

VALIDEZ Y FIABILIDAD DE UNA ESCALA DE EMPATÍA E IDENTIFICACIÓN CON LOS PERSONAJES

Juan José Igartua Perosanz y Darío Paez Rovira*

Universidad de Salamanca, * Universidad del País Vasco

En este artículo se exponen los resultados de una investigación experimental, diseñada para validar y dotar de fiabilidad una escala autoaplicada de identificación con los personajes de relatos audiovisuales de ficción (escala EDI). La escala en cuestión (formada por 17 ítems) obtiene una adecuada consistencia interna, validez estructural, discriminante y concurrente. La empatía afectiva emerge como una dimensión central de este constructo. Por otro lado, la manipulación experimental de la exposición a segmentos fílmicos (de valencia positiva y negativa) indujo una respuesta de identificación con los personajes acorde con el tipo de instrucción dada a los sujetos (identificación o distanciamiento). Finalmente, la vivencia emocional experimentada por la visión de los segmentos fílmicos se asociaba de manera significativa con el grado de identificación con los personajes.

Validity and reliability of a empathy and identification with characters scale. This paper discuss the results of an experimental research about the validity and reliability of a self-report scale that measures the empathy and identification with characters of audiovisual fictional stories (EDI scale). This scale, that was composed of 17 items, had a satisfactory internal consistency, structural, discriminat and concurrent validity. Affective empathy was a very important dimension to define this construct. Moreover, the experimental manipulation of the exposition to filmic segments (with positive and negative valence) induced a different level of identification with characters depending on the type of instruction given to the subjets (identification versus distant observation). Finally, the emotional experience provoked by the exposition to the filmic segments was significantly associated with the degree of identification with the characters.

El concepto de identificación con los personajes es mencionado con gran frecuencia cuando se aborda el estudio del impacto producido por las comunicaciones audiovisuales, en particular de tipo dramático (co-

mo las series de televisión o los largometrajes). Dicho concepto fue originalmente propuesto dentro del psicoanálisis para comprender cómo se producía la recepción de la obra de arte en general y literaria en particular (Freud, 1974, 1985; Paraíso, 1994). Asimismo, la importancia de *tomar la perspectiva de los personajes* de las tramas narrativas (de tipo audiovisual en particular) en la inducción del placer estético y de las emociones asociadas a la recepción de éstas

Correspondencia: Juan José Igartua Perosanz
Facultad de Ciencias Sociales
Universidad de Salamanca
37007 Salamanca (Spain)
E-mail: jigartua@gugu.usal.es

es compartida en la actualidad por toda una línea de investigación (Hoffner y Cantor, 1991; Tan, 1996).

Dimensiones del constructo de identificación con los personajes

La identificación con los personajes se ha definido como un concepto multidimensional que alude a una serie de procesos psicológicos (Davis, 1983; Davis, Hull, Young y Warren, 1987; Eron y Huesmann, 1986; Hoffner y Cantor, 1991; Huesmann, Lagerspetz y Eron, 1984; Jose y Brewer, 1984; Tannenbaum y Gaer, 1965; Turner y Berkowitz, 1972; Wilson y Cantor, 1985; Zillmann y Cantor, 1977):

- *Empatía «cognitiva»*. Se refiere al hecho de entender, comprender o ponerse en el lugar de los protagonistas, lo que se relaciona con la capacidad de tomar la perspectiva o adoptar el punto de vista del otro (*perspective-taking*). Ello posibilitará percibir y seguir el desarrollo de la historia o la «trama» de la serie o película desde el punto de vista del personaje.

- *Empatía «emocional»*. Alude a la capacidad de sentir lo que los protagonistas sienten, implicarse afectivamente de forma vicaria o sentirse preocupado por sus problemas (*empathic concern*). Posibilitará que el sujeto sea capaz de experimentar los mismos sentimientos que vivencian los personajes («sentir con los personajes»). También permitirá que el sujeto se sienta preocupado por el destino o situación de dichos personajes («sentir por los personajes»), lo que se asocia a sentir emociones como la compasión, la tensión o el suspense.

- *Capacidad de «fantasear» o de imaginación*. Consiste en que el sujeto es capaz de anticipar las situaciones a las que se expondrán los protagonistas de los relatos de ficción o inferir cuáles serán las consecuencias de las acciones de éstos.

- El hecho de «*volverse protagonista*» (*become character*). Se refiere a la sensación de sentirse como si uno mismo fuera uno de los protagonistas durante la visión de la serie o largometraje.

La identificación con los personajes se relaciona además, de forma positiva, con el grado de atracción «personal» sentida hacia los personajes de las series o películas (Hoffner y Cantor, 1991). Dicha atracción, hacia los personajes de los relatos dramáticos audiovisuales (series de televisión o películas), se concreta en los siguientes aspectos o dimensiones:

- La «*valoración positiva*» (*liking*) de los protagonistas en su conjunto. Consiste en evaluar en qué medida los protagonistas son apreciados y si resultan atractivos. Por lo general los sujetos evalúan positivamente a los personajes que presentan atributos personales que se perciben favorablemente. Además, son mejor evaluados los personajes que son similares al propio sujeto. De este modo, una condición básica para que se produzca la identificación es que el sujeto evalúe de forma positiva al personaje de la serie o película en cuestión.

- La «*percepción de similaridad*» con los personajes. Supone evaluar en qué medida el sujeto considera que se parece a los personajes. Dicha percepción se verá facilitada si personajes y audiencia comparten características como el sexo, la edad, la clase social o la proximidad o cercanía cultural. También serán importantes los rasgos o atributos de personalidad; por ejemplo, una persona tímida, en comparación con otra que no lo sea, puede sentir más afinidad con respecto a un personaje que se comporta con timidez. Se ha señalado que la identificación es mayor cuando el grado de similitud o semejanza entre los personajes y el sujeto también lo es.

- El hecho de «*desear ser como los personajes*» (*desire to be like characters*). Normalmente se evalúan de forma positiva los personajes atractivos, con prestigio, que llevan una vida gratificante y con éxito. En este caso, la atracción por este tipo de personajes no se explicaría por la percepción de similitud (ya que éstos no se pueden considerar similares al sujeto medio), sino porque son admirados y reflejan aquello que se quisiera ser o alcanzar (el éxito económico o en el amor, la vida confortable, etc.). Existe una relación positiva entre el deseo de ser como los personajes y la identificación con los mismos durante la visión de las series o películas de entretenimiento.

Identificación con los personajes y agresión

Una de las primeras inclusiones de la variable «identificación con los personajes» en la investigación sobre comunicación de masas, se ha realizado dentro del área de estudio sobre el impacto de la visión de programas violentos en la agresividad en niños (Bandura, Ross y Ross, 1963a, 1963b; Eron y Huesmann, 1986; Huesmann, Lagerspetz y Eron, 1984; Turner y Berkowitz, 1972; Zuzul, 1985). Los estudios de tipo longitudinal realizados desde esta perspectiva han encontrado que el grado de identificación con los personajes protagonistas de los programas violentos, correlaciona de forma positiva con el grado de agresividad de los niños (Huesmann, Lagerspetz y Eron, 1984).

Resultados similares a los anteriores se han obtenido al manipular la identificación con los personajes de forma experimental. Turner y Berkowitz (1972) expusieron a estudiantes universitarios ante un segmento de siete minutos de una película sobre boxeo («*Champion*»), estableciéndose tres condiciones diferentes en función del tipo de instrucciones recibidas por dichos sujetos: a) identificación con el protagonista («imagina

que tú eres el protagonista, trata de ponerte en su lugar»); b) observación distanciada («trata de pensar que tú eres un juez o árbitro del combate que observa con atención la conducta del protagonista»); y, c) grupo control, sin instrucciones al respecto. Se comprobó que, tras la visión de la película, los sujetos a los que se había dado instrucciones para identificarse con el personaje (violento), en comparación con los sujetos de los otros dos grupos, se comportaron más agresivamente (la variable dependiente era el número de descargas eléctricas que se «daba» a un sujeto en una tarea posterior, simulada, sobre la eficacia del castigo en el aprendizaje).

Identificación con los personajes e impacto afectivo

También se ha considerado que la «identificación con los personajes» constituye una variable interviniente o mediadora del impacto afectivo producido por la exposición a series o largometrajes de entretenimiento. En este sentido, la importancia de la identificación con los protagonistas de series y películas de entretenimiento radica en que, a medida que ésta se acrecienta, el impacto afectivo ante dichos programas aumenta (Hoffner y Cantor, 1991; Tannenbaum y Gaer, 1965). Davis, Hull, Young y Warren (1987) encontraron que, cuando se daban a los sujetos instrucciones de observar objetivamente una serie de escenas de películas dramáticas («*Quién teme a Virginia Wolf*» y «*La canción de Brian*»), se inducían respuestas emocionales de menor intensidad (reacciones emocionales positivas y de compasión). En cambio, instruir a los sujetos a observar empáticamente la narración producía fundamentalmente una reacción emocional negativa.

El objetivo del presente estudio fue estimar la fiabilidad y validez de una escala construida para evaluar la identificación con

los personajes, dada la importancia de este constructo para comprender el proceso de recepción de los estímulos dramáticos narrativos (y ante la escasez de escalas apropiadas). Para ello se realizó una investigación experimental en la que se expuso a los sujetos a diferentes segmentos de películas de entretenimiento. Tras la visión de estos fragmentos de películas los sujetos completaron (de forma autoadministrada) la escala de identificación con los personajes (junto a otras escalas comentadas más adelante). De este modo, se obtuvo una evaluación «retrospectiva» del grado de identificación de los sujetos con los personajes durante la exposición a los segmentos fílmicos.

Para poder estimar la fiabilidad y validez de la escala de identificación con los personajes, se utilizaron los siguientes procedimientos:

a) *Validez estructural o dimensional*. Se trataba de determinar si se reproducían las dimensiones, planteadas teóricamente, mediante análisis factorial de componentes principales.

b) *Fiabilidad*. Para determinar el grado de relación entre los distintos ítems de los que se componía el instrumento, se calculó el coeficiente *alpha* de Cronbach (α). Sin embargo, dado que se ha definido la identificación con los personajes como un concepto multidimensional, este coeficiente no proporciona una estimación adecuada de la consistencia interna del instrumento, por lo cual también se estimó el coeficiente *Theta* (θ) (apropiado para el caso de constructos multidimensionales).

c) *Validez discriminante* (utilizando un criterio externo). Consistió en comprobar si se observaban diferencias significativas en la medición del constructo (identificación con los personajes) en función de un criterio externo: en este caso, las instrucciones de exposición ante los segmentos fílmicos (tomadas de Davis y colaboradores, 1987).

d) *Validez concurrente*. Consistió en calcular las correlaciones entre las puntuaciones de los sujetos en el constructo (en nuestro caso, la identificación con los personajes) con las puntuaciones en otras variables teóricamente relevantes. En numerosos trabajos empíricos se ha subrayado que se pueden provocar cambios emocionales y del estado de ánimo mediante distintos estímulos de tipo artístico o dramático (Isen, 1987; Martin, 1990; Salovey y Rodin, 1985). Por otro lado, como se ha referido anteriormente, la identificación con los personajes constituye una variable interviniente y explicativa del impacto afectivo producido por la exposición ante estímulos dramáticos (Hoffner y Cantor, 1991). Finalmente, Larsen y Laszlo (1990), estudiando la respuesta a cuentos cortos dramáticos, encontraron que la cercanía histórico-cultural (húngaros frente a daneses leyendo un cuento corto de origen húngaro) provocaba una mayor identificación y recuerdos más cargados afectivamente y de mayor fuerza imaginativa. Por todo ello, se esperaba encontrar una relación coherente entre el grado de identificación con los personajes de los estímulos fílmicos y la vivencia emocional ante los mismos (percepción de sensaciones corporales y emociones sentidas); y también una relación positiva entre identificación con los personajes y cercanía cultural.

Método

Sujetos

Se seleccionaron 64 sujetos estudiantes de Psicología, con una media de edad de 22.93 años y siendo todos los sujetos mujeres.

Diseño y procedimiento

Se utilizó un diseño factorial mixto 2 x (2), siendo las variables independientes: las

instrucciones de exposición ante los segmentos fílmicos (de identificación o de distanciamiento) que constituía una variable intersujeto, y el tipo de estímulos (agradables o positivos y desagradables o negativos) que constituía una variable intrasujeto. Los sujetos fueron asignados aleatoriamente a las condiciones experimentales. La mitad de los mismos recibieron las instrucciones de identificación con los personajes y la otra mitad las instrucciones de observación distanciada. Por otro lado, todos los sujetos contemplaron ambos tipos de estímulos, estableciéndose dos órdenes diferentes para la presentación de éstos (positivo-negativo y negativo-positivo).

La visión de los segmentos fílmicos se realizó de forma colectiva en la sala de audiovisuales de la Facultad de Psicología. Al llegar a la sala de audiovisuales los sujetos se sentaron y recibieron el cuestionario correspondiente, en el que figuraban las instrucciones de exposición ante los estímulos fílmicos y también las variables dependientes. A los sujetos se les comunicó que el objetivo de la investigación era analizar con qué criterios se realizan valoraciones estéticas ante materiales fílmicos y cómo se reacciona ante los mismos. También, se les comentó que a lo largo del cuestionario aparecían una serie de instrucciones que debían leer atentamente. Una vez proporcionada esta información general se pidió a los sujetos que leyeran dos veces las instrucciones (de exposición) que aparecían en la primera página del cuestionario, tras lo cual presenciaron el primer grupo de segmentos fílmicos. Después de la visión de los mismos cumplieron las diversas escalas utilizadas para evaluar las variables dependientes del estudio (entre otras la escala de identificación con los personajes). A continuación, leyeron nuevamente las instrucciones de exposición (las mismas que habían leído al inicio de la experiencia), visionaron el segundo segmento con extractos de películas

y contestaron las variables dependientes correspondientes.

Materiales vinculados a las variables independientes

Se utilizaron dos segmentos fílmicos que fueron confeccionados a partir de la selección de determinadas escenas de diferentes películas de entretenimiento y comerciales. Dichos extractos fueron editados en cinta de vídeo (VHS).

El *segmento positivo* contenía una serie de escenas cómicas seleccionadas de una misma película de *gags* («*La gente divertida es otra cosa*»); y su duración era de 4 minutos y 58 segundos. Aparecían diversas situaciones graciosas y extravagantes en las que distintas personas (no actores profesionales) sufrían una serie de bromas. Con este segmento se pretendía inducir en los sujetos emociones positivas como la alegría, pero también emociones negativas como la vergüenza, dado que se producía una cierta ridiculización de los personajes protagonistas. El *segmento negativo* contenía escenas de diversas películas de aventuras y/o terror («*En busca del arca perdida*», «*Indiana Jones y el templo maldito*», «*En busca del fuego*», «*El retorno de los muertos vivientes*», «*El depredador*»); su duración era de 4 minutos y 44 segundos. En él aparecían imágenes que podían catalogarse de desagradables. Por ejemplo, en una de éstas secuencias los personajes protagonistas aparecían rodeados de insectos y serpientes, y ellos mismos expresaban desagrado por su situación («*Indiana Jones y el templo maldito*»). Con estos estímulos se pretendía inducir en los sujetos emociones negativas como el asco, el miedo o la angustia.

El carácter positivo o negativo de cada segmento fílmico fue juzgado por diez profesores de comunicación audiovisual (ajenos a la investigación). Los expertos consultados mostraron una alta consistencia en la evalua-

ción de los estímulos audiovisuales, por lo que su juicio se tomó como referencia válida para determinar el carácter positivo o negativo de dichos segmentos fílmicos.

Las instrucciones para la visión de los segmentos de películas (para adoptar una determinada perspectiva de identificación o de observación distanciada con respecto a los personajes), se tomaron del estudio de Davis et al. (1987). Al igual que en la investigación de dichos autores, se utilizaron dos tipos de instrucciones. Éstas aparecían escritas en el cuestionario y poseían una longitud similar: 121 palabras las instrucciones de identificación con los personajes y 118 las de observación distanciada.

El texto de las instrucciones de «*identificación*» fue el siguiente:

«Dentro de breves momentos, vas a ver unas secuencias de vídeo en las que una serie de personajes se encuentran en situaciones diferentes. Te pedimos que, mientras ves dichas secuencias, trates de *imaginar cómo se sienten los personajes* en las situaciones a las que se enfrentan. *Piensa que tú eres uno de los personajes*, que eres tú quien se enfrenta ante esas situaciones y *siente las mismas emociones que ellos*. Intenta concentrarte en la propia experiencia o vivencia de los personajes, trata de visualizar cómo se sienten éstos por enfrentarse a las situaciones. En definitiva, *trata de identificarte con sus sentimientos y reacciones*. Después de la visión de las secuencias de vídeo te preguntaremos una serie de cuestiones sobre las mismas».

El texto de las instrucciones de «*distanciamiento*» fue el siguiente:

«Dentro de breves momentos, vas a ver unas secuencias de vídeo en las que una serie de personajes se encuentran en situaciones diferentes. Te pedimos que, mientras ves dichas secuencias, *observes*

con mucha atención todo lo que hacen dichos personajes. Observa cuidadosamente todos los matices o aspectos de sus comportamientos. Intenta observar tanto la frecuencia de determinadas conductas como las reacciones no verbales de los personajes. Por ejemplo, *observa sus gestos, sus cambios de postura corporal, sus miradas, etc.* En definitiva, *observa la conducta de estos personajes tan cuidadosamente como puedas pero no trates de identificarte o empatizar con ellos*. Después de la visión de las secuencias de vídeo te preguntaremos una serie de cuestiones sobre las mismas».

Variables dependientes

Las variables dependientes consideradas en esta investigación fueron las siguientes:

1.– *Identificación con los personajes*. Se evaluó mediante la escala EDI, formada por 17 ítems cuyo formato de respuesta era de cinco puntos (donde 1 significa «nada» y 5 significa «mucho»). De este modo, a mayor puntuación en la escala en su conjunto mayor identificación con los personajes. En el anexo figura íntegramente la escala EDI.

2.– *Cercanía o proximidad cultural* (Larsen y Laszlo, 1990). Se evaluó mediante 2 ítems cuyo formato de respuesta era una escala tipo Likert de cinco puntos (donde 1 era «muy en desacuerdo» y 5 era «muy de acuerdo»). Se preguntaba a los sujetos si, las escenas de los segmentos de película que acababan de ver, «trataban de situaciones muy parecidas o similares a las que puedes encontrar en tu vida diaria» y si «reflejan modos o estilos de vida culturalmente cercanos». Ambos ítems se adicionaron para formar un indicador de cercanía cultural respecto a los segmentos fílmicos.

3.– *Evaluación estética*. Los sujetos debían evaluar cada segmento fílmico mediante un diferencial semántico compuesto por

12 escalas bipolares (de cinco puntos) definidas en sus extremos por adjetivos antónimos como «desagradable-agradable», «mallo-bueno», «largo-corto», etc..

4.- *Sensaciones corporales autopercibidas*. Los sujetos debían responder en qué medida habían sentido, durante la visión de los segmentos fílmicos, 14 sensaciones corporales específicas («nudo en la garganta», «relajación muscular», etc.). El formato de respuesta era una escala de seis puntos (donde 0 significaba «no haber sentido la sensación» y 5 significaba «sentir esa sensación con mucha intensidad»). Se tomó como referencia para la selección de las sensaciones corporales el inventario PILL (*Pennebaker Inventory of Limbic Languidness*; Echevarría y Paez, 1989).

5.- *Emociones sentidas*. Se evaluaron mediante una versión modificada (abreviada y ya utilizada en una investigación previa) de la escala *Differential Emotions Scale* de Izard (Igartua, Álvarez, Adrián y Paez, 1994; Kotsch, Gerbing y Schwartz, 1982). Los sujetos debían señalar en qué medida habían sentido cada una de las 11 emociones que se presentaban («alegría», «angustia», etc.). El formato de respuesta para evaluar la intensidad afectiva era de seis puntos (donde 0 significaba «no haber sentido la emoción» y 5 significaba «sentir esa emoción con mucha intensidad»).

El orden de presentación de las variables dependientes incluidas en el cuestionario fue siempre el mismo para todos los sujetos: identificación con los personajes, cercanía cultural, evaluación estética, sensaciones corporales autopercibidas y emociones sentidas. Además, en cada cuestionario aparecían dos grupos (idénticos) de variables dependientes: uno para ser contestado después del segmento fílmico positivo y otro para después de ver el segmento negativo (dado que todos los sujetos fueron expuestos a ambos segmentos audiovisuales).

Resultados

Comprobación de la eficacia de la manipulación experimental (carácter positivo-negativo de los segmentos fílmicos)

Para verificar que la manipulación experimental (el carácter «positivo» y «negativo» de los estímulos fílmicos) había sido efectiva, se analizó la evaluación realizada por los sujetos sobre cada segmento, así como la inducción afectiva (sensaciones corporales autopercibidas y emociones sentidas) producida por éstos. Para ello se realizaron diversos análisis de varianza de medidas repetidas (MANOVA), ya que todos los sujetos visionaron los dos segmentos fílmicos, introduciéndose además como factor intersujeto el orden de presentación de dichos estímulos.

No se observaron diferencias significativas en función del orden de presentación de los estímulos fílmicos ni en la evaluación estética, ni en la inducción de sensaciones corporales, ni en la inducción de emociones sentidas; tampoco resultaron significativos los efectos de interacción orden por tipo de segmento (todas las F univariadas menores que 1.20, con 1 y 62 grados de libertad y $p > .10$).

Los sujetos evaluaron de forma diferente ambos segmentos fílmicos. El segmento positivo en comparación con el negativo fue evaluado como más «relajado» ($F(1,62) = 322.27$, $p < .001$), «agradable» ($F(1,62) = 307.32$, $p < .001$), «divertido» ($F(1,62) = 136.86$, $p < .001$), «bonito» ($F(1,62) = 76.91$, $p < .001$), «realista» ($F(1,62) = 66.57$, $p < .001$), «simple» ($F(1,62) = 54.44$, $p < .001$), «ordenado» ($F(1,62) = 50.89$, $p < .001$), «comprensible» ($F(1,62) = 34.70$, $p < .001$), «bueno» ($F(1,62) = 26.25$, $p < .001$), «rápido» ($F(1,62) = 24.74$, $p < .001$) y «corto» ($F(1,62) = 14.66$, $p < .001$). No se observaron diferencias significativas en el grado de «claridad-confusión» percibido en cada uno de

los segmentos fílmicos ($F(1,62)= 1.50, p=.225$).

Respecto a la inducción de sensaciones corporales autopercibidas, el primer dato a reseñar fue la baja puntuación media en cada una de las sensaciones consideradas. El valor medio más alto alcanzado fue 2.95 (en una escala de 0 a 5) y la gran mayoría de las medias se situaba en valores inferiores al 1 (la media global era 0.57). Por otro lado, la inducción diferencial de sensaciones corporales fue congruente con lo que cabía esperar dado el contenido de cada uno de los segmentos fílmicos. De este modo, el segmento negativo indujo, en mayor medida que el positivo, un «aumento del ritmo respiratorio» ($F(1,62)= 36.07, p<.001$), «sensaciones en el estómago» ($F(1,62)= 43.73, p<.001$), «opresión en el pecho» ($F(1,62)= 26.94, p<.001$), «nudo en la garganta» ($F(1,62)= 25.76, p<.001$), «sentirse paralizado» ($F(1,62)= 23.13, p<.001$), «manos sudorosas» ($F(1,62)= 20.93, p<.001$), «sensación de frío» ($F(1,62)= 13.48, p<.001$), «náuseas» ($F(1,62)= 8.91, p<.01$), «sensación de calor» ($F(1,62)= 6.77, p<.05$), «mal sabor de boca» ($F(1,62)= 5.12, p<.05$) y «tics corporales» ($F(1,62)= 4.25, p<.05$). Por otro lado, el segmento positivo indujo mayor «relajación muscular» ($F(1,62)= 53.43, p<.001$) y «rubor» ($F(1,62)= 4.13, p<.05$). No se observaron diferencias significativas en la inducción de «mareos» ante ambos segmentos ($F(1,62)= 1.70, p=.197$).

Igualmente, el segmento positivo indujo, en mayor medida que el negativo, una mayor intensidad de las emociones «interés o curiosidad» ($F(1,62)= 38.48, p<.001$), «alegría» ($F(1,62)= 363.70, p<.001$) y «bochorno o vergüenza» ($F(1,62)= 26.79, p<.001$). En cambio, el segmento fílmico con un contenido más desagradable indujo fundamentalmente emociones negativas como «repugnancia o asco» ($F(1,62)= 335.33, p<.001$), «angustia» ($F(1,62)= 91.40, p<.001$), «miedo» ($F(1,62)= 71.98, p<.001$), «desprecio»

($F(1,62)= 22.57, p<.001$), «ira» ($F(1,62)= 7.01, p<.01$) y «tristeza» ($F(1,62)= 5.70, p<.05$). No se observaron diferencias significativas en la vivencia emocional ante ambos estímulos en la inducción de «sorpresa» ($F(1,62)= 0.02, p=.886$), ni de «culpa» ($F(1,62)= 0.14, p=.708$).

Estructura factorial y fiabilidad de la escala EDI

Para comprobar la validez estructural de la escala de identificación con los personajes, se realizaron sendos análisis factoriales de componentes principales (rotación ortogonal) sobre cada una de las escalas completadas tras visionar el segmento fílmico positivo y el segmento negativo (por razones de espacio sólo se presenta una síntesis de dichos análisis; se describen los ítems que definían cada factor, figurando entre paréntesis las cargas de cada ítem en el factor correspondiente).

Respecto al análisis factorial efectuado sobre la escala de identificación con los personajes de los segmentos fílmicos positivos, se obtuvieron cuatro factores que explicaban el 65.6% de la varianza. Se observó un primer factor que explicaba la mayor parte de la varianza (42.4%) y que venía definido por los siguientes ítems: «me he sentido como formando parte de la historia» (.82), «he tenido la impresión de vivir realmente yo mismo la historia de los protagonistas» (.79), «me he sentido como si yo fuera uno de los protagonistas» (.79), «pensaba que me gustaría parecerme o actuar como los protagonistas» (.78), «me he identificado con los protagonistas» (.78), «pensaba que yo me parecía o era muy similar a los protagonistas» (.68), «yo mismo he experimentado las reacciones emocionales de los protagonistas» (.66) y «me he sentido implicado afectivamente con los sentimientos de los protagonistas» (.66). Dichos ítems aludían a las dimensiones que teóricamente se han de-

finido como «volverse el/la protagonista», «empatía afectiva», «desear ser como los/as protagonistas» y «percepción de similaridad».

El segundo factor explicaba un porcentaje de varianza mucho menor que el anterior (8.8%); daría cuenta de la dimensión «empatía cognitiva» y se definía por los ítems: «he comprendido la forma de actuar, pensar o sentir de los protagonistas» (.77), «he intentado imaginar los sentimientos, pensamientos y reacciones de los protagonistas» (.75), «he entendido los sentimientos o emociones de los protagonistas» (.72), «he imaginado como actuaría yo si me encontrara en el lugar de los protagonistas» (.62) y «he intentado ver las cosas desde el punto de vista de los protagonistas» (.60).

El tercer factor (8.3% de la varianza) aludía a la dimensión de «evaluación positiva» de los personajes («me ha gustado la forma de ser o de actuar de los protagonistas», peso factorial .71) y a no sentir preocupación por su situación («me he sentido preocupado por lo que les sucedía a los protagonistas», peso factorial -.82). Por último, el cuarto factor (6.2% de la varianza) se refería a una dimensión de observación distanciada («he intentado observar cuidadosamente cada una de las acciones o conductas de los protagonistas», peso factorial .82) y a la capacidad de «fantasear» o de imaginación («he sido capaz de anticipar lo que les iba a ocurrir a los protagonistas», peso factorial .52). La consistencia interna de la escala EDI para los segmentos fílmicos positivos se puede considerar alta. El coeficiente *alpha* de Cronbach fue de .89 y el coeficiente *Theta* .91.

El análisis factorial efectuado sobre la escala EDI para los segmentos fílmicos negativos, extrajo también cuatro factores y éstos explicaban el 70.2% de la varianza. En términos generales se reprodujo la estructura factorial obtenida con la escala EDI para los segmentos positivos. Existía un primer

factor que explicaba la mayor parte de la varianza (48.3%), y que venía definido por los siguientes ítems: «me he sentido como formando parte de la historia» (.88), «he tenido la impresión de vivir realmente yo mismo la historia de los protagonistas» (.88), «me he sentido como si yo fuera uno de los protagonistas» (.82), «me he sentido preocupado por lo que les sucedía a los protagonistas» (.79), «me he identificado con los protagonistas» (.78), «yo mismo he experimentado las reacciones emocionales de los protagonistas» (.76), «me he sentido implicado afectivamente con los sentimientos de los protagonistas» (.54) y «[no] he intentado observar cuidadosamente cada una de las acciones o conductas de los protagonistas» (-.40).

El segundo factor explicaba el 8.5% de la varianza y representaba la dimensión de «empatía cognitiva», ya que se definía por los ítems: «he intentado imaginar los sentimientos, pensamientos y reacciones de los protagonistas» (.81), «he intentado ver las cosas desde el punto de vista de los protagonistas» (.77), «he imaginado como actuaría yo si me encontrara en el lugar de los protagonistas» (.76), «he comprendido la forma de actuar, pensar o sentir de los protagonistas» (.58) y «he entendido los sentimientos o emociones de los protagonistas» (.58).

El tercer factor (7.4% de la varianza) aludía al grado de «atracción personal que se siente hacia los personajes», ya que se definía por los ítems: «me ha gustado la forma de ser o de actuar de los protagonistas» (.82), «pensaba que me gustaría parecerme o actuar como los protagonistas» (.56) y «pensaba que yo me parecía o era muy similar a los protagonistas» (.48). El cuarto factor (5.9% de la varianza) venía definido por un único ítem que aludía a la capacidad de «fantasear» o de imaginación («he sido capaz de anticipar lo que les iba a ocurrir a los protagonistas», peso factorial .88). La

consistencia interna de la escala EDI para los segmentos fílmicos negativos fue nuevamente alta. El coeficiente *alpha* de Cronbach fue de .90 y el coeficiente *Theta* alcanzó un valor de .93.

Efecto de las instrucciones de exposición en la identificación con los personajes

Se analizaron las diferencias de medias obtenidas en la identificación con los personajes en función del segundo factor manipulado experimentalmente: las instrucciones de exposición ante los segmentos fílmicos (identificación *versus* distanciamiento). Dichos análisis se efectuaron con respecto a la escala en su conjunto; para ello se adicionaron los 17 ítems que la componían, conformando un indicador global de identificación con los personajes. En los análisis de varianza (MANOVA) realizados se introdujo además el orden de presentación de los estímulos fílmicos como una segunda variable independiente.

No se observaron diferencias significativas en función del orden de presentación de los estímulos, ni resultaron significativos los efectos de interacción orden por condición, en las variables de identificación con los personajes tanto de los films positivos como de los negativos. Todas las *F* fueron menores que 1.40, (con 1 y 60 grados de libertad, siendo $p > .10$).

Con respecto a la identificación con los personajes de los segmentos positivos, se encontró que existían diferencias significativas entre el grupo de sujetos que recibió las instrucciones de identificación (media= 55.75) y el grupo que recibió las instrucciones de observación distanciada (media= 44.34) ($F(1,60) = 18.73, p < .001$). En cuanto a la identificación con los personajes de los segmentos negativos, también se observó que existían diferencias significativas entre el grupo que recibió las instrucciones de identificación (media= 54.84) y el grupo

con instrucciones de observación distanciada (media= 48.00) ($F(1,60) = 5.03, p < .05$).

Análisis interno

Se observó una asociación coherente entre la identificación con los personajes y la inducción de sensaciones corporales, especialmente para los segmentos fílmicos negativos. En este caso, se apreció que una mayor identificación con los personajes se asociaba de forma significativa a una mayor intensidad percibida de las siguientes sensaciones: «aumento del ritmo respiratorio» ($r = .52, p < .001$), «sensaciones en el estómago» ($r = .37, p < .001$), «sensación de calor» ($r = .36, p < .001$), «nudo en la garganta» ($r = .31, p < .01$), «manos sudorosas» ($r = .30, p < .01$), «sensación de frío» ($r = .29, p < .05$), «opresión en el pecho» ($r = .28, p < .05$), «náuseas» ($r = .25, p < .05$) y «sentirse paralizado» ($r = .24, p < .05$). Además, la identificación se asociaba negativamente con la percepción de «relajación muscular» ($r = -.35, p < .001$). Por otro lado, la identificación con los personajes de los segmentos positivos únicamente se asoció a percibir una mayor intensidad de las sensaciones corporales «náuseas» ($r = .23, p < .05$), «aumento del ritmo respiratorio» ($r = .22, p < .05$) y «rubor» ($r = .19, p < .10$).

Igualmente, se observó una asociación positiva entre la identificación con los protagonistas de los extractos de películas agradables y la vivencia de emociones positivas como el «interés o curiosidad» ($r = .34, p < .01$) y la «alegría» ($r = .29, p < .01$). Además, también se asociaba de manera significativa con la vivencia de las siguientes emociones negativas: «miedo o temor» ($r = .29, p < .01$), «bochorno o vergüenza» ($r = .25, p < .05$) y «repugnancia o asco» ($r = .21, p < .05$). Finalmente, la «sorpresa» se asociaba positivamente a la identificación ($r = .25, p < .05$). Es preciso recordar que el segmento fílmico positivo contenía una serie de esce-

nas cómicas en las que se producía una cierta ridiculización de los personajes (que sufrían bromas de forma sorpresiva).

La identificación de los sujetos con los personajes de los segmentos filmicos con escenas de contenido desagradable se asoció de forma positiva a la vivencia de emociones negativas: «angustia» ($r = .60$, $p < .001$), «repugnancia o asco» ($r = .56$, $p < .001$), «miedo» ($r = .56$, $p < .001$) y «culpa» ($r = .17$, $p < .10$). También se asociaba de forma significativa a una menor intensidad de la emoción de «alegría» ($r = -.20$, $p < .10$) y también a sentir «sorpresa» ($r = .48$, $p < .001$) e «interés» ($r = .16$, $p < .10$).

Por último, la cercanía cultural percibida se asociaba positivamente a la identificación con los personajes tanto de los segmentos filmicos agradables ($r = .40$, $p < .001$), como de los segmentos desagradables ($r = .27$, $p < .05$).

Discusión

Como conclusiones más relevantes de la presente investigación se pueden señalar las siguientes:

1.– Se ha observado que la escala EDI recoge aquellas dimensiones planteadas teóricamente para definir la identificación con los personajes, es decir, el hecho de «volverse el/la protagonista», la empatía afectiva y cognitiva, la atracción personal que se siente hacia los personajes (valoración positiva, el hecho de desear ser como los/as protagonistas y la percepción de similaridad) y la capacidad de «fantasear» o de imaginación (anticipación de la narración). La empatía afectiva emergía como una dimensión central para definir este constructo. Este resultado es convergente con lo planteado por Tan (1996) en relación al papel jugado por la empatía (término preferido por el autor en lugar del de identificación con los personajes) en la recepción e impacto de los films de ficción.

2.– Las instrucciones de exposición ante los segmentos filmicos indujeron diferencias significativas, y en el sentido esperado, en la identificación con los personajes. Los sujetos que recibieron instrucciones de identificación frente a los que recibieron instrucciones de observación distanciada, mostraron una mayor puntuación global en el indicador de identificación con los personajes (medido con la escala EDI). Este resultado es convergente con el obtenido por Davis et al. (1987) y supone a su vez un contraste de la validez discriminante de la escala EDI.

Como crítica al presente estudio se puede señalar que si bien las instrucciones de exposición generaron el efecto esperado, es preciso destacar que los estímulos filmicos utilizados: a) eran de breve duración (menos de 5 minutos); b) consistían en extractos de films ensamblados, por lo que no existía una trama o argumento definido, lo cual dificultaba a los sujetos «engancharse» afectivamente; y, c) eran estímulos hasta cierto punto *novedosos*, al mostrarse fuera de su contexto (de las películas a las que pertenecían las escenas).

3.–La escala de identificación con los personajes posee una satisfactoria fiabilidad o consistencia interna, tanto para el estímulo positivo como para el negativo. Igualmente, posee una adecuada validez concurrente, ya que la identificación con los personajes (evaluada con dicha escala) se asoció coherentemente a la percepción de sensaciones corporales y a la vivencia de emociones (de forma diferente ante el estímulo positivo y el negativo); también se asoció a una mayor cercanía o proximidad cultural con los estímulos filmicos.

Disponer de instrumentos con fiabilidad y validez adecuada para evaluar los procesos implicados en la recepción de comunicaciones audiovisuales de tipo dramático (como la empatía e identificación con los

personajes), constituye una necesidad para avanzar en el estudio del *proceso espectacular*, problema abordado desde la Psicología del arte y desde la Psicología de los medios (del Río, 1996; Paez y Adrián, 1993).

Un proceso central para comprender el proceso de recepción (en especial, emocional o afectiva) de las comunicaciones audiovisuales de tipo dramático es el grado de empatía e identificación con los personajes protagonistas (Denis, 1985; Hoffner y Cantor, 1991). Los resultados de las investigaciones actuales en este campo confirman que la identificación con los actores y la re-evocación de experiencias personales induce emociones intensas en los espectadores (véase Paez, Igartua y Adrián, 1996, para una revisión general del problema de la reacción estética). En este sentido, investigaciones llevadas a cabo sobre la recepción y apreciación estética mostraron que la inducción de un estado de ánimo negativo por la

exposición a películas sobre la Guerra Civil Española de género dramático (como «Ay, Carmela» o «Las bicicletas son para el verano»), se asociaba a una mayor identificación con los personajes (evaluada con la escala EDI) y a una mayor resonancia personal. Igualmente, la identificación con los personajes se asociaba a un mayor disfrute por la visión de las películas, a juzgarlas como entretenidas y a valorarlas de forma positiva (Igartua, 1996).

Los resultados anteriores avalan que la escala de empatía e identificación aquí presentada pueda también emplearse en investigaciones de carácter aplicado (tanto de tipo experimental como correlacional). Por ejemplo, puede ser una escala a utilizar en pruebas de aceptación de programas (pilotos) para comprobar el potencial de éxito de series de televisión (antes de su emisión definitiva por este medio) (Wimmer y Dominick, 1996).

ANEXO. ESCALA EDI

En relación a las *escenas del vídeo* [la película, la secuencia, la serie] que acabas de ver, *en qué medida has experimentado lo siguiente*. Responde rodeando con un círculo el número que mejor refleje tu respuesta.

- | | |
|---|-------|
| NADA | MUCHO |
| 1. Me ha gustado la forma de ser o de actuar de los protagonistas. | |
| 1 2 3 4 5 | |
| 2. Me he sentido implicado afectivamente con los sentimientos de los protagonistas. | |
| 1 2 3 4 5 | |
| 3. Me he sentido como «si yo fuera uno de los protagonistas». | |
| 1 2 3 4 5 | |

- | | |
|--|-------------------------------|
| 4. He imaginado cómo actuaría yo si me encontrara en el lugar de los protagonistas. | 1 2 3 4 5 |
| 5. He intentado observar cuidadosamente cada una de las acciones o conductas de los protagonistas. | 1 2 3 4 5 |
| 6. Pensaba que yo me parecía o era muy similar a los protagonistas. | 1 2 3 4 5 |
| 7. Me he sentido preocupado por lo que les sucedía a los protagonistas. | 1 2 3 4 5 |
| 8. He comprendido la forma de actuar, pensar o sentir de los protagonistas. | 1 2 3 4 5 |

- | | |
|---|--|
| <p>9. Yo mismo he experimentado las reacciones emocionales de los protagonistas.
1 2 3 4 5</p> <p>10. Pensaba que me gustaría parecerme o actuar como los protagonistas.
1 2 3 4 5</p> <p>11. He intentado imaginar los sentimientos, pensamientos y reacciones de los protagonistas.
1 2 3 4 5</p> <p>12. He tenido la impresión de vivir realmente yo mismo la historia de los protagonistas.
1 2 3 4 5</p> | <p>13. He entendido los sentimientos o emociones de los protagonistas.
1 2 3 4 5</p> <p>14. Me he sentido como «formando parte» de la historia. 1 2 3 4 5</p> <p>15. He sido capaz de anticipar lo que les iba a ocurrir a los protagonistas.
1 2 3 4 5</p> <p>16. He intentado ver las cosas desde el punto de vista de los protagonistas.
1 2 3 4 5</p> <p>17. Me he identificado con los protagonistas.
1 2 3 4 5</p> |
|---|--|

Referencias

- Bandura, A., Ross, D. y Ross, S. A. (1963a). Imitation of film-mediated aggressive models. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 66, 3-11.
- Bandura, A., Ross, D. y Ross, S. A. (1963b). Vicarious reinforcement and imitative learning. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67, 601-607.
- Davis, M. H. (1983). Measuring individual differences in empathy: evidence for a multidimensional approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44(1), 113-126.
- Davis, M. H., Hull, J. G., Young, R. D. y Warren, G. G. (1987). Emotional reactions to dramatic film stimuli: the influence of cognitive and emotional empathy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(1), 126-133.
- del Río, P. (1996). *Psicología de los medios de comunicación*. Barcelona: Síntesis.
- Denis, M. (1985). La imagen cinematográfica. En R. Francès (Ed.), *Psicología del arte y de la estética* (pp. 192-216). Madrid: Akal. (Orig. 1979).
- Echebarría, A. y Paez, A. (1989). *Emociones: perspectivas psicosociales*. Madrid: Fundamentos.
- Eron, L. D. y Huesmann, L. R. (1986). The role of television in the development of prosocial and antisocial behavior. En D. Olweus, J. Block y M. Radke-Yarrow (Eds.), *Development of antisocial and prosocial behavior: Research, theories and issues* (pp. 285-314). London: Academic Press.
- Freud, S. (1974). *Psicoanálisis aplicado y técnica psicoanalítica*. Madrid: Alianza Editorial. (Orig. 1908).
- Freud, S. (1985). *Psicoanálisis del arte*. Madrid: Alianza Editorial.
- Hoffner, C. y Cantor, J. (1991). Perceiving and responding to mass media characters. En J. Bryant y D. Zillmann (Eds.), *Reponding to the screen. Reception and reaction processes* (pp. 63-102). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Huesmann, L. R., Lagerspetz, K. y Eron, L. D. (1984). Intervening variables in the TV violence-aggression relation: evidence from two countries. *Developmental Psychology*, 20(5), 746-775.
- Igartua, J. J. (1996). *Arte, medios de comunicación y persuasión. Una perspectiva socio-cultural sobre la influencia psico-social de las obras dramáticas*. Tesis doctoral no publicada.

- da. San Sebastián: Facultad de Psicología, Universidad del País Vasco.
- Igartua, J. J., Álvarez, J., Adrián, J. A. y Paez, D. (1994). Música, imagen y emoción: una perspectiva vigotskiana. *Psicothema*, 6(3), 347-356.
- Isen, A. M. (1987). Positive affect, cognitive processes and social behavior. *Advances in Experimental Social Psychology*, 20, 203-253.
- Jose, P. E. y Brewer, W. F. (1984). Development of story liking: character identification, suspense and outcome resolution. *Developmental Psychology*, 20(5), 911-924.
- Kotsch, W. E., Gerbing, D. W. y Schwarz, L. E. (1982). The construct validity of the Differential Emotions Scale as adapted for children and adolescents. En C. Izard (Ed.), *Measuring emotions in infants and children*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Larsen, S. F. y Laszlo, J. (1990). Cultural-historical knowledge and personal experience in appreciation of literature. *European Journal of Social Psychology*, 20, 425-440.
- Martin, M. (1990). On the induction of mood. *Clinical Psychology Review*, 10, 669-697.
- Paez, D. y Adrián, J. A. (1993). *Arte, lenguaje y emoción: la función de la experiencia estética desde una perspectiva vigotskiana*. Madrid: Fundamentos.
- Paez, D., Igartua, J. J. y Adrián, J. A. (1996). El arte como mecanismo semiótico para la socialización de la emoción. En D. Paez y A. Blanco (Eds.), *La teoría sociocultural y la psicología social actual* (pp. 131-162). Madrid: Fundación Infancia y Aprendizaje.
- Paraíso, I. (1994). *Psicoanálisis de la experiencia literaria*. Madrid: Cátedra.
- Pereda, S. (1987). *Psicología experimental I. Metodología*. Madrid: Pirámide.
- Salovey, P. y Rodin, J. (1985). Cognitions about the self: connecting feeling states and social behavior. *Review of Personality and Social Psychology*, 6, 143-166.
- Tan, E. S. (1996). *Emotion and the structure of narrative film. Film as an emotion machine*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Tannenbaum, P. H. y Gaer, E. 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*, 2(4), 612-616.
- Turner, C. W. y Berkowitz, L. (1972). Identification with aggressor (cover role taking) and reactions to film violence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 21(2), 256-264.
- Wilson, B. J. y Cantor, J. (1985). Developmental differences in empathy with a television protagonist's fear. *Journal of Experimental Child Psychology*, 39, 284-299.
- Wimmer, R. D. y Dominick, J. R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Barcelona: Bosch. (Orig. 1994).
- Zillmann, D. y Cantor, J. R. (1977). Affective responses to the emotions of a protagonist. *Journal Experimental Social Psychology*, 13, 155-165.
- Zuzul, M. (1985). The effects of identification with the «movie victims» on the evaluation of the concept of aggression. *Psychologische Beiträge*, 27(1), 79-85.

Aceptado el 4 de noviembre de 1997