

Identificación con personajes cinematográficos discapacitados y valores percibidos: una investigación experimental con universitarios

Zinemako pertsonaia ezinduekiko identifikazioa eta balore hautematea: unibertsitateko ikasleekin egindako ikerketa esperimentala

Identification with disabled film characters and perceived values: a experimental study with university students

Leire Ugalde¹
M^a Concepción Medrano²
Ana Aierbe³

zer

Vol. 17 - Núm. 32
ISSN: 1137-1102
pp. 187-208
2012

Recibido el 24 de junio de 2010, aceptado el 20 de octubre de 2011.

Resumen

En este trabajo se presentan los resultados obtenidos en una muestra de 132 universitarios de la Comunidad Autónoma Vasca acerca del nivel de identificación que pueden llegar a obtener con personajes cinematográficos discapacitados y las relaciones existentes entre valores personales y valores percibidos en dichos personajes. Se han aplicado dos escalas: la escala EDI (Escala de Empatía e Identificación con los personajes) y la escala de valores Val.Tv 0.2, basada en los dominios motivacionales de Schwartz. En los resultados se constató que el nivel de identificación obtenido por toda la muestra con los personajes discapacitados fue muy alto. Respecto a los valores, los resultados no confirmaron que exista una relación significativa entre los valores personales y los percibidos en los protagonistas con los que se identificaron.

Palabras clave: cine, imagen, representaciones sociales, identificación con los personajes, discapacidad.

¹ Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea, leire.ugalde@ehu.es

² Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea, mariaconcepcion.medrano@ehu.es

³ Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea, ana.aierbe@ehu.es

Lapurpena

Ikerketa honek, Euskal Autonomia Erkidegoko unibertsitateko 132 ikaslek, zinemako pertsonaia ezinduekin lorturiko identifikazio maila eta pertsonai hauengan antzemandako baloreen eta balore pertsonalen arteko erlazioaren azterketa aurkeztu ditu. Bi eskala erabili dira: EDI eskala (Pertsonaiekiko Enpatia eta Identifikazioa neurtzeko Eskala) eta Val.Tv 0.2 baloreak neurtzeko eskala, zeina Schwartz-en motibazio eremuetan oinarritzen den. Emaitzetan, parte hartzaile guztiek pertsonaia ezinduekin lorturiko identifikazio maila oso altua izan zela ondorioztatu zen. Baloreei dagokionez berriz, emaitzek ez zuten erlazio esanguratsurik adierazi gehien identifikatu ziren pertsonaiengan hautemandako baloreen eta balore pertsonalen artean.

Gako-hitzak: zinema, irudia, gizarte-irudikapenak, pertsonaiekiko identifikazioa, elbarritasuna.

Abstract

This study presents the results obtained from a sample of 132 university students from the Basque Autonomous Region, regarding the degree to which they may identify with disabled film characters and the relationships existing between personal values and perceived values in said characters. Two scales were applied: The EDI (Character Empathy and Identification Scale) and the Val-Tv 0.2 value scale, based on Schwartz's motivational domains. The results show that the degree of identification obtained by the whole sample group with disabled characters was very high. In relation to values, the results failed to confirm the existence of a significant relationship between personal values and those perceived in the characters with which participants said they identified.

Keywords: cinema, image, social representations, identification with characters, disability.

0. Introducción

Los medios de comunicación se perfilan como una fuerte influencia en la formación de la identidad de nuestra juventud. Así mismo, proporcionan una base para construir dicha identidad y nos presentan modelos de comportamiento específicos que pueden potenciar la comparación social. A través de la comunicación audiovisual el individuo negocia su identidad, su posición social y su vida emocional en un mundo cada vez más mediado por la tecnología (Pindado, 2006; Williams, Stroeber y Grant, 1996). Ahora bien, no sólo los medios de comunicación influyen en los jóvenes, sino que los jóvenes participan en ellos por medio de foros, chats, redes sociales y webs. Oatley (1999) por ejemplo, defiende que la experiencia de identificación con los personajes de ficción es parecida al entrenamiento de una simulación mental. La investigación previa demuestra que la identificación con los personajes es un factor a tener en cuenta en la explicación de la construcción de la identidad.

No obstante, los procesos intermedios y la explicación de cómo ocurre dicha construcción son un ámbito de investigación que necesita de una mayor profundización (Cohen, 2006).

En el caso concreto de la ficción, la investigación ha demostrado que la identificación con los personajes es un factor central en el efecto persuasivo del telespectador (Igartua, 2007). Es decir, la identificación con los personajes es un indicador a considerar si queremos comprender cómo ocurren los procesos de recepción narrativa y el impacto en creencias y actitudes que dicha identificación conlleva.

Aunque la identificación con los personajes constituye uno de los conceptos con mayor tradición en la teorización sobre el impacto de la ficción y sobre entretenimiento mediático, todavía no ha sido suficientemente conceptualizado ni rigurosamente comprobado en investigaciones empíricas (Cohen, 2006; Igartua, 2008, 2009).

De acuerdo con Igartua (2010), hoy en día, son dos los modelos teóricos en los que se basa gran parte de la investigación sobre persuasión narrativa: el Modelo de Probabilidad de Elaboración Extendido de Salter y Rouner, y el Modelo de Transporte Narrativo de Green y Brock. En ambos modelos se reconoce que la identificación con los personajes juega un papel relevante para explicar cómo se produce la recepción de la narración y el impacto en creencias y actitudes. Así, se puede afirmar que existe fundamentación empírica que nos lleva a considerar que la identificación con los personajes es un factor central en el efecto persuasivo (Igartua, 1997, 2005, 2007, 2008, 2009, 2010; Slater 2002.). De cualquier forma, la comprensión de cómo se produce dicho proceso es un fenómeno de gran interés para la investigación actual que aún está sin resolver.

Desde esta perspectiva teórica, este trabajo pretende contribuir al estudio de este constructo (identificación con los personajes). La investigación que se presenta, por un lado, intentará corroborar la relación existente entre identificación con los personajes y elaboración cognitiva y, por otro lado, ahondará en los *factores antecedentes* que influyen en dicha identificación. Así mismo, analizará las relaciones existentes entre los valores personales de los telespectadores (universitarios) y los valores percibidos en los personajes cinematográficos con los que se identifican.

1. Marco teórico

1.1. Factores antecedentes e identificación con los personajes

En referencia a los factores antecedentes que influyen en la identificación con los personajes, se hará hincapié en tres aspectos:

1.1.1.- Valores propios y percibidos: Son muchas las investigaciones que han indagado en la influencia que la ficción televisiva puede ejercer en nuestra juventud (Aguaded, 1999; Del Río, Alvarez y del Río, 2004; Gebner; Morgan y Signorelli 1996; Montero, 2006). Una de las preocupaciones que surgen de esta posible influencia, es la que se refiere al efecto que puede llegar a tener en la construcción de la identidad y, más concretamente, en los valores que los jóvenes perciben e integran del visionado televisivo. La investigación disponible concluye que existen correlaciones significativas entre los valores que se perciben en los programas preferidos por los telespectadores y sus propios valores (Evans y Hall, 2002; Fisherkeller, 1997; Medrano, Cortes y Palacios, 2007; Medrano, Cortés y Palacios, 2009). En relación con esta evidencia, en este trabajo se considera de interés la aportación de datos que nos indiquen si esto mismo ocurre con aquellos personajes con los que nos identificamos. Esto es, se intentará comprobar si la muestra de universitarios de carreras afines y sus valores personales tienen relación con los valores que perciben en los personajes con los que se identifican.

1.1.2.- Selección de carrera afín al tema tratado en la narración audiovisual: se ha intentado corroborar si las conclusiones obtenidas por Moreno, Rodríguez, Saldaña y Aguilera (2006), en las que indican que no existen diferencias significativas entre las actitudes manifiestas hacia la discapacidad por estudiantes de carreras afines, coinciden en cuanto a identificación con los personajes o si, al contrario, existe alguna carrera en la que los estudiantes puntúan significativamente más alto en identificación.

1.1.3.- Diseño de los personajes: mediante la presentación de dos personajes protagonistas discapacitados con diferentes rasgos de personalidad, tipos de conducta y apariencia física, y observando si estas características diferenciales repercuten en el nivel de identificación que se obtiene con cada uno de ellos.

Conceptualizamos la identificación con los personajes como un proceso emocional y cognitivo mediante el cual el espectador se pone en el lugar del protagonista de la narración. El espectador se olvida de su propia realidad volviéndose el personaje y asumiendo la perspectiva de éste temporalmente (Moyer-Gusé, 2008).

No obstante, Cohen (2001) es quien ha realizado una de las revisiones más exhaustivas acerca de este constructo y ha descrito cuatro dimensiones en el proceso de la identificación: la empatía emocional (compartir los sentimientos de los personajes), la empatía cognitiva (compartir la perspectiva del personaje), la motivación (interiorización de las metas de los personajes) y la absorción (perdida temporal de la autoconciencia durante la exposición a la narración del visionado de la película).

Aunque es preciso señalar que esta aproximación, en la actualidad, no está consensuada entre los investigadores.

En este sentido, y dada la conveniencia de delimitar el objeto de estudio en el presente trabajo, se parte de la perspectiva adoptada por Igartua (2010), en la que se recoge parcialmente la definición de Cohen y se propone que las dimensiones básicas del concepto de la identificación con los personajes son:

La empatía emocional: alude a la capacidad de sentir lo que los protagonistas sienten, implicarse afectivamente de forma vicaria o sentirse preocupado por sus problemas y experimentar socio-emociones.

La empatía cognitiva: se refiere al hecho de entender, emprender o ponerse en el lugar del personaje.

La sensación de volverse el personaje: se refiere a la sensación de sentirse como si fuera uno de los personajes; el individuo vive la historia como si estuviese dentro de ella, difuminándose la distinción entre el sí mismo y el personaje.

Respecto a la identificación con los personajes y elaboración cognitiva, tampoco existe acuerdo entre los investigadores. Así, Moyer-Gusé (2008) nos indica que desde el Modelo de Transporte Narrativo se considera que los espectadores se vuelven menos críticos durante la exposición a un relato de ficción, por el hecho de que estos espectadores están en un estado de focalización de la atención en el relato, activación de imágenes mentales e implicación emocional.

Sin embargo, Igartua (2007, 2008) analizó la relación entre identificación con los personajes y la elaboración cognitiva o reflexión desplegada durante el visionado de una película, llegando a la conclusión de que la identificación con los protagonistas se asocia a una mayor elaboración cognitiva y a un proceso reflexivo de mayor complejidad, corroborando así la afirmación de Cohen (2001) en la que indicaba que la implicación temporal que se obtiene durante la exposición al relato mediante la identificación con los personajes estimula una mayor elaboración cognitiva.

Respecto a la explicación y antecedentes que propician la identificación con los personajes se ha podido constatar que factores vinculados con las características de las audiencias, el diseño de personajes, la construcción de los textos en que intervienen, y el contexto de recepción tienen una incidencia directa en el grado de identificación con los personajes (Cohen, 2001, 2006).

En este sentido, Medrano, Cortes, Aierbe y Orejudo (2010), en un estudio en el que se analizaban las diferencias evolutivas y de sexo respecto a los argumentos que daban una muestra de 859 personas en cuanto a la elección de programas y personajes preferidos, no corroboran los resultados obtenidos por Ruiz, Condes y Torres (2005), donde se indicaba que el atractivo físico era el principal motivo para identificarse con un personaje. Medrano y col. (2010) encuentran que los hombres se inclinan por personajes divertidos y de características negativas y las mujeres por personajes en los que destacan la profesionalidad y la personalidad positiva.

En otra investigación realizada por Medrano, Aierbe y Orejudo (2010), en la que se analizaban, entre otros indicadores, las características de los personajes elegidos en una muestra de 1.318 personas del País Vasco, se concluye que los personajes elegidos son mayoritariamente masculinos, corresponden a una edad madura, son de ficción y no suelen desempeñar un trabajo. Estos datos no coinciden con los hallados por Hoffner (1996), quien consideró que los jóvenes tienden a identificarse

con personajes del mismo género y edad, siendo uno de los rasgos que señalan la personalidad e inteligencia del personaje.

Por otra parte, y refiriéndonos a las características de los personajes con los que se identifica la audiencia, cabe señalar que es de gran relevancia el hecho de que ciertos colectivos sociales tengan una baja presencia en los medios de comunicación, de forma que existen menos datos sobre el proceso de identificación que se pueda establecer con los mismos. Así ocurre con los discapacitados que, como recogen López y López (2005) y Blanco (1996), aunque la evolución en el tratamiento del tema de la discapacidad y la participación de los mismos en los medios de comunicación es favorable, todavía hoy en día es pobre su presencia en los medios.

En concreto, en nuestro trabajo se pretende analizar el nivel de identificación que se puede dar con personajes cinematográficos discapacitados, teniendo en cuenta que no son el tipo de personaje más habitual en los medios y se parte de la hipótesis de que, en contra de lo que Ruiz (2005) y Hoffner (1996) hallaron en sus respectivas investigaciones con jóvenes, puede existir un alto nivel de identificación en jóvenes universitarios con personajes que no tienen un gran atractivo físico, que no coincidan en el género con el espectador, así como que no sean elegidos por su inteligencia.

1.2. Valores percibidos en los personajes con los que nos identificamos

Diferentes investigaciones muestran que los jóvenes utilizan los medios de comunicación para comprender el mundo y para buscar modelos con los que identificarse. Es por ello que diferentes autores consideran que los medios de comunicación participan, entre otros agentes, en la construcción de la identidad y de los valores de la juventud. (Bryant y Vorderer, 2006; Montero, 2006; Medrano, Cortes y Palacios 2009).

En un estudio realizado por Medrano, Cortés y Palacios (2009) con 823 adolescentes de la Comunidad Autónoma Vasca concluyen que, en general, los sujetos tienden a percibir en los programas televisivos que más les gustan sus propios valores.

Para comprobar si podemos corroborar esta conclusión en lo referente a la identificación con el personaje, y descubrir si los espectadores se identifican más con aquellos personajes que comparten los mismos valores que ellos, nos basaremos en un instrumento de medida elaborado por Medrano, Cortés y Palacios (2007) denominado Val.Tv 0.2., mediante el cual se pueden evaluar los valores percibidos en los personajes preferidos, así como los valores que el propio sujeto considera de importancia en su vida. Este instrumento se basa en la escala 21 PVQ de Swchartz (2003). Este autor conceptualiza los valores como representaciones cognitivas con origen en las necesidades biológicas básicas, en las de interacción social y en las demandas de las distintas institucionales sociales. La estructura de los valores o dominios de Schwartz se organiza en dos dimensiones: una, apertura al cambio (autodirección, estimulación y hedonismo) vs conservación (tradicción, conformidad y seguridad), y la otra autoperfeccionamiento (realización y poder) vs autotranscendencia (universalismo y benevolencia) en las que se situarían 10 tipos de valores, antes denominados

dominios motivacionales (universalismo, benevolencia, tradición, conformidad, seguridad, poder, realización, hedonismo, estimulación y autodirección).

Existen aspectos universales de la psicología humana y de los sistemas de interacción que se encuentran en todas las culturas y, a la vez, se constituyen en ejes articuladores universales de los sistemas de valores humanos. Desde el punto de vista de nuestro trabajo este modelo tiene la enorme ventaja de ofrecer una clasificación sólida, no sólo desde la perspectiva teórico-conceptual, sino que también posee un refrendo estadístico-experimental que nos puede facilitar enormemente el análisis de valores personales de la muestra y de los valores percibidos en los personajes cinematográficos.

2. Objetivos

Ante la indefinición de un concepto que se ha demostrado constituye un factor influyente en el efecto mediático generado en los espectadores, como es la identificación con los personajes, este estudio tiene el objetivo de indagar en ciertos factores antecedentes que influyen en la identificación y en la relación con la elaboración cognitiva que ésta produce, con el fin de aportar algún dato que contribuya a una definición mas precisa del constructo.

De acuerdo a los datos de la investigación previa, se parte de varias hipótesis básicas. En primer lugar, que las características de la audiencia y el diseño de los personajes son factores vinculantes en el grado de la identificación; en segundo lugar, que se dispone de comprobación empírica como para afirmar que existe una relación significativa entre identificación con los personajes y elaboración cognitiva. Hay que señalar, no obstante, que existen discrepancias entre los investigadores respecto a esta última relación. En tercer lugar, también se dispone de datos como para afirmar que los espectadores perciben valores semejantes a los suyos en sus programas audiovisuales preferidos.

En consecuencia, y a partir de lo expuesto se plantean los siguientes objetivos:

1. Contrastar las diferencias existentes en el nivel de empatía e identificación obtenido con dos protagonistas cinematográficos discapacitados.
2. Comparar las puntuaciones obtenidas en empatía e identificación con los personajes cinematográficos entre estudiantes de carreras afines al tema tratado: Psicopedagogía, Magisterio especialidad de Educación Especial y Educación Social.
3. Identificar los valores percibidos por los participantes de la investigación en cada uno de los personajes cinematográficos discapacitados y compararlos con los valores personales de cada participante.
4. Analizar el nivel de elaboración cognitiva generada por la película en todos los participantes.

3. Método

Se trata de un diseño descriptivo correlacional. Se han utilizado dos escalas y una película como instrumentos de medida. Estos instrumentos han permitido conocer el nivel de identificación de una muestra de universitarios con dos personajes discapacitados, así como los valores personales y los percibidos en dichos personajes.

3.1. Participantes

La selección de la muestra ha sido de conveniencia, aunque para su elección se ha tenido en cuenta el criterio de que debían ser grupos de alumnos/as correspondientes a carreras universitarias afines al tema de la discapacidad.

En la tabla nº1, se recogen los datos referidos a los 132 participantes con los que se ha trabajado en este estudio:

Tabla 1: Distribución de la muestra por edad, sexo y titulaciones

| Edad | Sexo | Estudios |
|--------------------------|----------------------|--|
| Media: 22,10 años | Mujeres: 119 (90,2%) | Psicopedagogía: 48 (36,4%) |
| Desviación típica: 4,747 | Hombres: 13 (9,8%) | Magisterio (Educ. Especial):39 (29,5%) |
| Varianza: 22, 532 | | Educación Social: 45 (34,1%) |

Todo el alumnado era estudiante de la Universidad del País Vasco (UPV-EHU) distribuidos en dos facultades: la Facultad de FICE (Facultad de Filosofía y Ciencias de la Educación) y la Escuela Univesitaria del Profesorado de Donostia.

Es reseñable el alto porcentaje de mujeres que constituye la muestra, lo que pone en evidencia la tradicional feminización de estos estudios (Pérez-Fuentes y Andino, 2003).

3.2. Instrumentos de recogida de datos

En esta investigación se utilizó un único cuadernillo en el que se recogían dos instrumentos de medida y cuatro ítems dirigidos a la recogida de datos sobre elaboración cognitiva.

La información se distribuía de la siguiente manera:

En una primera hoja se recogían los siguientes datos referidos a la persona encuestada: nombre, edad, carrera, sexo y fecha de realización.

A continuación, se presentaba el primer instrumento para medir el *nivel de identificación con cada uno de los dos personajes* protagonistas de la película titulada *Bailando por dentro*.

En esta película los dos protagonistas principales son minusválidos con una actitud ante la vida totalmente distinta. Cada personaje manifiesta una personalidad diferente. Por un lado, Michael Connolly a sus 24 años vive en la Carrigmore Home, una institución para discapacitados ubicada en Dublín. Su parálisis cerebral le obliga

a usar una silla de ruedas, sufre una dioplejía, que determina sus gestos, sus posiciones y hace que su habla sea casi ininteligible. Michael cumple las normas del centro, viste tradicionalmente, no se hace notar y jamás se ha planteado el hecho de poder llevar una vida fuera del centro hasta la llegada a dicho centro de Rory O'Shea, un chico de su edad que le cambia la vida. Rory sufre una distrofia muscular de Duchenne que también le ata a una silla de ruedas y que sólo le permite mover los dedos de su mano derecha, pero es activo, rebelde, locuaz, inconformista, luchador y muy moderno en su forma de vestir. Su deseo es vivir fuera de la institución. Aún con todas las diferencias de personalidad que aparentan tener, ambos coinciden en que se encuentran postrados en sillas de ruedas y no tienen la más mínima autonomía para realizar actos cotidianos como el vestirse, lavarse, comer, etc.

Por ello, las características de la película nos permitan ofrecer a los espectadores, dos personas físicamente muy diferentes a ellos mismos, con un tipo de vida lleno de limitaciones que los espectadores no padecen y con dos tipos diferentes de personalidad.

Nuestra pretensión, a través del visionado de la película, ha sido observar la influencia que ambos personajes con sus diferencias ejercían en la identificación de la muestra de universitarios.

Para ello se utilizó la denominada Escala EDI (Escala de Empatía e Identificación con los personajes) de Igartua (2010). Dicha escala es una versión modificada de la escala EDI de Igartua y Páez (1998), la cual, originalmente, está formada por 17 ítems cuyo formato de respuesta es una escala de intensidad de cinco puntos (desde 1=nada, hasta 5=mucho). En el presente estudio se utiliza la última adaptación que Igartua (2010) realiza a la escala, eliminando aquellos ítems relacionados con la evaluación de atracción hacia los personajes y percepción de similitud con los mismos. También se eliminan dos de los ítems correspondientes al grado de inmersión o transporte narrativo, y se descarta un ítem que estaba formulado de manera negativa y que en estudios previos se había constatado que reducía la consistencia interna de la escala.

El instrumento final utilizado en cuanto a identificación consta de 11 ítems y está pensado para evaluar tres dimensiones: empatía cognitiva, empatía emocional y la sensación de volverse el personaje. El formato de respuesta es el mismo que en el original (escala tipo Lickert, con una intensidad de cinco puntos de menor a mayor).

Cada participante debía rellenar una escala correspondiente a Michael y otra escala correspondiente a Rory, de esta manera pudimos comparar el nivel de identificación con cada uno de los protagonistas principales.

La fiabilidad y consistencia interna de esta escala ha sido comprobada en este estudio reflejando un Alfa de Cronbach de 0,86, lo cual indica una alta consistencia interna.

Posteriormente, se presentaba el segundo instrumento de medida, para evaluar los *valores percibidos en los protagonistas y los valores propios de los participantes*, para lo que se utilizó el Cuestionario de Valores y Televisión Val-TV 0.2. de Medrano, Cortés y Palacios (2007), con un Alfa de Cronbach de 0,64, lo cual indica que la correlación entre los dominios de valor es moderada, es decir, que los diferentes ítems miden cosas distintas. Mediante esta escala se evaluaron, en primer lugar, los valores que cada espectador percibía en cada uno de los dos personajes protagonistas de la película (Michael y Rory) y, en segundo lugar, los valores personales de cada encuestado.

Este instrumento es una adaptación de la Escalas de valores de 21 PVQ de Schwartz y mide los valores percibidos agrupados en 10 dominios básicos, a saber: universalismo, benevolencia, tradición, conformidad, seguridad, poder, realización, hedonismo, estimulación y autodirección.

La escala consta de 21 ítems de tipo Lickert, en los que se responde mediante otra escala de 6 puntos (desde 1=nada a 6=mucho). De esta manera, en lo referente a los valores percibidos en los protagonistas, cada sujeto debía responder en qué medida (nada, casi nada, poco, algo, bastante o mucho) creía que cada protagonista reflejaba lo afirmado en cada ítem. A continuación, y con el objetivo de recoger los valores personales de cada sujeto encuestado, respondía a esos mismos ítems pero refiriéndose a en qué medida consideraba que él/ella mismo/a respondía a lo afirmado en cada ítem.

Por último, para evaluar la *elaboración cognitiva*, la prueba finalizaba con un cuadro en el que se recogían cuatro ítems con un Alfa de 0.717, referidos al nivel de reflexión que habían realizado durante el visionado de la película. Estos cuatro ítems fueron presentados en una escala tipo Lickert, donde indicaban de nada a mucho en una escala de 5 puntos hasta dónde estaban de acuerdo con las afirmaciones en cuestión.

3.3. Procedimiento

En todos los casos se acordó de antemano un día y una hora concreta para realizar la prueba con el profesorado de cada carrera. Se solicitó permiso al profesorado que impartía materias afines al tema tratado en la película *Bailo por dentro*, para que una vez finalizada la prueba el material utilizado en la misma (la película) pudiera servir de reflexión para los temas que habitualmente trabajan en clase.

En la carrera de Psicopedagogía se realizó la prueba en el horario de la asignatura de Educación Especial. Igualmente en la de Magisterio y en el caso de Educación Social se realizó dentro del horario de la asignatura titulada Programas de Animación Socio-Cultural. El alumnado realizó la prueba en su aula y horario habitual. La duración de la prueba fue de dos horas en total, repartidas de la siguiente manera:

En la primera parte, se entregaba al alumnado el cuadernillo y se les explicaba para qué iban a ser utilizados los datos recogidos, esto es, que se ubicaban dentro de un trabajo de investigación y se les aseguraba la confidencialidad de sus datos personales. A continuación, se les daba la instrucción de ver la película de una duración de 1 hora y 40 minutos y una vez terminada la misma, rellenar el cuestionario de inicio a fin individualmente en un tiempo aproximado de 15 minutos. El profesorado de la asignatura correspondiente se encontraba presente en todos los casos.

Una vez recogidos los datos empíricos, se utilizó el programa SPSS (11.5) para los análisis pertinentes.

4. Resultados

A continuación se presentan los resultados más relevantes en cuanto a los objetivos de investigación.

Para comprobar el supuesto de normalidad de las variables de identificación con Rory e identificación con Michael se realizó la prueba paramétrica de Kolmogorov-Smirnov.

Tabla 2. Supuesto de normalidad de las variables de identificación con Rory y Michael

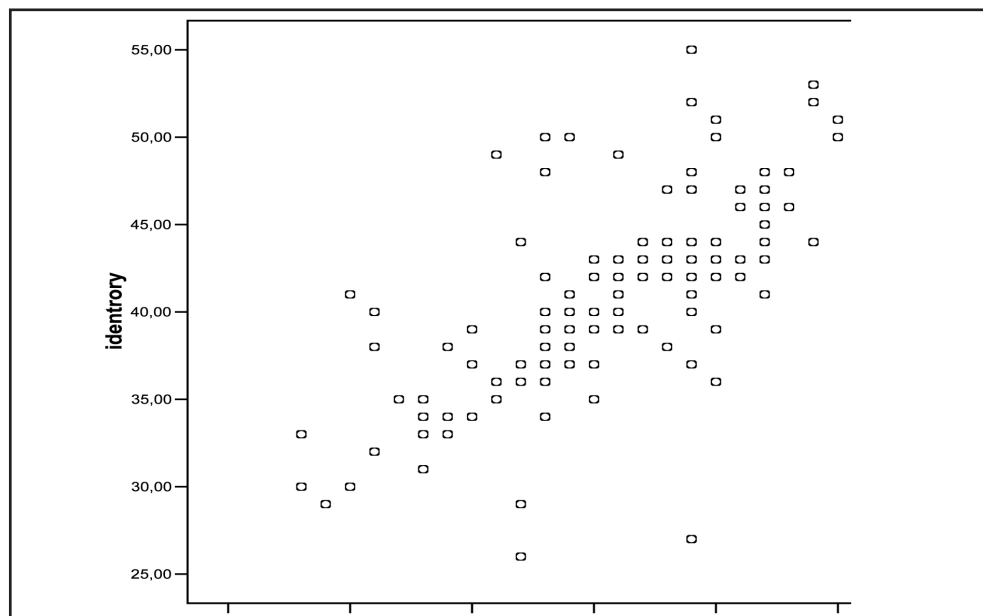
| | | identrory | identmai |
|---------------------------|-------------------|-----------|----------|
| N | | 132 | 132 |
| Parámetros normales(a,b) | Media | 41,7955 | 41,6439 |
| | Desviación típica | 6,23060 | 5,96700 |
| Diferencias más extremas | Absoluta | ,090 | ,052 |
| | Positiva | ,090 | ,051 |
| | Negativa | -,047 | -,052 |
| Z de Kolmogorov-Smirnov | | 1,034 | ,598 |
| Sig. asintót. (bilateral) | | ,235 | ,868 |

Los resultados muestran que se en ninguna de las dos variables fue significativa la diferencia ($p > 0,05$), por lo que se puede considerar que ambas variables no se diferencian de manera significativa de la distribución normal. Dada la normalidad de las variables procedemos a continuación a realizar pruebas inferenciales paramétricas.

Objetivo nº1: contrastar las diferencias existentes, en el nivel de empatía e identificación obtenido con dos protagonistas discapacitados en toda la muestra.

La correlación entre la identificación de ambos protagonistas fue muy alta 0,751 y significativa ($p < 0,001$), tal y como puede observarse en el cuadro 1, lo cual indica que los estudiantes tuvieron identificaciones similares con ambos protagonistas.

Cuadro 1. Diferencias en la identificación con ambos personajes



En los estadísticos descriptivos para las variables identificación con Rory (referenciado en tablas como: identrory) e identificación con Michael (referenciado en tablas como: identmai), las medias, tal y como puede observarse en la Tabla 2, muestran que hubo una casi imperceptible mayor identificación con Rory (41,79 vs. 41,64). La desviación típica nos informa que la variabilidad del alumnado en sus respuestas fue un poco más variable en la identificación con Rory (6,3 vs. 5,9). En ambas variables la asimetría de valores fueron muy cercanos a 0 ($As=0,03$; $As= -0,008$), lo cual informa de que son bastante simétricas. Respecto a la curtosis o apuntamiento, las dos han dado valores negativos pero no muy lejanos a 0 ($Cu=-0,14$; $Cu= -0,21$). Esta información significa que son variables mesocúrticas con ligera tendencia a platicúrticas, es decir un poco más aplastadas que la distribución normal.

Tabla 3. Puntuaciones medias y desviaciones típicas respecto a identificación con Rory y Michael

Estadísticos descriptivos

| | N | Mínimo | Máximo | Media | Desv. Típ. | Asimetría | | Curtosis | |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | Estadist. | Estadist. | Estadist. | Estadist. | Estadist. | Estadist. | Err. Típ. | Estadist. | Err. Típ. |
| identrory | 132 | 26,00 | 55,00 | 41,7955 | 6,23060 | ,036 | ,211 | -,140 | ,419 |
| identmay | 132 | 28,00 | 55,00 | 41,6439 | 5,96700 | -,008 | ,211 | -,214 | ,419 |
| N válido | 132 | | | | | | | | |

Objetivo nº2: Comparar las puntuaciones obtenidas en empatía e identificación con los personajes cinematográficos entre estudiantes de carreras afines al tema tratado: Psicopedagogía, Magisterio especialidad de Educación Especial y Educación Social.

Para comprobar las diferencias existentes entre el alumnado de diferentes carreras afines al tema tratado, se ha realizado un análisis de varianza unifactorial inter-grupo. No se han encontrado diferencias significativas ($p>0,05$), tal y como puede observarse en la Tabla 4, ni para la identificación con Rory ni para la identificación con Michael, las diferencias se deben al azar. Si bien es cierto que los datos muestrales revelan que las medias de identificación son mayores en Magisterio Educación Especial, las pruebas inferenciales nos impiden generalizarlo.

Tabla 4. Análisis de varianza: diferencias en empatía e identificación según las diferentes carreras

Prueba de homogeneidad de varianzas

| | Estadístico De Levene | gl1 | gl2 | Sig. |
|-----------|-----------------------|-----|-----|------|
| identrory | 1,088 | 2 | 129 | ,340 |
| identmay | 1,308 | 2 | 129 | ,274 |

La prueba de homocedasticidad (varianzas iguales o similares) demuestra que no hay diferencias significativas entre varianzas ($p>0,05$) por lo que sí se cumple el supuesto.

Tabla 5. Diferencias en la identificación con cada personaje según las carreras

Descriptivos

| | N | Media | Desviación Típica | Error Típico | Intervalo de confianza para la media al 95% | | Mínimo | Máximo |
|-------------------|-----|---------|----------------------|-----------------|---|--------------------|--------|--------|
| | | | | | Límite Inferior | Límite superior | | |
| identrory | | | | | | | | |
| Psicopedag. | 48 | 41,6250 | 6,91168 | ,99761 | 39,6181 | 43,6319 | 26,00 | 55,00 |
| Magist.Educ. Esp. | 39 | 42,1026 | 5,64659 | ,90418 | 40,2722 | 43,9330 | 27,00 | 55,00 |
| Educación Social | 45 | 41,7111 | 6,07387 | ,90544 | 39,8863 | 43,5359 | 30,00 | 55,00 |
| Total | 132 | 41,7955 | 6,23060 | ,54230 | 40,7226 | 42,8683 | 26,00 | 55,00 |
| identmay | | | | | | | | |
| Psicopedag. | 48 | 40,7917 | 6,52314 | ,94153 | 38,8975 | 42,6858 | 28,00 | 55,00 |
| Magist.Educ. Esp. | 39 | 42,5641 | 5,37438 | ,86059 | 40,8219 | 44,3063 | 33,00 | 55,00 |
| Educación Social | 45 | 41,7556 | 5,83545 | ,86990 | 40,0024 | 43,5087 | 28,00 | 55,00 |
| Total | 132 | 41,6439 | 5,96700 | ,51936 | 40,6165 | 42,6714 | 28,00 | 55,00 |

Tal y como se puede comprobar en la Tabla 5, el nivel de identificación con ambos personajes fue muy alto en todas las carreras. De esta manera, encontramos las medias más altas (42,56) en Magisterio (Educación Especial) en la identificación con Michael y la más baja (40,79) en Psicopedagogía, también, respecto a la identificación con Michael. Así mismo, en el caso de Rory, encontraríamos la media más alta en Magisterio (Educación Especial) (42,10).

Objetivo nº3: Identificar los valores percibidos por los participantes de la investigación en cada uno de los personajes cinematográficos discapacitados y compararlos con los valores personales de cada participante.

Para conocer si los sujetos que se han identificado más con un protagonista que con otro, ha sido porque sus valores personales se asemejaban más a los del protagonista en cuestión, se han realizado correlaciones de Pearson para cada uno de los 10 tipos de valores básicos.

Además, se ha creado una nueva variable en la cual se etiqueta a cada sujeto de la muestra según ha sido su identificación:

1. Más identificado con Michael $n=23$, la puntuación en identificación con Michael es mayor de 2 unidades que la identificación con Rory

2. Identificación con los dos protagonistas de manera parecida $n=85$, las puntuaciones de identificación en ambos protagonistas son iguales o con una diferencia máxima de 2 unidades (por ejemplo 43 vs 45).
3. Más identificado con Rory $n=24$, la puntuación en identificación con Rory es mayor de 2 unidades que la identificación con Michael.

Se han encontrado resultados muy variados en referencia a cada dominio de valor. Por ello, analizaremos lo sucedido con cada uno independientemente, pero siempre teniendo en cuenta las diferencias existentes entre las personas que han obtenido una mayor identificación con Michael y las que se han sentido más identificadas con Rory.

- *Autodirección*: Podemos decir que sí existe relación entre los valores de autodirección y los valores que se perciben en el personaje con quien más se han identificado en el caso de Rory ($r=0,5050$ $p<0,05$), pero en cambio no sucede lo mismo en el caso de Michael ($r=0,187$ $p<0,05$).
- *Estimulación*: En los sujetos que se identifican más con Michael hay una correlación positiva ($r=0,449$, $p<0,05$) entre los valores propios de estimulación y el los valores percibidos en Rory. Es decir, que los valores personales de los sujetos se relacionan más con los de Rory pero se identifican más con Michael.
- Y en los sujetos que más se identifican con Rory hay una correlación negativa
- ($r=-0,423$ $p<0,05$) entre los valores propios de estimulación y los valores percibidos en Michael. Con lo cual podemos confirmar que los sujetos que menos relacionan sus valores con los de Michael son los que se identifican con Rory.
- *Hedonismo*: no existe correlación significativa en ninguno de los dos casos: Michael ($r=0,208$) y Rory ($r=-0,111$)
- *Logro*: Existe relación entre los valores propios de logro y los valores percibidos en el personaje con quien más se ha identificado, pero solo en el caso de Rory ($r=0,420$, $p<0,05$) y no en el caso de Michael ($r=0,78$, $p<0,001$)
- *Poder*: no existe correlación significativa en ninguno de los dos casos habiéndose recogido la siguiente puntuación: Michael ($r=0,336$) y Rory ($r=-0,002$)

- *Seguridad*: Existe relación entre la puntuación en el propio valor de seguridad y el valor percibido en los protagonistas, pero sólo en aquellos sujetos de la muestra que se identifican con Michael ($r=0,440$, $p<0,05$) y no en los que se identificaban con Rory ($r=0,341$)
- *Conformidad*: cuando el valor es conformidad, se ha encontrado una relación significativa ($r=0,573$, $p<0,01$) entre el valor propio y el percibido en Rory, pero solo en los sujetos que se identificaban más con Michael. En el caso de los que se identificaron con Rory no se cumplía ($r=0,105$)
- *Tradición*: Cuando el valor es tradición se ha encontrado una relación significativa ($r=0,424$, $p<0,05$) entre el valor propio y el percibido en Rory, pero solo en los sujetos que se identificaban más con Michael.
- *Benevolencia*: Sí existe relación entre los valores propios de benevolencia y los valores que se percibe en el personaje con quien más se han identificado, pero solo en el caso de Michael ($r=0,504$, $p<0,05$).
- *Universalismo*: Existe relación entre la puntuación en el propio valor de universalismo y el valor percibido en los dos protagonistas Rory ($r=0,472$, $p<0,05$), Michael ($r=0,515$, $p<0,05$), pero solo en aquellos sujetos de la muestras que se identificaban con Michael.

A modo de síntesis, en la siguiente tabla se pueden observar los resultados obtenidos respecto al tercer objetivo.

Tabla 6. Relación entre valores personales y valores percibidos en cada personaje

| Dominio de Valor | RORY | MICHAEL | Ejes |
|----------------------------|-------------|----------------|------------------------|
| Auto-dirección | SI | NO | Apertura al cambio |
| Estimulación | *NO | NO | |
| Hedonismo | NO | NO | |
| Logro (realización) | SI | NO | Auto-perfeccionamiento |
| Poder | NO | NO | |
| Seguridad | NO | SI | Conservación |
| Conformidad | *NO | NO | |
| Tradición | *NO | NO | |
| Benevolencia | NO | SI | Auto-trascendencia |
| Universalismo | NO | SI | |

* Existe relación significativa entre los valores personales y los percibidos en Rory pero no en los que se han identificado con él, sino en los sujetos que se han identificado con Michael. Por lo tanto, no podemos confirmar que en

estos valores se cumpla la correlación entre valor personal y el percibido en el personaje con el que se han identificado.

Objetivo nº4: Analizar el nivel de elaboración cognitiva generada por la película en todos los participantes.

Para comprobar la relación entre elaboración cognitiva (referenciado en tabla como: elabcog) y la identificación con ambos protagonistas se realizaron unas correlaciones de Pearson, obteniendo resultados significativos. La correlación entre elaboración cognitiva e identificación con Rory fue de ($r=0,553$, $p<0,01$) y la correlación elaboración cognitiva e identificación con Michael fue de ($r=0,557$, $p<0,01$). Esto demuestra que en ambos casos la relación fue en sentido positivo o directo, es decir, que a mayor identificación con el personaje, la elaboración cognitiva también era mayor, y viceversa.

Tabla 7. Correlaciones entre la elaboración cognitiva y la identificación con ambos protagonistas

Correlaciones

| | | elabcog | identrory | identmai |
|-----------|---------------------|---------|-----------|----------|
| Elabcog | Correlación Pearson | 1 | ,553** | ,557** |
| | Sig. (bilateral) | | ,000 | ,000 |
| | N | 132 | 132 | 132 |
| Identrory | Correlación Pearson | ,553** | 1 | ,751** |
| | Sig. (bilateral) | ,000 | | ,000 |
| | N | 132 | 132 | 132 |
| identmai | Correlación Pearson | ,557** | ,751** | 1 |
| | Sig. (bilateral) | ,000 | ,000 | |
| | N | 132 | 132 | 132 |

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

5. Conclusiones

Si realizamos una síntesis de los datos obtenidos, se puede concluir lo siguiente en referencia a cada objetivo planteado en nuestra investigación experiencial:

En términos globales, respecto al primer objetivo, referido a contrastar las diferencias existentes en el nivel de empatía e identificación con los dos protagonistas discapacitados, se halla que el nivel de identificación es muy alto, aunque la similitud aparente con los protagonistas sea muy baja.

En cuanto al segundo objetivo, nuestros resultados son congruentes con los hallados por Moreno y col. (2006), al demostrar la no existencia de diferencias significativas entre las actitudes manifiestas hacia la discapacidad por estudiantes de carreras afines; así mismo, tampoco existirían éstas en el caso de la identificación.

Continuando con el tercer objetivo del estudio, se puede afirmar que, si extrapolamos a la identificación lo indicado por Medrano y col. (2009) sobre la relación que encontraron entre los valores personales de los sujetos y los que perciben en los programas que más les gustan, la relación se cumple parcialmente. Los resultados de este estudio indican que, en el caso de Michael, existe relación significativa en el caso de los siguientes dominios de valor: universalismo, benevolencia y seguridad. Valores que, a su vez, corresponden a los ejes referidos a la auto-trascendencia y conservación.

En el caso de Rory existe correlación, pero únicamente en el caso de la auto-dirección y el logro, dominios de valor que corresponden con los ejes referentes a la apertura al cambio y auto-perfeccionamiento. Estos resultados coinciden con la descripción que recogíamos de ambos personajes en el resumen de la película, en el que indicábamos que Michael era una persona más conformista y adaptada a las normas y Rory una persona más luchadora, inconformista y abierta al cambio.

No obstante, en los restantes dominios de valor (5 en total) no se cumple la correlación buscada. De este modo, en el caso del hedonismo y del poder no existiría relación con ninguno de los protagonistas. Y, curiosamente, se da una relación inversa en el caso de estimulación, conformidad y tradición, ya que en este caso se ha encontrado una correlación positiva con Rory en aquellos sujetos que se han identificado con Michael.

Así mismo es preciso considerar que la mayor parte de la muestra (85 sujetos) se ha identificado en igual medida con los dos personajes. Teniendo en cuenta que este estudio partía de la consideración de que ambos protagonistas reflejan valores diferentes, concluiríamos que en la gran mayoría de la muestra no ha influido la percepción de valores a la hora de identificarse con el personaje.

Por último, respecto al cuarto objetivo, aunque mediante el Modelo de Transporte Narrativo diferentes autores plantean que los procesos de inmersión e identificación con los personajes son factores que impiden la reflexión o elaboración cognitiva (Moyer-Gusé 2008), este estudio confirma lo planteado por el modelo de procesos paralelos de persuasión incidental, que vincula la identificación con los personajes con una mayor implicación con el mensaje y, en consecuencia, con una mayor elaboración cognitiva (Cohen 2001, Igartua, 2010; Igartua y Páez, 1997, 1998). Estos datos nos confirman que la identificación con los personajes no conlleva una menor reflexión, sino que estimula una mayor elaboración cognitiva acerca del tema tratado.

6. Discusión

En primer lugar, queremos señalar que el trabajo presentado en este artículo es una investigación de carácter experimental, por lo que los datos hallados y presentados en la misma deberían ser confrontados con diferentes trabajos. Por ello, a continuación, se realizará la discusión de nuestros resultados tratando de encontrar las congruencias e incongruencias de nuestros datos con los hallados en otros trabajos y dejando así las puertas abiertas a la reflexión y al planteamiento de nuevas interrogantes.

Los resultados obtenidos en el primer objetivo, sobre el alto nivel de identificación reflejado hacia los personajes discapacitados, no concuerdan con el estudio de Ruiz et al. (2005), donde se consideraba el atractivo físico como principal motivo para identificarse con un personaje. Así mismo, tampoco coinciden con los resultados del trabajo de Hoffner (1996) en el que se afirma que los jóvenes tienden a identificarse con personajes del propio género. Esta misma autora señalaba la inteligencia del personaje como otro factor importante para la identificación.

Sin embargo, nuestros datos demuestran que en el caso de personajes con discapacidades como la parálisis cerebral, la identificación es muy alta. De modo que estamos en condiciones de afirmar que realmente existe un alto nivel de identificación con personajes que no tienen un gran atractivo físico, que no coinciden en el género con el espectador, que en apariencia difieren mucho de los propios espectadores (al ser discapacitados y tener las limitaciones propias de la discapacidad en cuestión), así como por no ser mencionados por su inteligencia. No obstante, cabe destacar que, a diferencia de los estudios realizados por Hoffner (1996), en este trabajo los sujetos no han tenido la posibilidad de elegir los personajes con los que más se identificaban, sino que se les ha mostrado un único contenido fílmico con dos personajes principales que tenían unas características concretas (discapacidad física y género masculino), por lo cual las afirmaciones anteriores han de ser tomadas con cierta cautela.

Por otro lado, los altos índices obtenidos en todas las carreras afines que componían la muestra, nos conducen a plantearnos una nueva interrogante para futuras investigaciones referidas a si la motivación existente a priori hacia el tema tratado puede ser un factor influyente en el nivel de identificación. Para ello, convendría realizar comparaciones con muestras de estudiantes de carreras que no tengan ninguna relación con el tema de la discapacidad.

Otra cuestión que quedaría abierta para continuar trabajando sería la referida al análisis de valores. Ya que habría que corroborar en investigaciones siguientes, si realmente los sujetos expuestos al visionado, y que se han identificado con ambos personajes, han considerado que los dos protagonistas reflejaban valores similares o no, ya que esto podría repercutir directamente en la conclusión final obtenida.

Por último, respecto a las conclusiones halladas en el cuarto objetivo, donde se observa una correlación positiva entre la identificación y la elaboración cognitiva, son de gran interés desde la perspectiva educativa, ya que el profesorado podría utilizar el visionado de películas como la presentada en este mismo trabajo para favorecer la reflexión hacia el tema de la discapacidad del alumnado, y fomentar el espíritu crítico en la recepción de la información transmitida a través de los medios de comunicación (Marta Lazo, 2006).

Igualmente, se podrían utilizar los grupos de discusión tal y como se describen en la investigación de Tortajada (2009), de forma que facilitarían la triangulación de los datos obtenidos mediante las escalas, junto con una discusión conjunta de los análisis realizados.

Antes de finalizar, también es preciso señalar las limitaciones del trabajo. Por un lado, la muestra es de conveniencia y de tamaño reducido; y por otro lado, la mayoría son mujeres. En este sentido, sería conveniente contrastar estos datos con una muestra más homogénea. Otra limitación está relacionada con el efecto de saturación, dado que cada participante ha tenido que rellenar tres veces el mismo cuestionario

de valores constituido por 21 ítems. Una para conocer sus valores personales y otros dos para conocer los valores percibidos en ambos personajes.

Futuras investigaciones deberían profundizar en las posibilidades educativas que la identificación con los personajes puede propiciar para la reflexión de temas que se trabajen en el aula. Además, teniendo en cuenta que Igartua y Páez (1998) nos indican que la dimensión central del constructo es la empatía emocional, sería interesante observar si el hecho de que investigaciones como la de Retuerto (2004), en la que demuestran una mayor puntuación en fantasía y preocupación empática en mujeres, podría significar una mayor capacidad de identificación en el género femenino frente al masculino y a qué factores se puede deber esto. Por otra parte, se debería seguir ahondando en qué factores antecedentes pueden ser relevantes para obtener una alta identificación, concretamente con el colectivo discapacitado, ya que esto podría ser una herramienta para fomentar diferentes estrategias educativas.

Para finalizar, tampoco hay que descartar el avanzar en el estudio de los efectos a corto y largo plazo que puede generar la exposición fílmica en el espectador, así como en el nivel de persuasión que se puede obtener con ello, ya que de esta manera podríamos ayudar a crear actitudes y prácticas más inclusivas desde el punto de vista social.

Referencias bibliográficas

- AGUADED, José Ignacio (1999) *Convivir con la televisión. Familia, educación y recepción televisiva*. Barcelona: Paidós.
- BLANCO, Javier (1996). La discapacidad a través de la publicidad. **En:** *Tabanque: Revista Pedagógica*, nº11. Valladolid: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Valladolid, p. 201-212.
- BRYANT, Jennings y VORDERER, Peter (Eds.).(2006). *Psychology of entertainment*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- COHEN, Jonathan (2001). Defining identification: a theoretical look at the identification audiences with media characters. **En:** *Mass Communication and Society*, vol. 4, nº 3. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, p. 245-265.
- COHEN, Jonathan. (2006). Audience identification with media characters. **En:** BRYANT, Jennings; VORDERER, Peter (Eds.). *Psychology of entertainment*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, p. 183-197.
- DEL RÍO, Pablo.; ALVAREZ, Amelia. y DEL RÍO, Miguel (2004). *Pígalión. Informe sobre el impacto de la televisión en la infancia*. Madrid: Fundación Infancia y Aprendizaje.
- EVANS, JESSICA. Y HALL, STUART (Eds). (2002). *Visual culture. The reader*. Londres: Sage

- FERNÁNDEZ-PINTO, Irene; LÓPEZ-PÉREZ, Belén; y MÁRQUEZ, María (2008). Empatía: Medidas, teorías y aplicaciones en revisión. **En:** *Anales de Psicología*, vol. 24, nº 2. Murcia: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Murcia, p. 284-298.
- FISHERKELLER, Joellen (1997). Everyday learning about identities among young adolescents in television culture. **En:** *Anthropology and Education Quarterly*, v. 28, nº 4 American Anthropological, p. 467-492.
- FLYNN, James (Productor), WILSON, Juanita (Productor), O'SULLIVAN, Morgan (Productor) & O'DONNELL, Damien (director). (2004). *Bailo Por dentro (Rory O'Shea was here)* [Película]. Reino Unido, Irlanda y Francia: Studio Canal.
- HOFFNER, Cynthia (1996). Children's wishful identification and parasocial interaction with favourite television characters. **En:** *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, vol. 40, nº 4. Philadelphia: Taylor & Francis, p. 25-37.
- GEBNER, George; MORGAN, Michael y SIGNORELLI, Nancy (1996) Crecer con la televisión: perspectiva de la aculturación. **En:** BRYANT, Jennings; ZILLMAN, Dolf (Eds.). *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*. Barcelona: Paídos, p. 35-66
- IGARTUA, Juan José (2007). *Persuasión narrativa. El papel de la identificación con los personajes a través de las culturas*. Alicante: Editorial Club Universitario.
- IGARTUA, Juan José (2008). Identificación con los personajes y persuasión incidental a través de la ficción cinematográfica. **En:** *Escritos de Psicología*, vol.2, nº1. Málaga: Universidad de Málaga, p.42-53.
- IGARTUA, Juan José, ACOSTA, Tania y FRUTOS, Francisco Javier (2009). Recepción e impacto del drama cinematográfico: el papel de la identificación con los personajes y la empatía. **En:** *Global Media Journal*, vol. 6, nº11. México: Tecnológico de Monterrey , p. 1-18
- IGARTUA, Juan José; et. al.(2010). Persuasión a través del cine. Un estudio experimental sobre la recepción e impacto de la película "Camino". Comunicación presentada en el II Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación.
- IGARTUA, Juan José y MUÑIZ, Carlos (2005). Procesos de recepción cinematográfica. Factores explicativos del disfrute y evaluación estética. **En:** *Psicología Social y problemas sociales*, vol. 2. Madrid: Biblioteca Nueva, p.449-460.
- IGARTUA, Juan José y MUÑIZ, Carlos (2008). Identificación con los personajes y disfrute ante largometrajes de ficción. Una investigación empírica. **En:** *Comunicación y Sociedad*, vol. 21, nº 1. Pamplona: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, p.25-52.
- IGARTUA, Juan José y PÁEZ, Darío (1997a). El cine sobre la Guerra Civil Española: una investigación sobre su impacto en actitudes y creencias. **En:** *Boletín de Psicología*, nº 57. Valencia: Editorial Promolibro, p.7-39.
- IGARTUA, Juan José y PÁEZ, Darío (1998). Validez y fiabilidad de una escala de empatía e identificación con los personajes. **En:** *Psicothema*, vol.10, nº 2. Oviedo: Colegio Oficial de Psicólogos del Principado de Asturias, p.423-436.
- LÓPEZ, María y LÓPEZ, Mercedes (2005). Televisión, personas con discapacidad y currículum formativo del profesorado. URL: [<http://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=25&articulo=25-2005-178>], 03/02/ 2010.

- MARTA LAZO, Carmen (2008). La competencia televisiva en el currículo escolar. En *Zer* vol 13 nº 25. Bilbao. Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, p. 107-120
- MEDRANO, Concepción; CORTÉS, Alejandra, AIERBE, Ana, y OREJUDO, Santos . (2010). Los programas y características de los personajes preferidos en el visionado de la televisión: diferencias evolutivas y de sexo. **En:** *Cultura y Educación*, vol. 22, nº 1. Madrid: Fundación Infancia y Aprendizaje, p.3-20
- MEDRANO, Concepción; AIERBE, Ana. y OREJUDO, Santos (2010). Televisión Viewing Profile and Values: Implications for Moral Educations. **En:** *Journal of Psychodidactics*, vol. 15, nº 1. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, p.57-76
- MEDRANO, Concepción; CORTÉS, Alejandra y PALACIOS, Santiago. (2007). La televisión y el desarrollo de valores. **En:** *Revista de Educación*, nº 342. Madrid: Secretaría General Técnica Subdirección General de Información y publicaciones Ministerio de Educación , p. 307-328.
- MEDRANO, Concepción; CORTÉS, Alejandra y PALACIOS, Santiago (2009). Los valores personales y los valores percibidos en la televisión: un estudio con adolescentes. **En:** *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado (REIFOP)*, vol. 12, nº 4. Zaragoza: Universidad de Zaragoza, p.55-66.
- MONTERO, Yolanda (2006). *Televisión, valores y adolescencia*. Barcelona: Gedisa.
- MORENO, Francisco Javier; et al. (2006). Actitudes ante la discapacidad en el alumnado universitario matriculado en materias afines. **En:** *Revista Iberoamericana de Educación*, vol.40, nº 5. Madrid: Organización de Estados Iberoamericanos (OEI), p.1-12.
- MOYER-GUSÉ, Emily (2008). Toward a theory of entertainment persuasion: explaining the persuasive effects of entertainment-education messages. **En:** *Communication Theory*, nº18. USA :Wiley Inter Science, p.407-425.
- OATLEY, Keith (1999). Meetings of minds: dialogue, sympathy and identification in reading fiction. **En:** *Poetics*, nº 26. USA: Elsevier Science, p.439-454.
- PÉREZ-FUENTES, Pilar y ANDINO, Susana (2003). *Las desigualdades de género en el sistema universitario público vasco*. Vitoria-Gasteiz: Emakunde.
- PINDADO, Julián (2006). Los medios de comunicación y la construcción de la identidad. **En:** *Zer*, nº 2. Bilbao. Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación. p.11-22
- RETUERTO, Ángel (2004). Diferencias en empatía en función de las variables género y edad. **En:** *Apuntes de Psicología*, vol. 22, nº3. Sevilla: Colegio Oficial de Psicología de Andalucía Occidental y Universidad de Sevilla, p.323-339.
- RUIZ, Cristina; CONDE, Elena y TORRES, Esteban (2005). Importance of facial physical attractiveness of audiovisual models in descriptions and preferences of children and adolescents. **En:** *Perceptual and Motor Skills*, nº101. USA: Ammons Scientific, p.229-243.
- SCHWARTZ, Salomon H. (2003). A proposal for Measuring Value Orientations across Nations [Chapter 7 in the Questionnaire Development Report of the European Social Survey]. URL: [http://www.europeansocialsurvey.org/index.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=126&itemid=80], 10/01/2010.

- SLATER, Michael y ROUNER, Donna (2002). Entertainment – Education and Elaboration Likelihood: Understanding the Processing of Narrative Persuasion. **En:** *Communication Theory*, vol. 12, nº 2. USA :Wiley Inter Science, p.173-191.
- SLATER, Michael; ROUNER, Donna & LONG, M. (2006). Television Dramas and Support for Controversial Public Policies: Effects and Mechanisms. **En:** *Journal of Communication*, nº56. USA :Wiley Inter Science, p.235-252.
- TORTAJADA, Iolanda (2009). ¿Qué hay de nuestro aquí? Cómo se perciben en los medios algunas minorías residentes en Cataluña. *En Zer*, v.14 nº 26 Bilbao. Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación p. 59-80.
- WILLIAMS, Frederick; STROEVER, Sharon y GRANT, August (1996). Aspectos sociales de las tecnologías de los nuevos media. **En:** BRYANT, Jennings; ZILLMAN, Dolf (Eds.). *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*. Barcelona: Paidós, p. 617-642.