antes y después del yugo del franquismo.

La serie no muestra la realidad social y las labores de ciertos grupos que sufren discriminaciones, tales como las mujeres, los homosexuales y los inmigrantes, sino una imagen de homogeneidad imaginaria con la que el público puede identificarse sin problemas. Y, al tiempo que no se le cansa con "temas para la reflexión", la audiencia va asumiendo en esa representación familiar algo de su subjetividad, de tal manera que su identidad de género, queda movilizada y construida (González, 2008:177).

Sin embargo, tanto las formas románticas del choque generacional que muestra la serie, como la lectura inocua de la dictadura Franco y su posterior proceso democrático han provocado enconadas discusiones, en ocasiones rechazando su posible pátina nostálgica.

Mientras el pasado y el mundo rural está representado por el personaje de la abuela, Herminia, el cambio dentro de la familia está inspirado por los hijos. La mayor, Inés, se rebela contra una sociedad en donde no se autoriza el uso de la píldora anticonceptiva. Tras intentar encontrar su propio camino, Inés tiene que exiliarse en el extranjero por razones políticas, y regresa en el otoño de 1978 para reunirse de nuevo con su familia.

Su hermano Toni, el primer universitario de la familia, trabaja como periodista en el diario 'Pueblo' y representa a la generación que en 1975, hará posible la transición política. Carlos, el pequeño de la familia con ocho años al inicio del drama es el narrador atónito de las peripecias familiares, a las que aporta su peculiar sentido del humor e ingenuidad. La más pequeña, María, nace poco antes de la muerte de Franco.

También, conceptos como el paternalismo muestra una

masculinidad implícita con un resultado devastador, ya que en la serie transcurren todos los elementos de la posmodernidad, como la narración de la historia, la fragmentación del discurso, el anti-ilusionismo, las sincronías, etc, para mostrar una serie de valores que no alientan no ya la continuidad del proyecto ilustrado, sino la más rancia masculinidad: la del hombre del miedo. A pesar del miedo, y más bien gracias a él, construye su identidad, inmadura y frágil (González, 2008).

14. Inspirado por el concepto *ürbe-sexual* este término de cosecha propia pretende reflejar la imagen que algunas ficciones televisivas dan de la mujer contemporánea. Ésta trasciende las funciones de la heroína tradicional: es madre, tiene una carrera profesional impecable, vive su individualidad sin complejos y es muy atractiva. Durante un tiempo, Mercedes encaja en este estereotipo y recuerda a personajes estadounidenses como Sabrina, Mackenzie Allen y Elastigirl (González, 2008: 177).

Tras una supuesta emancipación, Mercedes pasa a convertirse en una auténtica *über-heroína* que no sólo se acerca a las tesis de la superwoman, que en ese momento podía trabajar dentro y fuera de casa, y pasar por innumerables ritos de paso tejidos por el varón, formas perversas de la fantasía masculina y femenina (Martín, 2005), se le hace optar entre dos caminos: su trabajo o su matrimonio que hace aguas, como le explica a su marido, por su éxito laboral. Esto se traduce de forma irremediable en un *conservative nationalist feminism* (Cohen, 2006: 245)<sup>14</sup>.

## 4. Resultados

### 4.1 Prueba *t* de Student para muestras relacionadas. Comportamientos Morales pre-test y post-test

15. Para informar en el texto sobre los resultados de las diversas pruebas de contraste de hipótesis, se han aceptado las normas APA (American

En contestación a la hipótesis 1, y según la correlación existente entre la medida pre-test (n=3893), (M= 46,90, DT= 7,251) y la variable post-test (n=3236), (M=38,99, DT=4,363), para un intervalo de confianza del 95%, se puede apreciar que ambas puntuaciones están asociadas de forma positiva,



*Psychological Association*), que son las referencias más habituales en publicaciones científicas en Comunicación, (grados de libertad=valor  $p <$  nivel de significación bilateral), en (Igartua, 2006: 534).

16. El diagrama de dispersión muestra los valores de dos variables para un conjunto de datos. Los datos se muestran como un conjunto de puntos, cada uno con el valor de una variable que determina la posición en el eje horizontal y el valor de la otra variable determinado por la posición en el eje vertical. Un diagrama de dispersión se llama también gráfico de dispersión.

aunque el resultado es mayor que 0,05 [ $r(10) = 0,046$ ,  $p < 0,678$ ]<sup>15</sup>.

Sin embargo, los resultados de la Prueba de muestras relacionadas con el estadístico  $t$  de Student (8,701) con una significación de ( $p < 0,002$ ) presenta una media de las diferencias relacionadas (7,91) y un error típico de las medias relacionadas (0,910) con ( $n=82$ ) grados de libertad.

Estos datos apuntan, y tal y como se muestra en el diagrama de dispersión<sup>16</sup> del gráfico 1, a que las diferencias entre ambos grupos, aunque de forma compleja y parcial, son estadísticamente significativas [ $t(82) = 8,701$ ,  $p < 0,002$ ], y que el visionado del capítulo de ficción considerado provoca un cambio en la escala moral en los sujetos.

#### **4.2 Dependencia entre el sexo y los valores morales pre-test y post-test**

Mediante la prueba  $t$  de Student para muestras independientes (Independent-sample  $t$ -test) se comprueba el grado de dependencia entre la variable sexo y la Escala de Comportamientos Morales Controvertidos en sus formas pre-test y post-test, es decir aquellos datos obtenidos antes y después al visionado de la serie de ficción.

Se configura la variable independiente o intersujeto (between subjects factor) de forma dicotómica (hombre=1/mujer=2). Como se ha señalado anteriormente, la variable dependiente, de valores morales, tendrá una escala de 5 puntos (1=nunca aceptable, 2=aceptable en pocas ocasiones, 3=aceptable en varias ocasiones, 4=aceptable bastantes veces, 5=aceptable siempre) sobre 22 ítems.

En primer lugar, las mujeres puntuaron más alto en pre-test ( $M=47,38$ ,  $DT=4,794$ ) que los hombres ( $M=46,48$ ,  $DT=8,920$ ). También se puede observar que tras el visionado de la serie siguen siendo las mujeres las que mayor modificación presentan en su escala moral frente al pre-test ( $M=39,33$ ,  $DT=4,403$ ) en comparación a los hombres ( $M=38,68$ ,  $DT=4,355$ ). También se observa que el valor de la  $F$  de Levene no es significativo en ninguna de las variables ( $F=3,028$  y  $0,117$ ), cumpliéndose por ello el supuesto de varianzas iguales u homocedasticidad (Igartua, 2006:549). Sin embargo, con

estos datos se puede concluir que las modificaciones anotadas en la Escala de Comportamientos Morales Controvertidos posteriormente al visionado de la serie no depende de forma estadística del sexo del observador, [ $t(81)=0,677, p<0,501$ ].

Este dato es consustancial a los datos obtenidos con anterioridad del visionado al mostrar también una pobre significación entre el sexo y la Escala de Comportamientos Morales Controvertidos pre-test [ $t(81)=0,567, p<0,573$ ].

### **4.3 La empatía y la identificación como codificadores de la escala de comportamientos morales. Grado de covariación**

La realización del análisis bivariable mediante el coeficiente de Pearson ( $r_{xy}$ ) servirá para analizar la asociación o correlación entre variables y determinar el grado de asociación conjunta. Para resolver la hipótesis 2, este análisis proporcionará la fuerza de asociación (hipótesis nula o alternativa) además del de varianza explicada. Así, en la tabla 1 se descubre los datos de correlación.

17. El coeficiente de correlación de *Pearson* oscila entre  $-1$  y  $+1$ . No obstante ha de indicarse que la magnitud de la relación viene especificada por el valor numérico del coeficiente, reflejando el signo la dirección de tal valor. En este sentido, tan fuerte es una relación de  $+1$  como de  $-1$ . En el primer caso la relación es perfecta positiva y en el segundo perfecta negativa.

El ítem CMC5 «tomar un vehículo sin permiso», ha resultado tener una correlación positiva en cuanto a la edad del sujeto en la escala post-test ( $0,267^*$ ), además de la procedencia en post-test ( $0,269^*$ ). La acción de «fumar marihuana», tiene una correlación negativa en el modelo pre-test con relación al sexo ( $-0,239^*$ ). Las «relaciones sexuales antes de la mayoría de edad» aunque son estadísticamente dependiente según la procedencia del espectador ( $0,217^*$ ) no sufre modificación como escala moral tras el visionado de la serie<sup>17</sup>.

En cuanto a la «prostitución» y «el aborto», ( $-0,248^*$ ) y ( $-0,229^*$ ) respectivamente, en su consideración de comportamientos morales son reconsiderados por los espectadores tras la exposición de los capítulos de ficción. Finalmente «el divorcio», como concepto de índole moral tiene una correlación de dependencia con el sexo del observador, tanto antes como después de la proyección, ( $-0,267^*$ ) y ( $0,255^*$ ) respectivamente.

### **4.4 La edad como variable criterio frente a la moral, empatía e identificación como explicativas**

El análisis de regresión lineal múltiple es la técnica multivariable válida para resolver la hipótesis 3, ya que permite evaluar las relaciones de dependencia entre los valores de una variable criterio y dos o más variables predictorias o explicativas. En definitiva, predecir los valores que adoptará la variable dependiente (edad  $M=41,96$ ,  $DT=20,49$ ) a partir de una serie de independientes, como los comportamientos morales pre-test, ( $M=46,90$ ,  $DT=7,25$ ), y pos-test, ( $M=38,99$ ,  $DT=4,36$ ), empatía, ( $M=65,71$ ,  $DT= 4,99$ ) e identificación con los personajes, ( $M=41,94$ ,  $DT=3,63$ ). Así, el análisis de los coeficientes de regresión estandarizados, o coeficiente beta, demuestra que no todos son estadísticamente significativos. Sólo superan el valor de significación ( $p<0,05$ ) la escala de empatía IRI, [ $\beta = 0,250$ ,  $t(83)= 2,26$ ,  $p< 0,026$ ]. La escala de identificación con los personajes EDI, muestra un coeficiente nada significativo [ $\beta = -0,050$ ,  $t(83)= -0,454$ ,  $p< 0,651$ ], como tampoco la escala de comportamientos morales (pre-test y pos-test), [ $\beta = 0,102$ ,  $t(83)= 0,930$ ,  $p< 0,355$ ] y [ $\beta = -0,054$ ,  $t(83)= -0, 495$ ,  $p< 0,622$ ] respectivamente.

Por su parte, el sexo de los espectadores no resultó en ningún caso significativo o explicativo para la resolución de las escalas consideradas, ya que no superó en ninguna dimensión el valor de significación. Para acabar de resolver la hipótesis 3, la escala de empatía IRI resultó [ $\beta = -0,038$ ,  $t(83)= -0,334$ ,  $p< 0,739$ ], la identificación con los personajes EDI [ $\beta = -0,036$ ,  $t(83)= -0,319$ ,  $p< 0,750$ ], y la escala de comportamientos morales (pre-test y pos-test), [ $\beta = 0,055$ ,  $t(83)= 0,489$ ,  $p< 0,627$ ] y [ $\beta = 0,071$ ,  $t(83)= 0,622$ ,  $p< 0,536$ ].

## 5. Conclusiones y discusión

Como se ha indicado anteriormente, el objetivo principal de la investigación que aquí se presenta es analizar la relación entre la tendencia general a empatizar, la identificación con los personajes y la escala de comportamientos morales tras el visionado de dos capítulos de “*Cuéntame cómo pasó*”, ya que el espectador empatiza al cabo de un proceso racional en el que evalúa el “hacer del personaje de ficción con arreglo a sus principios morales e ideológicos” (Zumalde, 2011: 12).

Se ha pretendido crear una variable dependiente; “los valores morales”, y tratar de averiguar si estos valores presentados y

analizados con anterioridad, sufren alguna modificación tras el visionado de la serie de ficción “*Cuéntame cómo pasó*”, tomando en cuenta las peculiaridades de los contenidos mediáticos y también las características de los espectadores (la identificación con los personajes y la empatía) y los procesos de recepción (Bryant y Vorderer, 2006). Más concretamente, uno de los principales objetivos es analizar en qué medida la identificación con los personajes y la empatía que presentan de los espectadores constituyen un proceso explicativo del cambio en la escala moral ocasionado por el visionado de la ficción considerada.

Tras analizar los resultados obtenidos en el proceso experimental, en términos generales se observa que los valores morales personales de los observadores antes del visionado de los dos capítulos de “*Cuéntame cómo pasó*”, sufren una modificación y una correlación parcial positiva tras la lectura audiovisual. Sin embargo, el resultado *pre-test* de la escala moral no muestra una dependencia significativa al sexo del espectador analizado, y los valores de empatía se entienden sólo bajo la variable explicativa de la edad.

En primer lugar, esta investigación corrobora la premisa de que el razonamiento moral se puede cultivar, discutiendo en grupos casos de conflictos reales generados por actividades de la televisión (Merino y Grimaldo, 2010; Kohlberg, 1992) algo muy importante para el ejercicio de la ciudadanía en una sociedad plural. El estudio de los valores morales puede cubrir un extenso elenco de problemas sociales, aunque lógicamente los dilemas que podamos construir a partir de la televisión suele ejemplificar ciertos problemas más que otros (Linde, 2008). Es evidente que no es posible responsabilizar a la televisión de todos los valores morales implícitos y explícitos (Medrano, *et. al.*, 2007). A través de las distintas teorías expuestas en capítulos anteriores, se desprende que más que impactar directamente al espectador, un grupo de factores mediadores como las vivencias, la familia, lazos sociales, y también los valores morales, actúan como filtro de percepción, a través del cual el contenido de los medios, (en este caso las narrativas de ficción) son interpretados con características especiales por cada miembro de la gran audiencia (De Toda, 1998).

Por otro lado, la fuerza de asociación entre los distintos ítems que componen la variable de la escala de Comportamientos Morales Comprometidos, en su dimensión pre y post-test es más significativa en alguna tipología de comportamientos en

concreto. En este sentido, los cambios observados en el acto delictivo de apropiación indebida de vehículos, son explicativos según la edad y precedencia de los espectadores. También el consumo de sustancias estupefacientes se correlaciona con el sexo de los sujetos. En cuanto a realidades sociales inmersas en la narración de ficción como las relaciones sexuales antes de la mayoría de edad, el aborto y la prostitución, la procedencia de los espectadores es una variable decisiva para explicar su posible aceptación moral. De forma más contundente se demuestra que el sexo del sujeto observador es concluyente para demostrar sus cambios de comportamientos morales frente a la legalización histórica del divorcio guionizado en la serie.

Los resultados del estudio son congruentes con investigaciones previas sobre el impacto persuasivo y efectos por la exposición de ficción audiovisual y su posible inducción en el estado de ánimo, disfrute, impacto afectivo y consideraciones morales, (Cohen, 2001; Chory-Assad y Cicchirillo, 2005; Calvert *et al.*, 2006; Oliver, 2008). Aunque es necesario indicar, tal como indican las teorías centradas en la audiencia, que la influencia de los medios no es tan grande, dadas las características «interpretativas» de la audiencia (White, 1994).

Debido a que este tipo de investigaciones se basa en datos correlacionales, se evidencia limitaciones debidas a la dificultad de establecer la dirección de causalidad entre las variables consideradas, (en especial la de comportamientos morales), algo que ya fue indicado por Igartua, Acosta y Frutos (2009). Para solucionar este extremo en futuras investigaciones sería necesario desarrollar diseños experimentales capaces de controlar la construcción del relato (la perspectiva desde la que se cuenta la historia). Con ello se conseguirían evidencias empíricas sobre la relación causal entre identificación y empatía, y los procesos de recepción que pudiesen afectar a la escala moral del observador.

Es inevitable considerar los resultados de Oliver y Raney (2008), en los que se concluía que la exposición a la ficción se producía no únicamente por disfrute o placer, sino que la búsqueda de una reflexión o “iluminación interior”, es una motivación muy importante. Por esta razón, el modo en que se disfruta una serie de ficción puede relacionarse con motivaciones afectivas y hedónicas por una parte, y cognitivas y eudaimónicas por otra. En este sentido, para explicar la identificación con los personajes de “*Cuéntame*

18. El autor del presente artículo desea agradecer sinceramente a los revisores

sus oportunas sugerencias e inestimables comentarios. Sin duda han mejorado la calidad final de esta investigación.

cómo pasó”, es necesario conocer la motivación previa, aspecto este que debe abordarse en un futuro desde una perspectiva empírica y experimental.

## 6. Bibliografía

[1] Althusser, L., (1971): “Ideology and the State”. *Lenin & Philosophy and Other Essays*. New Left Books.

[2] Basil, Michael D. (1996): “Identification as a mediator of celebrity effects”. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, vol. 40, nº 4, p. 478-495.

[3] Baxter, Leslie A. y Babbie, Earl (2004): *The basics of communication research*, Thomson Wadsworth, Toronto.

[4] Bryant, Jennings y Vorderer, Peter. (2006): *Psychology of entertainment*, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, NJ, 2006; Tannenbaum, Percy H., *The entertainment functions of television*, Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, NJ.

[5] Calvert, S. L., Murray, K. J. y Conger, E. E. (2004): “Heroic DVD portrayals: what US and Taiwanese adolescents admire and understand”. *Applied Developmental Psychology*, 25, p.699-716.

[6] Calvert, S. L., Strouse, G. A. y Murray, K. J. (2006): “Empathy for adolescents’ role model selection and learning of DVD content”. *Applied Developmental Psychology*, 27, p.444-455.

[7] Chory-Assad, R. M. y Cicchirillo, V. (2005): “Empathy and affective orientation as predictors of identification with television characters”. *Communication Research Reports*, 22 (2), p.151-156.

[8] Cliffordson, C. (2001): “Parent’s judgments and student’s self-judgments of Empathy”. *European Journal of Psychological Assessment*, 17, p.36-47.

[9] Cohen, J. (2001): “Defining identification: a theoretical look at the identification of audiences with media characters”. *Mass Communication and Society*, 4 (3), p.245- 264.

[10]----- (2006): “Audience identification with media

characters". En J. Bryant y P. Vorderer (Eds.), *Psychology of entertainment* (pp. 183-197). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

[11] Davis, M.H. (1980): "A multidimensional approach to individual differences in empathy". *Catalog of Selected Documents in Psychology*, 10, 85, p. 1-17.

[12]----- (1983): "Measuring individual differences in empathy: Evidence for a multidimensional approach". *Journal of Personality and Social Psychology*, 44, p. 113-126.

[13]----- (1996): *Empathy. A social psychological approach*. Boulder, CO: Westview Press.

[14] Davis, Mark H., Hull, Jay G., Young, Richard D. y Warren, Gregory G. (1987): "Emotional reactions to dramatic film stimuli: the influence of cognitive and emotional empathy". *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 52 nº 1, p. 126-133.

[15] De Toda, J.M. (1998): "El impacto moral y social de los medios de comunicación social". *Comunicar*, nº 10, p. 164-170.

[16] De Wied, Minet, Zillmann, Dolf y Ordman, Virginia. (1994): "The role of empathic distress in the enjoyment of cinematic tragedy". *Poetics*, vol. 23, p. 91-1006.

[17] Eyal, K. y Rubin, A. M. (2003): "Viewer aggression and homophily, identification, and parasocial relationships with television characters". *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 47 (1), p. 77-98.

[18] Freud, Sigmund (1985): *Psicoanálisis del arte*. Alianza Editorial, Madrid.

[19] García De Castro, M. (2008): "Los movimientos de renovación en las series televisivas españolas". *Comunicar*, nº 30, p. 147-153.

[20] Gómez, A. (2006): "Conducta de ayuda, conducta prosocial y altruismo". En A. Gómez, E. Gaviria e I. Fernández (Coords.), *Psicología social* (p. 329-390). Madrid: Editorial Sanz y Torres.

[21] González, Belén (2008): "Del Pater Familias al Pater Erectus: (in)visibilidad y crisis del paternalismo en Cuéntame cómo pasó". *Revista Garoza*, nº 8, p. 173-182.

[22] Harding, S y Phillips, D. (1986): "The Morally Debatable Behaviors Escalate". En J. Robinson, P. Shaver y L. Wrightsman, *Measures of personality and social psychological attitudes*. Vol 1, San Diego, C.A, p. 742-46.

[23] Heiskanen, I. (2001): *Descentralization: trends in european cultural policies*. Strasbourg, Council of Europe.

[24] Hoffner, C. y Cantor, J. (1991): "Perceiving and responding to mass media characters". En J. Bryant y D. Zillmann (Eds.), *Responding to the Screen. Reception and Reaction Processes* (p. 63-102). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

[25] Hoffner, Cynthia. (1996): "Children's wishful identification and parasocial interaction with favourite television characters". *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, vol. 40, nº 3, p. 389-402.

[26] Hoffner, Cynthia y Buchanan, Martha. (2005): "Young adults wishful identification with television characters: the role of perceived similarity and character attributes", *Media Psychology*, vol. 7, p. 325-351.

[27] Hogan, R. (1969): "Development of an Empathy Scale". *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 33, p. 307-316.

[28] Igartua, Juan José y Páez, Darío. (1997a): "Art and remembering traumatic collective events: The case of the Spanish Civil War". En Pennebaker, J., Páez, D. y Rimé, B. (eds.), *Collective memory of political event. Social psychological perspectives*, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, NJ, p. 79-101.

[29] Igartua, Juan José y Páez, Darío. (1997b): "El cine sobre la Guerra Civil Española. Una investigación sobre su impacto en actitudes y creencias". *Boletín de Psicología*, vol. 57, p. 7-39.

[30] Igartua, Juan José y Páez, Darío. (1998): "Fiabilidad y validez de una escala de empatía e identificación con los personajes». *Psicothema*, vol. X, nº 2, p. 423-436.

[31] Igartua, Juan José (2006): "Métodos cuantitativos de



investigación en comunicación». Bosch, Barcelona.

[32] Igartua, Juan José y Muñiz, Carlos (2008): "Identificación con los personajes y disfrute ante largometrajes de ficción. Una investigación empírica". *Comunicación y Sociedad*, Vol. 21, Núm. 1, p. 25-52.

[33] Igartua, Juan-José; Acosta, Tania y Frutos, Francisco. J (2009): "Recepción e impacto del drama cinematográfico: el papel de la identificación con los personajes y la empatía". *Global Media Journal Edición Iberoamericana*, Vol. 6, Número 11, p. 1-18.

[34] Kohlberg, L. (1992): *Psicología del desarrollo moral*. Bilbao. Desclée de Brower.

[35] Konijn, Elly A. y Hoorn, Johan F. (2005): "Some like it bad: testing a model for perceiving and experiencing fictional characters". *Media Psychology*, vol. 7, nº 2, p. 104-144.

[36] Linde, A. (2008): "La TV como medio de educación moral para la ciudadanía democrática". *Comunicar*, nº 31, p. 51-56.

[37] Martín, S. (2005): "La heroína limitada". *Lectora*, p. 115-130.

[38] Maccoby, E. y Wilson, W. C. (1957): "Identification and observational learning from films". *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 55, p. 76-87.

[39] Mathiesen, M.; Mora, O.; Chamblás, I. y Navarro, G. (2004): "Familia, permisividad y juicio moral en estudiantes de enseñanza media de la provincia de Concepción". *Psyche*. 13(1), p. 3-20.

[40] Medrano, C y Aierbe, A. (2008): "Valores y contexto de desarrollo". *Revista de Psicodidáctica*. Vol 13, nº1, p.53-67.

[41] Medrano, C; Corté, P; y Palacios, S. (2007). "La televisión y el desarrollo de valores". *Revista de educación*, nº 342, pp.307-328.

[42] Mehrabian, A. y Epstein, N. (1972): "A measure of emotional empathy". *Journal of Personality*, nº 40, p. 525-543.

[43] Merino, S.C. y Grimaldo M. M. (2010): "Complejidad

factorial de la permisividad moral hacia las conductas morales controvertidas". *Interdisciplinaria*. Vol 27, nº 2, pp: 297-314.

[44] Metz, Christian (1982): *The imaginary signifier. Psychoanalysis and cinema*. Indiana University Press, Bloomington, IN.

[45] Nathanson, Amy I. (2003): "Rethinking empathy". En Bryant, J., Roskos-Ewoldsen, D. y Cantor, J.R. (eds.), *Communication and emotion. Essays in honor of Dolf Zillmann*, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, NJ, p. 107-130.

[46] Oatley, Keith (1994): "A taxonomy of the emotions of literary response and a theory of identification in fictional narrative". *Poetics*, vol. 23, p. 53-74.

[47]------(1999): "Meeting of minds: dialogue, sympathy and identification in reading fiction". *Poetics*, vol. 26, p. 439-454.

[48]------(2002): "Emotions and the story worlds of fiction". En Green, M.C., Strange, J.J. y Brock, T.C. (eds.), *Narrative impact. Social and cognitive foundations*, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, NJ, p. 39-69.

[49] Oliver, M.B: (2008): "Tender affective states as predictors of entertainment preferences". *Journal of Communication*, 58 (1), 40-61.

[50] Oliver, M. B. y Raney, A. (2008): "Development of hedonic and eudaimonic measures of entertainment motivations: the role of affective and cognitive gratifications". *The 58<sup>th</sup> Annual Conference of the International Communication Association*. Del 22-26 mayo. Montreal. Canadá.

[51] Paraíso, Isabel (1994): *Psicoanálisis de la experiencia literaria*. Cátedra, Madrid.

[52] Pérez-Albéniz, A; De Paul, J; Etxebarría, J; Montes, M.P; Torres, E. (2003): "Adaptación de Interpersonal Reactivity Index (IRI) al español". *Psicothema*. Vol. 15, nº 2, p. 267-272.

[53] Poulantzas, N. (1975): *Classes in Contemporary Capitalism*. NLB. London, p. 25.

[54] Robinson, J.; Shaver P. y Wrightsman, L. (1991): *Measures of*

*personality and social psychological attitudes*. San Diego, CA: Academic Press.

[55] Slater, M. D. y Rouner, D. (2002): "Entertainment-education and elaboration likelihood: understanding the processing of narrative persuasion". *Communication Theory*, 12 (2), p. 173-191.

[56] Slater, M. D., Rouner, D. y Long, M. (2006): "Television dramas and support for controversial public policies: effects and mechanisms". *Journal of Communication*, 56, p. 235-252.

[57] Tannenbaum, Percy H. y Gaer, Eleanor P. (1965): "Mood change as a function of stress of protagonist and degree of identification in a film-viewing situation". *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. II, nº 4, p. 612-616.

[58] Thornham, S y Purvis, T. (2005): *Television drama. Theories and identities*. New York. Palgrave, MacMillan.

[59] Turner, Charles W. y Berkowitz, Leonard. (1972): "Identification with aggressor (cover role taking) and reactions to film violence". *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 21, nº 2, p. 256-264.

[60] Viemero, V. (1986): *Relationships between Filmed Violence and Aggression*. Tesis Doctoral. Abo Akademi, Finland.

[61] Wartella, E. y Reeves, B. (1987): *Communication and Children*. Berger & Chaffee (Eds.): Handbook of Communication Science. Sage.

[62] White, R.A. (1994): "Audience Interpretation of Media: Emerging Perspectives". *Communication Research Trends*, 3; vol. 14. CSCC. St. Louis (EEUU).

[63] Wiio, O.A. (1994): *TV: Guilty or not Guilty? Television and Violence: an International Comparison*. Finland, University of Helsinki.

[64] Zillmann, Dolf. (1994): "Mechanisms of emotional involvement with drama". *Poetics*, vol. 23, p. 33-51.

[65] Zillmann, Dolf y Cantor, Joanne R. (1977): "Affective responses to the emotions of a protagonist". *Journal*

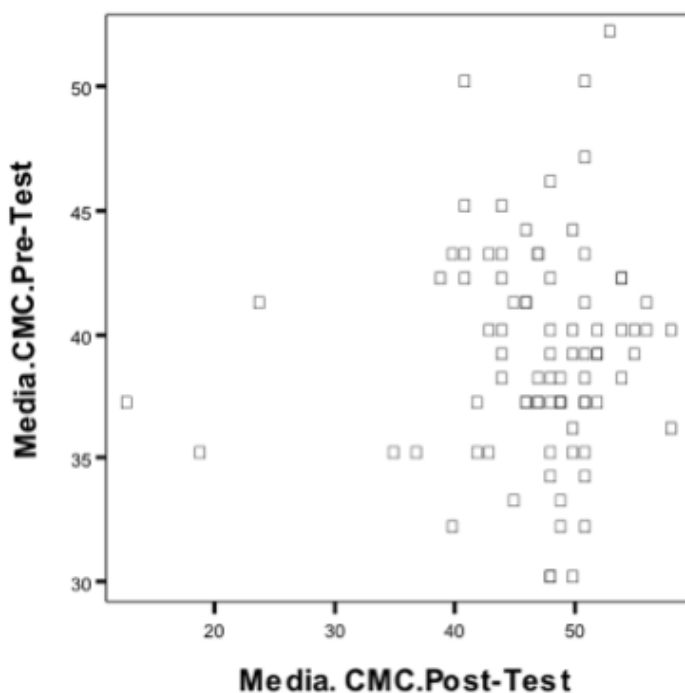
*Experimental Social Psychology*, vol. XIII, p. 155-165.

[66] Zillmann, Dolf (1991): "Empathy: affect from bearing witness to the emotions of Others". En Bryant, J. y Zillmann, D. (eds.), *Responding to the screen. Reception and reaction processes*, Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, NJ, p. 135-167.

[67] Zumalde, I. (2011): "La emoción fílmica. Un análisis comparativo de las teorías cinematográficas". *Revista Latina de Comunicación Social*, nº 66, p. 326-249.

[68] Zunzunegui, Santos. (1989): *Pensar la imagen*. Cátedra, Madrid.

## 7. Anexos: tablas



**Gráfico 1. Diagrama de dispersión. (CMC Pre-test y Post-Test)**

**Tabla 1. Grado de asociación entre la Escala de Comportamientos Morales Comprometidos (pre y pos visionado) y la edad, sexo y procedencia de los sujetos. Pearson ( $r_{xy}$ )**

	Edad		Sexo		Procedencia		
	Pre/Pos		Pre/Pos		Pre/Pos		
Pre CMC1	,213	,043	,032	,031	,182	,036	Pos CMC1
Pre CMC2	-,042	,071	,088	-,044	-,053	,032	Pos CMC2
Pre CMC3	-,039	,104	-,055	-,019	-,014	,102	Pos CMC3
Pre CMC4	-,026	,112	,159	-,098	-,040	,101	Pos CMC4
Pre CMC5	,037	,267*	,091	,024	,034	,269*	Pos CMC5
Pre CMC6	,182	-,145	-,239*	,094	,179	-,176	Pos CMC6
Pre CMC7	-,044	,050	,050	-,012	-,039	,060	Pos CMC7
Pre CMC8	,013	,029	,063	-,032	,008	,067	Pos CMC8
Pre CMC9	,054	,144	,005	-,104	,038	,149	Pos CMC9
Pre CMC10	,203	-,152	-,211	0,98	,217*	-,138	Pos CMC10
Pre CMC11	,108	,904	,037	,076	,104	,088	Pos CMC11
Pre CMC12	-,177	-,059	-,004	,098	-,123	-,078	Pos CMC12
Pre CMC13	,126	-,243	-,135	,130	,166	-,248*	Pos CMC13
Pre CMC14	,111	-,205	-,214	,051	,098	-,229*	Pos CMC14
Pre CMC15	,140	-,135	-,267*	,255*	,147	-,172	Pos CMC15
Pre CMC16	,178	-,058	-,098	,108	,183	-,046	Pos CMC16
Pre CMC17	,197	-,132	-,052	,043	,200	-,143	Pos CMC17
Pre CMC18	,020	,037	,005	,007	,011	,055	Pos CMC18
Pre CMC19	,170	-,028	,056	-,071	,156	-,030	Pos CMC19
Pre CMC20	-,135	,158	,199	-,139	-,114	,172	Pos CMC20
Pre CMC21	,039	-,197	-,028	,082	,040	-,203	Pos CMC21
Pre CMC22	,214	-,017	-,140	-,124	,214	,027	Pos CMC22

- La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

- La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

n= 83

**\*Dr. Sebastián SÁNCHEZ CASTILLO**

Profesor Asociado

Universitat de València (UV) – España

[sebastian.sanchez@uv.es](mailto:sebastian.sanchez@uv.es)

