

KOMUNIKAZIOAK COMUNICACIONES

k + e 

komunikazio eremuak
espacios de comunicación
espais de comunicació
espazos de comunicación

bilbao 2014

IV Nazioarteko Biltzarra Komunikazioaren Ikerkuntzarako Espainiar Elkarteak
IV Congrés Internacional Associació Espanyola d'investigació de la Comunicació
IV Congreso Internacional Asociación Española de Investigación da Comunicación
IV Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación

21-24 enero 2014 urtarrila 21-24



ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

Una actividad de AE-IC ren ekitaldia
Organizada por la UPV/EHU antolatuta

eman ta zabal zazu



UPV EHU

Una actividad de
Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC)
...ren ekitaldia

Organizada por
Universidad del País Vasco /Euskal Herriko Unibertsitatea.
Gizarte eta Komunikazio Zientzien Fakultatea
Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
...k Antolatuta

Con la colaboración de:
Eusko Jaurlaritza/Gobierno Vasco
Bizkaiko Foru Aldundia/Diputación Foral Bizkaia
Bilboko Udala /Ayuntamiento Bilbao
Bizkaiko Txakolina
Institut de la Comunicació InCom-UAB

EITB

GAIA-Cluster TEIC

Laguntzarekin

Todas las comunicaciones publicados en este libro fueron aprobados para su presentación en el IV Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación AE_IC 2014 Bilbao "Espacios de la Comunicación" y configuran el programa a fecha 31 diciembre 2013

Los textos ofrecidos en este libro se publican tal y como fueron enviados por sus autores. Solo se ha realizado una leve edición tipográfica.

Edición, coordinación y maquetación: Itxaso Fernández-Astobiza

Edita AE-IC

ISBN: 978-84-695-9434-6

Creación de personajes para la ficción televisiva: influencia del tipo de personaje y del contexto de la acción narrativa

Juan-José Igartua, María Marcos Ramos

Resumen

La importancia de los personajes en las producciones audiovisuales de ficción ha sido enfatizada en la investigación sobre entretenimiento mediático. Sin embargo, a pesar de la centralidad de los personajes el análisis de los factores que condicionan su diseño constituye un tema escasamente estudiado. El principal objetivo de la investigación fue analizar el proceso de creación de personajes de ficción audiovisual en una muestra de estudiantes de Comunicación Audiovisual. Se trataba de determinar si el hecho de hacer saliente que el personaje a construir era un personaje inmigrante influía en los procesos de creación. En el estudio que se presenta participaron 303 estudiantes de Comunicación Audiovisual que cumplimentaron un cuestionario tipo split-ballot. Se utilizó un diseño factorial 2 x 2, siendo las variables independientes el tipo de personaje a diseñar (personaje en general o personaje inmigrante) y el contexto de la acción narrativa (una comisaría o un hospital). Las variables dependientes estaban relacionadas con la atribución de características narrativas, socio-demográficas, rasgos de personalidad y potencial de identificación del personaje. Los resultados mostraron que el tipo de personaje a diseñar y el contexto narrativo de la acción influían en la atribución de la ocupación como "delincuente", más frecuente cuando el personaje a diseñar era inmigrante y desempeñaba su acción en una comisaría. También se confirmó que el tipo de personaje a diseñar influía en el rol narrativo, papel en la trama, nivel de estudios y estatus socio-económico asignados. Finalmente, pensar en el diseño de un personaje inmigrante, frente a hacerlo sobre un personaje en general, inducía un menor potencial de identificación y ello, a su vez, influía en los rasgos (positivos y negativos) de personalidad asignados al personaje. Estos resultados son relevantes porque ponen al descubierto que la creación de personajes para la ficción audiovisual se ve influida por los estereotipos.

Palabras clave: Creación audiovisual, entretenimiento mediático, personajes de ficción, estereotipos, inmigración

Introducción

Es habitual escuchar que la ficción audiovisual potencia o refuerza diversos estereotipos sobre minorías étnicas y sobre inmigrantes, al seleccionar y enfatizar determinados aspectos de la realidad y encubrir o no abordar otros muchos (Mastro, 2009a, 2009b). Ahora bien, ¿hasta qué punto los propios guionistas, cuando crean personajes, también se dejan llevar por los estereotipos? En este contexto, el principal objetivo de la presente investigación fue analizar el proceso de creación de personajes de ficción audiovisual en una muestra de estudiantes de Comunicación Audiovisual a los que se pidió que actuaran como guionistas de cara a diseñar un personaje para una serie televisiva de ficción. En segundo lugar, se trataba de determinar si el hecho de hacer saliente que el personaje a construir era un personaje inmigrante influía en los procesos de creación y en la atribución de características narrativas, socio-demográficas y atributos de personalidad. Y en tercer lugar, se pretendía contrastar si la (supuesta) configuración diferencial de atributos de personalidad del personaje estaría mediatizada por el

“potencial de identificación” que los propios estudiantes asignaran a su personaje desarrollado (en qué medida consideras que un espectador medio que viera la serie se identificaría con el personaje que has diseñado para la misma). La presente investigación trata de integrar diversas líneas de investigación sobre entretenimiento mediático, persuasión narrativa, estereotipos en la ficción audiovisual y contacto mediático intergrupal e inmigración.

La importancia de los personajes de ficción

La investigación sobre entretenimiento mediático ha constatado que los personajes de ficción estimulan procesos que fomentan la implicación con los mensajes o programas, como el aprecio o disposición afectiva, la similitud percibida, la interacción parasocial y la identificación (Cohen, 2006; Igartua, 2007; Moyer-Gusé, 2008). Dichos procesos son relevantes para propiciar el enganche con la narración y la percepción de realismo de una historia de ficción (Krakowiak y Oliver, 2012). Se ha observado que a mayor identificación con los personajes, mayor disfrute y mayor impacto afectivo (Igartua, 2010). Por otro lado, los atributos seleccionados para construir un personaje (en especial, su carácter moral) condicionan las disposiciones afectivas que los espectadores desarrollan hacia estos (Raney, 2004). Finalmente, en el ámbito de la persuasión narrativa, se ha observado que la identificación con los personajes dramáticos propicia el cambio de actitudes (Igartua y Barrios, 2012; Moyer-Gusé, Chung y Jain, 2011).

Park (2012) ha propuesto que el consumo de ficción audiovisual puede facilitar el contacto intergrupal positivo a través de dos mecanismos: la interacción parasocial y la identificación. Por medio del primer mecanismo, el espectador siente que un determinado personaje se convierte en una especie de amigo con el que se desarrolla y mantiene una relación gratificante. Mientras que por medio del segundo mecanismo el espectador siente empatía hacia el personaje, se preocupa por él, se pone en su lugar y en momentos llega a asumir su propia identidad mediante un proceso de fusión o merging. Se ha constatado empíricamente que la identificación con un personaje inmigrante constituye un proceso relevante para facilitar la reducción del prejuicio (Müller, 2009). Pero además, también se pueden reforzar actitudes positivas hacia el contacto intergrupal y estimular la reducción del prejuicio si los espectadores se identifican con un personaje del endogrupo (autóctono o nacional) que interactúa de manera positiva con uno o varios personajes del exogrupo (inmigrantes o extranjeros) (Park, 2012).

A pesar de la centralidad de los procesos de implicación con los personajes (identificación, interacción parasocial, aprecio o disposición afectiva y similitud percibida) a la hora de explicar el disfrute (Igartua, 2010) o el impacto persuasivo de la ficción (Igartua y Barrios, 2012), el análisis de los factores que condicionan el diseño de los personajes constituye un tema poco estudiado hasta la fecha (Cohen, 2001). Y precisamente, la presente investigación pretende contribuir a este campo de estudio.

Minorías étnicas e inmigrantes en los mensajes de ficción de televisión

Los estudios de análisis de contenido demuestran que existe una baja presencia de personajes pertenecientes a las minorías étnicas e inmigrantes en los contenidos de ficción televisivos (ya que suelen estar sub-representados). También se ha observado que las minorías étnicas e inmigrantes suelen ocupar papeles poco relevantes en la estructura narrativa de los programas de ficción. Y, finalmente, cuando se presentan personajes pertenecientes a dichas minorías o inmigrantes, suele incorporarse una visión distorsionada y estereotípica (Greenberg, Mastro y Brand, 2002; Harwood y Anderson, 2002; Mastro, 2009a, 2009b; Mastro y Behm-Morawitz, 2005).

Los estudios realizados en España sobre inmigración y ficción televisiva han documentado que predomina el inmigrante en situación irregular y con baja cualificación; se da una alta presencia de inmigrantes que actúan como criminales (o son víctimas de delitos o acciones violentas); y es menos frecuente la presencia de inmigrantes que desarrollen un papel central en las tramas narrativas de las series analizadas (Galán, 2006; Lacalle, 2008; Ruiz-Collantes, Ferrés, Obradors, Pujadas y Pérez, 2006). Además, los personajes extranjeros-inmigrantes, frente a los nacionales-autóctonos, se representan con un nivel más bajo de estudios, desplegando más conductas violentas y sufriendo más actos de violencia (lo que significa que desarrollan su acción en entornos más conflictivos) y, además, se definen como menos eficaces desde un punto de vista cognitivo (menos trabajadores, inteligentes o tolerantes) (Igartua, Barrios y Ortega, 2012).

Se ha observado que los guionistas de series de ficción basan sus ideas para la creación de tramas y personajes en las noticias (Galán, 2006), y éstas suelen aportar una visión muy parcial de la realidad con respecto a la inmigración, enfatizando los problemas y la vinculación con la inseguridad ciudadana y la delincuencia (Igartua et al., 2007). Esta circunstancia tiene consecuencias muy directas en la propagación de estereotipos y en el refuerzo del prejuicio hacia los inmigrantes. Si los guionistas se basan en las noticias publicadas en los medios, “no hacen más que reiterar temas ya estereotipados previamente en otros formatos y medios, que seleccionan de la realidad aquellos aspectos que más les interesan según sus objetivos, dramatizándolos, con el fin de obtener el interés del espectador” (Galán, 2006, p. 59).

En este contexto los estereotipos son “creencias más o menos estructuradas de la mente de un sujeto sobre un grupo social (...). Se trata de generalizaciones que ignoran en parte la variabilidad de los miembros de un grupo y que tienen un carácter resistente al cambio” (Páez, 2004, p. 760). Tajfel (1984) indica que la principal función es la de simplificar o categorizar la información externa percibida por el ser humano, para conseguir la adaptación al medio. La categoría social “inmigrante” se convierte en estereotipo cuando se asocia exageradamente con atributos positivos o negativos (por ejemplo, “delincuente”, “pobre” o “marginal”) y tal definición se aplica al conjunto de los miembros que forman parte de dicha categoría sin tener en cuenta la variabilidad dentro del colectivo.

En los medios de comunicación, especialmente en los contenidos de ficción audiovisual, los estereotipos se utilizan frecuentemente para que el público identifique y reconozca los géneros, identifique de forma más rápida a los personajes y para que el consumo sea lo más ligero posible (Areste, 2003). Por tanto, la ficción recurre a los estereotipos para crear a los personajes y dado que los personajes son (como se ha visto al inicio de esta introducción) una parte fundamental de los contenidos de ficción y condicionan los procesos de recepción e impacto de dichos contenidos, es necesario analizar los factores que condicionan la creación de personajes. Por ello, en la investigación que se presenta se pidió a una muestra de estudiantes de Comunicación Audiovisual que crearán personajes, para ver en qué medida reproducían los estereotipos vistos en las series de televisión y documentados previamente en estudios de análisis de contenido. Los estudiantes de Comunicación Audiovisual reciben formación para participar en procesos de creación audiovisual. De hecho, el Libro Blanco de los Títulos de Grado en Ciencias de la Comunicación (2005), proponía el siguiente perfil profesional asociado al grado en Comunicación Audiovisual: Director, guionista y realizador audiovisual, es decir, un profesional especializado en tareas de guion y dirección-realización en los distintos medios.

Esta investigación nace con la intención de completar las investigaciones anteriormente realizadas en este campo desde el Observatorio de los Contenidos Audiovisuales de la Universidad de Salamanca. En anteriores trabajos se ha estudiado la imagen de los inmigrantes

en la ficción televisiva (Igartua et al., 2012) y también se ha analizado el papel de la ficción audiovisual en los procesos de persuasión narrativa en relación con las actitudes hacia la inmigración (Igartua y Lozano, 2011). El objetivo de la investigación que se presenta es analizar el proceso de creación de personajes para series de televisión, adoptando una metodología experimental, ya que se manipuló la instrucción dada a los estudiantes (sobre el tipo de personaje a crear: “diseña un personaje para una serie nacional” versus “diseña un personaje que pertenece a otra cultura y que reside en España (un inmigrante) para una serie nacional”) y el contexto en el que se desarrollaría la serie (una comisaría versus un hospital). Tomando en cuenta los estudios previos de análisis de contenido sobre minorías étnicas e inmigrantes en la ficción televisiva se propusieron las siguientes hipótesis:

H1: A la hora de diseñar un personaje, el tipo de personaje a diseñar y el contexto en el que se desarrolla la acción determinarán la profesión u ocupación asignada, siendo más probable asignar la actividad de “delincuente” al personaje inmigrante que desarrolle su acción en una serie que se desenvuelva en una comisaría.

H2: El rol narrativo del personaje a diseñar (protagonista, antagonista, etc.) y el tipo de personaje (principal, secundario o background) estarían determinados por la instrucción dada a los participantes para diseñar un personaje, de modo que al personaje inmigrante se le asignará con mayor probabilidad posiciones de antagonista y de personaje secundario y en menor medida de personaje principal.

H3: El tipo de personaje a diseñar influirá en la caracterización socio-demográfica de personaje finalmente diseñado, de modo que el personaje inmigrante tendrá un menor nivel de estudios y un nivel socio-económico más bajo.

H4: Cabe esperar que el tipo de personaje condicionará la caracterización psicológica del personaje, asignándose más rasgos de personalidad negativos y menos positivos a un personaje inmigrante, más aún si el contexto de su acción se desarrollaba en una comisaría.

H5: Se espera que el efecto anterior estará mediatizado por el “potencial de identificación” asignado al personaje, de modo que se asignará un menor potencial de identificación al personaje inmigrante y esto, a su vez, propiciará una mayor atribución de rasgos negativos de personalidad y menor de rasgos positivos.

Método

Participantes

En el estudio participaron 303 estudiantes de Comunicación Audiovisual de diversas universidades españolas. Para realizar esta investigación, se ha contado con la colaboración de alumnos del Grado de Comunicación Audiovisual de diferentes universidades españolas (Universidad de Salamanca, Universidad del País Vasco, Universidad Rey Juan Carlos y Universidad Complutense de Madrid) así como alumnos de másteres especializados en guion y talleres específicos para profesionales (Universidad Carlos III, Universidad Autónoma de Barcelona, Universidad Pontificia de Salamanca, Taller de escritura del Centro Larronetxe de San Sebastián, etc.). El 51.2% (155 participantes) eran mujeres y el 48.8% restantes (148 participantes) eran hombres. En lo que respecta a la edad, la media fue de 23.92 ($DT = 6.08$), con una edad mínima de 18 y máxima de 61 años.

Diseño y procedimiento

Se llevó a cabo una investigación experimental con un diseño factorial 2 x 2, utilizándose para ello un cuestionario tipo *split-ballot* (Igartua, 2006) y siendo las variables independientes el tipo de personaje a diseñar (personaje en general o personaje inmigrante) y el contexto de la serie en la que participaría dicho personaje (una comisaría o un hospital).

Existían cuatro versiones del mismo cuestionario que solo se diferenciaban entre sí en la información e instrucciones de diseño que se incluía en la portada. El cuestionario llevaba como título “estudio sobre la creación de personajes para ficción en televisión” y a continuación se incluía la siguiente información: “este cuestionario tiene como objetivo analizar el trabajo que realizan los guionistas de ficción a la hora de crear personajes para series televisivas. Por ello contiene preguntas sobre las actividades propias de un guionista cuando se decide crear un personaje para una serie televisiva. Ahora nos gustaría que te pusieras en la piel de un guionista de series de ficción a quien le encargaran diseñar un personaje para una serie nacional [un personaje que pertenece a otra cultura y que reside en España (un inmigrante) para una serie nacional] sobre las relaciones que se establecen en un lugar de trabajo concreto: una comisaría [un hospital]. Dicha serie va a emitirse en prime time (en horario de máxima audiencia)”. De este modo, se crearon cuatro versiones de cuestionario en función del personaje a crear: 1) diseñar un personaje general de una serie que se desarrolla en un hospital; 2) diseñar un personaje de otra cultura (inmigrante) de una serie que se desarrolla en un hospital; 3) diseñar un personaje general de una serie que se desarrolla en una comisaría, y 4) diseñar un personaje de otra cultura (inmigrante) de una serie que se desarrolla en una comisaría. En las siguientes páginas se incluían las variables dependientes que estaban relacionadas con la atribución de características narrativas, socio-demográficas, rasgos de personalidad asignados y “potencial de identificación” del personaje diseñado para los espectadores. La mayor parte de este tipo de preguntas se elaboraron a partir del libro de códigos utilizado en un estudio previo de análisis de contenido para evaluar personajes de ficción audiovisual (Igartua et al., 2012). Igualmente, en el cuestionario se incluían otras preguntas de relleno para camuflar los objetivos reales de la investigación (y que, por problemas de espacio, no se describen en el presente texto). Por tanto, el cuestionario diseñado era idéntico, excepto en las instrucciones que se indicaban en la primera página.

Instrumentos y variables

1.- *Tipo de personaje*. Los participantes podían seleccionar una de las siguientes opciones para diseñar su propio personaje: 1 = principal (su presencia es esencial para el desarrollo de la línea narrativa, aparecen en torno a un 50% o más en el programa); 2 = secundario (están envueltos en la línea narrativa del programa, pero no son esenciales en la misma, aparecen menos del 50% del tiempo del programa); 3 = background (tienen una presencia no esencial, periférica, aunque aparecen en el programa de manera muy episódica).

2.- *Rol narrativo del personaje*. Las opciones ofrecidas a los participantes eran las siguientes: 1 = protagonista (es quien realiza las acciones más importantes de la historia. La estructura dramática descansa sobre él y sus acciones); 2 = antagonista o villano (personaje principal que se opone a las acciones del protagonista); 3 = secundario protagónico (son aquellos que están estrechamente relacionados con el personaje principal. Su participación dentro de la historia es importante. Sus acciones son dirigidas en la misma dirección que las acciones del protagonista); 4 = secundario no protagónico (su participación dentro de la historia no es tan relevante, dado que tiene una presencia no esencial y se puede relacionar o no con algún personaje protagonista o antagonista).

3.- *Características socio-demográficas.* A los participantes se les indicaba “ahora te pedimos que elijas algunas características socio-demográficas para TU personaje”. Debían seleccionar un grupo amplio de variables como el sexo, la edad, etc. Las variables relevantes para la investigación eran el nivel de estudios (1 = analfabeto; 2 = sin estudios; 3 = primarios; 4 = secundarios; 5 = universitarios), el nivel socio-económico (1 = bajo; 2 = medio; 3 = alto) y la ocupación (se preguntó “indica qué profesión desempeñaría en la serie”). La ocupación se preguntó de manera abierta para que los participantes tuvieran mayor libertad en el proceso creativo. Posteriormente, las respuestas dadas fueron categorizadas agrupándose según su similitud, dando lugar a un listado de 21 profesiones u ocupaciones diferentes apareciendo también la actividad de “delincuente” que, globalmente, fue mencionada por el 8.3% de los participantes. También se preguntaba por el origen geográfico (1 = España; 2 = otro país de Europa; 3 = Estados Unidos; 4 = Canadá; 5 = Latinoamérica; 6 = Asia; 7 = África; 8 = Oceanía) y el grupo étnico (1 = caucásico; 2 = negro; 3 = latino; 4 = asiático; 5 = gitano; 6 = con rasgos de varias etnias), para contrastar la eficacia de la manipulación experimental.

4.- *Perfil de personalidad del personaje creado.* A los participantes se les solicitaba “indica con una escala de 1 (nada) a 5 (mucho) la intensidad de cada rasgo asociado al diseño de TU personaje”. De este modo, indicaban la intensidad de un total de 14 rasgos psicológicos o de personalidad (siete positivos y siete negativos). Los rasgos seleccionados se tomaron de estudios previos de análisis de contenido (Igartua et al., 2012) y eran los siguientes: amistoso; abierto; bueno; desleal; injusto; traicionero; agresivo; inteligente; trabajador; desconfiado; agradecido; conflictivo; racista; y, tolerante. A partir de estas variables se crearon dos índices: índice de rasgos positivos de personalidad ($\alpha = .70$) e índice de rasgos negativos de personalidad ($\alpha = .77$).

5.- *Potencial de identificación con el personaje diseñado.* Se preguntaba, mediante un único ítem “en qué medida consideras que un espectador medio que viera la serie se identificaría con el personaje que has diseñado para la misma?”. El formato de respuesta era una escala de intensidad desde 0 (nada) a 10 (mucho).

6.- *Datos socio-demográficos de los encuestados.* Se pidió información sobre el sexo (codificado con 1 “hombre” y 2 “mujer”), la edad en años, los estudios que se estaban cursando y la universidad en la que estaban estudiando.

Resultados

Comprobación de la manipulación experimental

Se contrastó en qué medida la manipulación del contexto (situar la acción en una comisaría o en un hospital) había generado diferencias significativas en la determinación de la profesión del personaje diseñado. Tal como cabía esperar se observaron diferencias estadísticamente significativas ($\chi^2 [20, N = 303] = 159.95, p < .001$). Los personajes diseñados para una serie que se desarrollaría en una comisaría desempeñaban ocupaciones propias de ese ámbito como policía (27.6%, versus 0.7% si la serie se situaba en un hospital), alto cargo de la policía (15.1%, versus 0%), delincuente (13.2%, versus 3.3%), detective (3.3%, versus 0%) y guardia civil (1.3%, versus 0%). En cambio, cuando la acción se desarrollaba en un hospital las profesiones asignadas mayoritariamente al personaje diseñado eran médico (38.4%, versus 3.3% si la serie se situaba en una comisaría), enfermero/a (16.6%, versus 0.7%), camarero u hostelero (4.6%, versus 0.7%) y jefe médico (3.3%, versus 0%).

Para contrastar la eficacia de la segunda manipulación experimental relacionada con el tipo de personaje a crear (personaje en general o personaje inmigrante) se analizó la relación

entre dicha variable y las variables origen geográfico y origen étnico del personaje. Existían diferencias significativas en el origen geográfico del personaje en función del tipo de personaje a diseñar ($\chi^2 [7, N = 303] = 77.57, p < .001$). Los personajes inmigrantes tenían como orígenes geográficos Latinoamérica (26.8%), África (22.8%) y Asia (11.4%); mientras que el 44.8% de los personajes en general tenían como origen España. También se observaron diferencias estadísticamente significativas en el origen étnico ($\chi^2 [5, N = 303] = 40.64, p < .001$). Cuando se diseñaba un personaje en general mayoritariamente se le asignaba un origen étnico caucásico (59.7%), cosa que sucedía con mucha menor probabilidad si se diseñaba un personaje inmigrante (24.2%). A los personajes inmigrantes se les adscribía un perfil latino (22.1%), negro (20.8%) o manifestaban rasgos de varias etnias (21.5%).

Hipótesis 1: Efecto del tipo de personaje a diseñar y del contexto en la ocupación asignada al personaje

La primera de las hipótesis analizó si el tipo de personaje a diseñar y el contexto en el que se desarrolla la acción determinaban la profesión u ocupación asignada. Específicamente se contrastó si era más probable asignar la actividad de "delincuente" al personaje inmigrante que desarrollase su acción en una serie que se transcurriese en una comisaría. Se observó que cuando la acción narrativa tenía lugar en un hospital no existía una diferencia estadísticamente significativa en la selección de la ocupación de "delincuente" en función del tipo de personaje a diseñar ($\chi^2_{\text{hospital}} [17, N = 151] = 14.76, p = .612$). En cambio, sí se apreciaron diferencias estadísticamente significativas cuando la acción se situaba en una comisaría ($\chi^2_{\text{comisaría}} [19, N = 152] = 33.71, p < .020$). En dicho contexto, si se diseñaba un personaje inmigrante se multiplicaba por dos la probabilidad de desempeñar una actividad delictiva en comparación si se diseñaba un personaje en general (17.9% frente a 8.1%; Gráfico 1). Por tanto, la hipótesis 1 recibió apoyo empírico.

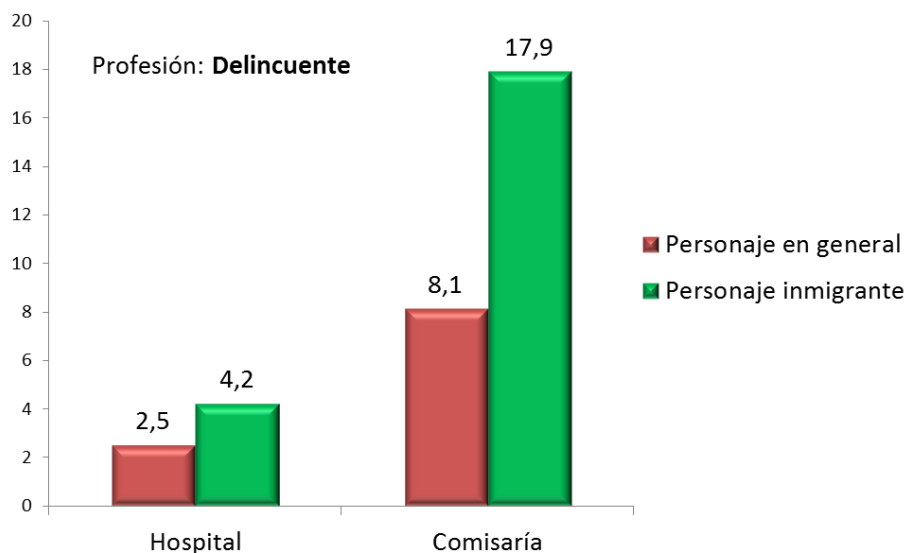


Gráfico 1.- Profesión "delincuente" en función del tipo de personaje a diseñar (personaje en general, personaje inmigrante) y del lugar de la acción (comisaría, hospital)

Hipótesis 2: Efecto del tipo de personaje a diseñar en la importancia asignada al mismo dentro de la narración

Se observó una relación estadísticamente significativa entre el tipo de personaje a crear y el rol personaje narrativo asignado ($\chi^2 [2, N = 303] = 16.21, p < .000$). Los personajes diseñados como inmigrantes ocupaban en mayor medida papeles secundarios (49%) que los personajes

generales (26.6%). Al mismo tiempo, el 70.1% de los personajes generales se diseñaban como principales, cosa que solo se producía en el 48.3% de los personajes inmigrantes. También se observó una relación estadísticamente significativa entre el tipo de personaje a diseñar y su configuración como personaje protagonista o antagonista ($\chi^2 [3, N = 303] = 37.76, p < .000$). El personaje en general tenía mayores probabilidades de ser diseñado como un personaje protagonista (42.2%, versus 28.9%) o antagonista (26%, versus 6.7%), mientras que el personaje inmigrante tenía mayor probabilidad de ser concebido como secundario protagónico (59.1%, versus, 28.6%). Por tanto, la hipótesis 2 se vio confirmada parcialmente por los datos dado que, aunque los inmigrantes no ocupaban roles de antagonista en mayor medida que los personajes generales, sí que ocupaban roles de secundarios y menos personajes principales que éstos.

Tabla 1.- Tipo de personaje y rol narrativo asignado en función del tipo de personaje a diseñar (personaje en general, personaje inmigrante)

	% total	Personaje a crear		χ^2	gl	p
		General	Inmigrante			
<i>Rol narrativo</i>						
• Protagonista	35.6	42.2+	28.9-	37.76	3	.000
• Antagonista o villano	16.5	26.0+	6.7-			
• Secundario protagónico	43.6	28.6-	59.1+			
• Secundario no protagónico	4.3	3.2	5.4			
<i>Tipo de personaje</i>						
• Principal	59.4	70.1+	48.3-	16.21	2	.000
• Secundario	37.6	26.6-	49.0+			
• Background	3.0	3.2	2.7			
N	303	154	149			

- Valor estadísticamente menor que el porcentaje total (análisis de los residuos tipificados corregidos).

+ Valor estadísticamente mayor que el porcentaje total (análisis de los residuos tipificados corregidos).

Hipótesis 3: Efecto del tipo de personaje a diseñar en el nivel de estudios y estatus socio-económico asignados al personaje

La tercera de las hipótesis analizó si el tipo de personaje a diseñar influía en la caracterización socio-demográfica de personaje diseñado, planteándose que el personaje inmigrante manifestaría un menor nivel de estudios y un nivel socio-económico más bajo que el personaje general. Tal como se había aventurado se observaron diferencias estadísticamente significativas en el nivel de estudios asignado al personaje en función del tipo de personaje a crear ($\chi^2 [4, N = 303] = 19.43, p < .001$). Cuando se diseñaba un personaje en general se le asignaba con mayor

probabilidad estudios universitarios (77.9%), teniendo esta opción menor probabilidad cuando el personaje a diseñar era inmigrante (57%). En cambio, el personaje inmigrante tenía mayores probabilidades de ser analfabeto (3.4%, versus 0%) o tener estudios primarios (13.4%, versus 4.5%). También se observaron diferencias estadísticamente significativas en el estatus socio-económico ($\chi^2 [2, N = 303] = 7.42, p < .024$). El personaje inmigrante tenía mayor probabilidad de tener estatus bajo (21.5%, versus 13%), mientras que el personaje en general era más probable que fuera diseñado disfrutando de alto estatus socio-económico (25.3%, versus 14.8%).

Hipótesis 4: Efecto del tipo de personaje a diseñar y del contexto en la caracterización psicológica del personaje

La hipótesis 4 planteaba que el tipo de personaje a diseñar condicionaría la caracterización psicológica del personaje, especialmente cuando el desarrollo de la acción tuviera lugar en una comisaría. Para contrastar esta hipótesis, se realizaron dos pruebas de análisis factorial de la varianza, siendo las variables independientes la condición experimental (personaje general o inmigrante) y el contexto (comisaría u hospital) y las variables dependientes el índice de rasgos de personalidad positivo y el índice de rasgos de personalidad negativo.

Tabla 2.- Nivel de estudios y nivel socio-económico asignado en función del tipo de personaje a diseñar (personaje en general, personaje inmigrante)

	% total	Personaje a crear		χ^2	gl	p
		General	Inmigrante			
<i>Nivel de estudios</i>						
• Analfabeto	1.7	0.0	3.4+	19.43	4	.000
• Sin estudios	5.3	3.9	6.7			
• Primarios	8.9	4.5-	13.4+			
• Secundarios	16.5	13.6	19.5			
• Universitarios	67.7	77.9+	57.0-			
<i>Nivel socio-económico</i>						
• Bajo	17.2	13.0-	21.5+	7.42	2	.024
• Medio	62.7	61.7	63.8			
• Alto	20.1	25.3+	14.8-			
N	303	154	149			

- Valor estadísticamente menor que el porcentaje total (análisis de los residuos tipificados corregidos).

+ Valor estadísticamente mayor que el porcentaje total (análisis de los residuos tipificados corregidos).

En relación con el índice de rasgos de personalidad positivos, no se observaron diferencias estadísticamente significativas en función del tipo de personaje a diseñar ($F_{\text{tipo personaje}} (1, 299) =$

1.21, $p = .272$) ni en función del contexto ($F_{\text{contexto}} (1, 299) = 0.13, p = .711$); además, tampoco se observó un efecto de interacción ($F_{\text{tipo de personaje} \times \text{contexto}} (1, 299) = 0.01, p = .901$). En relación con el índice de rasgos de personalidad negativos, se observó un patrón similar en los resultados. No se observaron diferencias estadísticamente significativas en función del tipo de personaje a diseñar ($F_{\text{tipo de personaje}} (1, 299) = 1.30, p = .255$), ni del contexto ($F_{\text{contexto}} (1, 299) = 0.53, p = .465$); tampoco se produjo un efecto de interacción entre las dos variables consideradas ($F_{\text{tipo de personaje} \times \text{contexto}} (1, 299) = 1.72, p = .190$). Estos resultados sugieren que la atribución de rasgos de personalidad (positivos y negativos) fue similar ante personajes diseñados como inmigrantes o como personajes en general y que tampoco el contexto influía en dicha atribución. Con lo cual, la hipótesis 4 no fue respaldada por los datos.

H5. Análisis mediacional: el efecto indirecto del tipo de personaje en la construcción de la personalidad del personaje

La hipótesis 5 está relacionada con el análisis mediacional también denominado *efecto indirecto*. El impacto que una variable independiente sobre una variable dependiente debe explicarse atendiendo al papel jugado por ciertos mecanismos o procesos, es decir, por variables mediadoras específicas (Baron y Kenny, 1986; Hayes, 2009, 2013; Igartua, 2006, 2012). Una variable actúa como mediadora en la medida que explica, estadísticamente hablando, la relación entre una variable independiente y una variable dependiente. El proceso mediacional implica un *efecto indirecto* en dos pasos: la variable independiente influye en la variable mediadora y ésta, a su vez, influye en la variable dependiente. La aproximación estadística más adecuada para enfrentar el problema de la cuantificación de los procesos mediadores se basa en el *método bootstrapping*, que se ve facilitado por el desarrollo de la macro PROCESS para SPSS por parte de Andrew F Hayes²⁵⁰ (Hayes, 2009, 2013; Preacher y Hayes, 2004, 2008). Este método permite contrastar la significatividad del efecto indirecto tanto para modelos mediacionales simples como para modelos mediacionales complejos (que incluyen más de una variable mediadora en paralelo o de manera secuencial).

En el presente estudio, y con objeto de contrastar la hipótesis 5, las variables relevantes fueron las siguientes: la variable independiente “tipo de personaje” (codificada como 0 “personaje en general” y 1 “personaje inmigrante”), el potencial de identificación que los participantes en el estudio asignaban al personaje desarrollado que actúa como variable mediadora y, como variables dependientes, el índice de rasgos positivos de personalidad y el índice de rasgos negativos de personalidad.

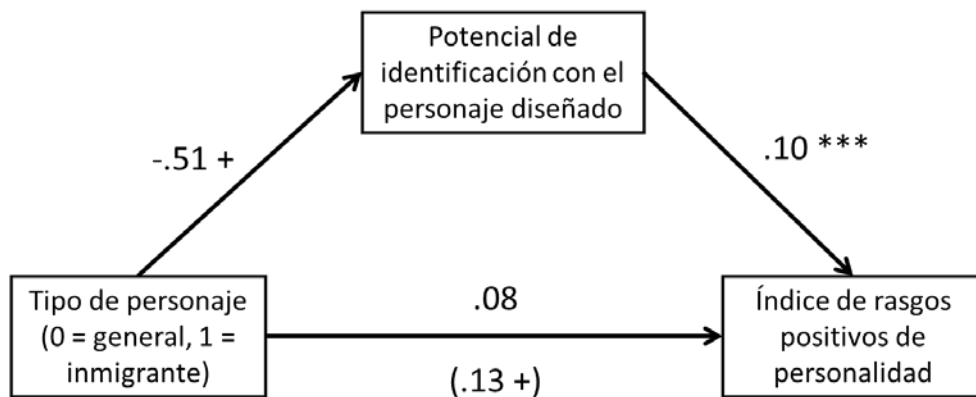
La hipótesis 5 predecía que el efecto del tipo de personaje a construir (personaje general, personaje inmigrante) condicionaría el perfil de personalidad asignado a dicho personaje y que dicho efecto estaría mediatizado por el potencial de identificación que los propios participantes asignaran a su personaje creado. Para contrastar dicha hipótesis se llevaron a cabo dos análisis mediacionales (una por cada variable dependiente) aplicando la macro PROCESS para SPSS (modelo 4) desarrollada por Hayes (2013) y que se basa en el *método bootstrapping*, calculado utilizando 10.000 *bootstrap samples* (Hayes, 2009).

Se observó que el hecho de construir un personaje inmigrante (frente a un personaje en general) indujo un menor potencial de identificación con dicho personaje ($B = -.51, p < .051$); a su vez, un menor potencial de identificación se asociaba con un menor número de rasgos positivos de personalidad en el personaje construido por los participantes ($B = .10, p < .001$). Además, se

²⁵⁰ Dicha macro, y otras adicionales creadas por Andrew F. Hayes, se pueden localizar y descargar de manera gratuita desde su propia página web: <http://www.afhayes.com/>.

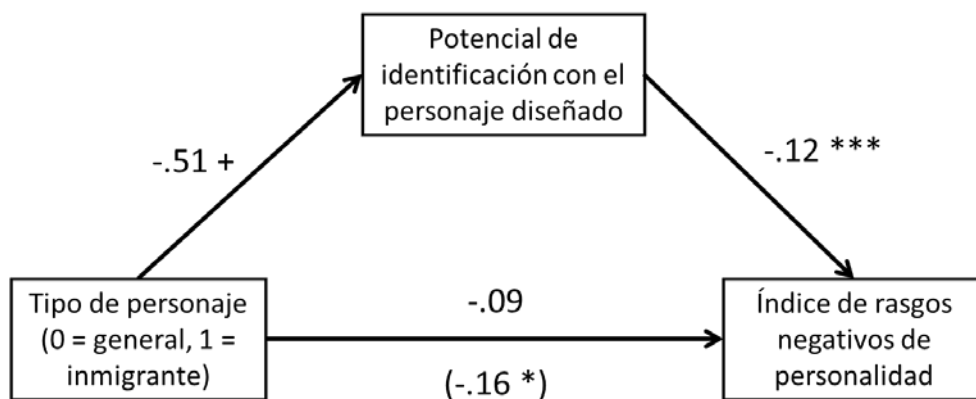
observó un efecto indirecto significativo²⁵¹ del tipo de personaje en los rasgos positivos de personalidad asignados a éste a través de la mediación de la variable "potencial de identificación con el personaje" ($B_{\text{efecto indirecto}} = -.05$, $SE = .02$, $95\% CI [-.11, -.002]$). Es decir, el hecho de indicar a los participantes que construyeran un personaje inmigrante (frente a diseñar un personaje en general) llevaba a que se le asignaran menos atributos positivos de personalidad y dicho efecto se explicaba porque se atribuía a dicho personaje un menor potencial de identificación por parte de las audiencias.

Gráfico 2.- Análisis mediacional: efecto indirecto del tipo de personaje en la construcción de su personalidad (rasgos positivos y rasgos negativos)



Tipo de personaje -> Potencia del identificación -> Índice de rasgos positivos de personalidad

$B = -.05$, $SE = .02$, $95\% CI [-.11, -.002]$



Tipo de personaje -> Potencia del identificación -> Índice de rasgos negativos de personalidad

²⁵¹ Según el método *bootstrapping*, un efecto indirecto es estadísticamente significativo si el intervalo de confianza establecido (CI al 95%) no incluye el valor 0. Si el valor 0 está incluido en dicho intervalo de confianza no se puede rechazar la hipótesis nula que plantea que el efecto indirecto es igual a 0, es decir, que no existe asociación entre las variables implicadas (Hayes, 2013).

$B = .06, SE = .03, 95\% CI [.003, .14]$

Nota.- En la figura se muestran los coeficientes de regresión no estandarizados, B . Entre paréntesis aparece el coeficiente del efecto directo. + $p < .10$, * $p < .05$, *** $p < .001$.

En segundo lugar, también se observó un efecto indirecto significativo del tipo de personaje en los rasgos negativos de personalidad asignados a éste a través de la mediación de la variable “potencial de identificación con el personaje” ($B_{\text{efecto indirecto}} = .06, SE = .03, 95\% CI [.003, .14]$). Es decir, el hecho de indicar a los participantes que construyeran un personaje inmigrante (frente a diseñar un personaje en general) llevaba a que se le asignaran más atributos negativos de personalidad y dicho efecto se explicaba porque se atribuía a dicho personaje un menor potencial de identificación por parte de las audiencias.

Conclusiones

Los resultados mostraron un fuerte apoyo a cuatro de las cinco hipótesis planteadas. En primer lugar, el tipo de personaje a diseñar y el contexto narrativo de la acción influían en la atribución de la ocupación como “delincuente”, mucho más frecuente cuando el personaje a diseñar era inmigrante y desempeñaba su acción en una comisaría. También se confirmó que el tipo de personaje a diseñar influía en el rol narrativo y en el papel del personaje en la trama: el personaje inmigrante tenía menos probabilidades de ser protagonista o actuar como personaje principal. El tipo de personaje a diseñar también influyó en el nivel de estudios asignados, de modo que cuando el personaje a diseñar era inmigrante presentaba mayores probabilidades de ser analfabeto o tener estudios primarios y menor probabilidad de tener estudios universitarios. En este mismo sentido, el 21.5% de los participantes elegía el bajo estatus socio-económico como atributo cuando el personaje a diseñar era inmigrante, mientras que solo actuaba de este modo el 13% de los participantes cuando diseñaban un personaje en general. Finalmente, también se comprobó que pensar en el diseño de un personaje inmigrante, frente a pensar en el diseño de un personaje sin referencia étnico-cultural, influía en las expectativas de identificación con dicho personaje por parte de los espectadores (menor cuando era inmigrante) y que ello determinaba, a su vez, una mayor atribución de rasgos negativos de personalidad al personaje y menor de rasgos positivos. Dicho de otro modo, los estudiantes de Comunicación Audiovisual cuando se enfrentan a una tarea de diseño o creación de un personaje para una serie de televisión, modifican sus expectativas sobre el potencial de identificación de dicho personaje por parte de los espectadores en función del tipo de personaje a diseñar (inmigrante o personaje sin referencia) lo cual determina a su vez la configuración o caracterización psicológica del personaje.

Estos resultados son relevantes porque ponen al descubierto que las dinámicas de creación o diseño de personajes para la ficción audiovisual se ven alteradas por los estereotipos. A su vez son congruentes con los estudios de análisis de contenido que han contrastado que la imagen de los personajes inmigrantes en la ficción televisiva de prime time emitida en España es negativa y reproduce estereotipos reforzados por las noticias, como vincular la inmigración con la delincuencia (Igartua et al., 2012). Igualmente, se constata que los estudiantes de comunicación audiovisual son conscientes de que la identificación con los personajes es un proceso relevante para explicar el éxito de una producción de ficción y, en base a ello, consideran que un personaje inmigrante provocará una menor identificación por parte de las audiencias que un personaje que no presente ese rasgo. Este resultado es congruente con el estudio de Chung y Slater (2013) en el que se observó una menor aceptación social de un personaje estigmatizado (en este caso, una madre presentada como una drogadicta), en comparación con cuando se eludía mostrar

información negativa sobre el personaje principal (se obviaba la información sobre su historia con las drogas y se enfatizaba su deseo de salir adelante como madre), y que dicho efecto se explicaba por la identificación con el personaje protagonista de la película. De este modo, el personaje estigmatizado provocaba menor identificación (toma de perspectiva) lo que a su vez se asociaba a una menor aceptación social del personaje. Sin embargo, en dicho estudio también se observó que la narración con un personaje estigmatizado no producía un menor grado de transporte narrativo ni reducía el disfrute provocado por el visionado de la película. Se pone de manifiesto que provocar identificación con personajes estigmatizados (como los inmigrantes en nuestro contexto) y así, indirectamente, favorecer actitudes positivas hacia el contacto intergrupal se convierte en un desafío para guionistas y creadores de contenidos de ficción (Müller, 2009; Park, 2012).

Con todo, se hace necesario incluir contenidos relacionadas con el papel de los estereotipos en la creación de personajes en los planes de estudio que conducen a los títulos de grado y posgrado en comunicación audiovisual, de modo que se favorezca un acercamiento crítico y consciente a los procesos de creación de contenidos de ficción audiovisual. En la introducción del capítulo se aludía a la importancia que los personajes tienen dentro de los relatos de ficción ya que gracias a ellos el espectador se adentra o engancha con la historia, e incluso puede adquirir comportamientos y modificar sus actitudes. Por ello, el diseño de los personajes debería ser un proceso fundamental al que dedicar mucho tiempo y esfuerzo de reflexión y no deberían crearse de manera automática, sin un mínimo de deliberación.

Referencias

- Areste (2003). Arrinconando estereotipos de género en medios de comunicación y la publicidad. Madrid: Dirección General de la Mujer.
- Baron, R. M. y Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: conceptual, strategic and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Chung, A. H. y Slater, M. D. (2013). Reducing stigma and out-group distinctions through perspective-taking in narratives. *Journal of Communication*, 63(5), 984-911.
- Cohen, J. (2001). Defining identification: a theoretical look at the identification of audiences with media characters. *Mass Communication and Society*, 4 (3), 245-264.
- Cohen, J. (2006). Audience identification with media characters. En J. Bryant & P. Vorderer (Eds.), *Psychology of entertainment* (pp. 183-197). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Galán, E. (2006). La representación de los inmigrantes en la ficción televisiva en España. Propuesta para un análisis de contenido. *El Comisario y Hospital Central. Revista Latina de Comunicación Social*, 61. Recuperado el 20 de enero de 2011 de, <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200608galan.htm>
- Greenberg, B. S., Mastro, J. E. y Brand, J. E. (2002). Minorities and the mass media. *Television into the 21st century*. En J. Bryant y D. Zillmann (Eds.), *Media effects. Advances in theory and research* (pp. 201-242). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Harwood, J. y Anderson, K. (2002). The presence and portrayal of social groups on prime-time television. *Communication Reports*, 15(2), 81-97.
- Hayes, A. F. (2009). Beyond Baron and Kenny: statistical mediation analysis in the new millennium. *Communication Monographs*, 76(4), 408-420.
- Hayes, A. F. (2013). *Introduction to mediation, moderation and conditional process analysis. A regression-based approach*. Nueva York, NY: The Guilford Press.

- Igartua, J. J. (2006). Métodos cuantitativos de investigación en comunicación. Barcelona: Bosch.
- Igartua, J. J. (2007). Persuasión narrativa. Alicante: Editorial Club Universitario.
- Igartua, J. J. (2010). Identification with characters and narrative persuasion through fictional feature films. *Communications. The European Journal of Communication Research*, 35(4), 347-373.
- Igartua, J. J. (2012). Tendencias actuales en los estudios cuantitativos en comunicación. *Comunicación y Sociedad*, 17(1), 14-40.
- Igartua, J. J. y Barrios, I. M. (2012). Changing real-world beliefs with controversial movies. Processes and mechanisms of narrative persuasion. *Journal of Communication*, 63(3), 514-531.
- Igartua, J. J., Barrios, I. M. y Ortega, F. (2012). Analysis of the image of immigration in prime time television fiction. *Comunicación y Sociedad*, 25(2), 5-28.
- Igartua, J. J. y Lozano, J. C. (2011). Narrative persuasion and cinematographic fiction. A cross-cultural study about the impact of the feature film 'A Day without a Mexican' on attitudes towards immigration. *International Journal of Hispanic Psychology*, 3(2), 237-250.
- Igartua, J. J., Muñoz, C., Otero, J. A. y de la Fuente, M. (2007). El tratamiento informativo de la inmigración en los medios de comunicación españoles. Un análisis de contenido desde la Teoría del Framing. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 13, 91-110.
- Krakowiak, K. M. y Oliver, M. B. (2012). When good characters do bad things: examining the effect of moral ambiguity on enjoyment. *Journal of Communication*, 62, 117-135.
- Lacalle, C. (2008). El discurso televisivo sobre la inmigración. Ficción y construcción de identidad. Barcelona: Ediciones Omega.
- Libro Blanco de los Títulos de Grado en Ciencias de la Comunicación (2005). Títulos de Grado en Comunicación. Madrid: ANECA.
- Mastro, D. (2009a). Effects of racial and ethnic stereotyping. En J. Bryant y M. B. Oliver (Eds.), *Media effects. Advances in theory and research* (pp. 325-341). Nueva York, NY: Routledge (3ª edición).
- Mastro, D. (2009b). Racial/ethnic stereotyping and the media. En R. L. Nabi y M. B. Oliver (Eds.), *Media processes and effects* (pp. 377-391). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Mastro, D. y Behm-Morawitz, E. (2005). Latino representation on primetime television. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 82(1), 110-130.
- Moyer-Gusé, E. (2008). Toward a theory of entertainment persuasion: explaining the persuasive effects of entertainment-education messages. *Communication Theory*, 18(3), 407-425.
- Moyer-Gusé, E., Chung, A. H. y Jain, P. (2011). Identification with characters and discussion of taboo topics after exposure to an entertainment narrative about sexual health. *Journal of Communication*, 61, 387-406.
- Müller, F. (2009). Entertainment anti-racism. Multicultural television drama, identification and perceptions of ethnic threat. *Communications. European Journal of Communication Research*, 34(3), 239-256.
- Páez, D. (2004). Relaciones intergrupales. En D. Páez, I. Fernández, S. Ubillos y E. Zubieta (Coords.), *Psicología social, cultura y educación* (pp. 752-768). Madrid: Pearson Educación.
- Park, S. Y. (2012). Mediated intergroup contact: concept explication, synthesis, and application. *Mass Communication and Society*, 15(1), 136-159.

- Preacher, K. J. y Hayes A. F. (2004). SPSS and SAS procedures for estimating indirect effects in simple mediation models. *Behavior Research Methods, Instruments, & Computers*, 36(4), 717-731.
- Preacher, K. J. y Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods*, 40(3), 879-891.
- Raney, A. A. (2004). Expanding disposition theory: reconsidering character liking, moral evaluations, and enjoyment. *Communication Theory*, 14(4), 348-369.
- Ruiz-Collantes, X., Ferrés, J., Obradors, M., Pujadas, E. y Pérez, O. (2006). La imagen pública de la inmigración en las series de televisión españolas. *Política y Cultura*, 26, 93-108.
- Tajfel, H. (1984). *Grupos humanos y categorías sociales*. Barcelona: Herder.

Una actividad de AE-IC ren ekitaldia



ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

Organizada por la UPV/EHU antolatuta

eman ta zabal zazu



UPV EHU

Con la colaboración de / hauen laguntzarekin



HEZKUNTZA, HIZKUNTZA POLITIKA
ETA KULTURA SAILA

DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN,
POLÍTICA LINGÜÍSTICA Y CULTURA



Bilbao



Gaiarekin bat eginda
Sumamos en Gaia



Institut de la Comunicació
Universitat Autònoma de Barcelona



IV Nazioarteko Biltzarra Komunikazioaren Ikerkuntzarako Espainiar Elkarte
IV Congr s Internacional Associaci  Espanyola d'investigaci  de la Comunicació
IV Congreso Internacional Asociación Española de Investigación da Comunicación
IV Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación



komunikazio eremuak
espacios de comunicación
espais de comunicación
espazos de comunicación

bilbao 2014