



PORTADA

INFORMACIÓN GENERAL

CONSEJO EDITORIAL

ENVÍO DE ORIGINALES

NÚMEROS ANTERIORES

INDEXACIÓN BASES DE DATOS

CREATIVE COMMONS

BÚSQUEDAS

CONTACTO

DENTRO DE C&S

OK



Reseña /

Juan José IGARTUA

Persuasión narrativa: El papel de la identificación con los personajes a través de las culturas

Editorial Club Universitario, San Juan (Alicante), 2007, 276 pp.

En su libro recién publicado Juan José Igartua, analiza una vez más las interacciones entre la audiencia y los medios, en particular el cine, para explicar los procesos afectivos y cognitivos que conducen a los efectos incitados por dichas interacciones. Mientras muchos autores conciben una audiencia pasiva, vaga y poco exigente, presa fácil de los posibles efectos negativos del consumo mediático, Igartua evidencia la existencia de una audiencia activa que busca el entretenimiento en las obras cinematográficas y que logra empatizar e identificarse con los personajes estableciendo una conexión cultural con el mensaje. Tal nexos cultural activaría la caja de resonancia personal de los individuos mediante la evocación de recuerdos, permitiéndoles revivir su propia vida en el transcurso de la narración de los personajes, e induciéndoles a una reflexión lúcida conducente a una especie de "iluminación interior" (p. 14).

Por tanto, el autor aboga por la investigación de los efectos positivos asentando sus postulados en las teorías elaboradas sobre entretenimiento mediático que el lector interesado puede encontrar en un gran repertorio de obras de Zillmann publicadas durante los últimos 25 años. Así, la audiencia observada por Igartua es una audiencia activa que orienta una buena parte de su consumo de medios hacia un objetivo concreto: experimentar - conforme a las variadas disposiciones psicológicas y roles sociales de cada espectador, oyente o lector- alguna forma de satisfacción en el uso de tales medios. Según este modelo, el miembro de la audiencia tiene la suficiente iniciativa para enlazar la gratificación de una necesidad con la elección del medio.

De hecho, el sujeto compone el cerca (sus carencias) y el lejos (las gratificaciones) mediante sus interacciones con los medios. Tras examinar los factores interactivos intervinientes, Igartua, desde la perspectiva con predominio empírico de la Psicología de los Medios pasa a centrarse en el procesamiento de la información audiovisual, estudiando qué procesos afectivos y cognitivos se ponen en juego cuando el receptor interactúa con los textos mediáticos.

Otro aspecto pragmático de dicho modelo es su aplicabilidad en el concepto de "usos y gratificaciones" de los medios. Este último tiene en su consideración la sucesión temporal dentro de la dialéctica cerca-lejos y de presencia-distancia, es decir, la gratificación o el entretenimiento de los medios a lo largo del ciclo vital, y cómo varía su papel durante la niñez, la adolescencia, la madurez y la vejez. Algunos educadores y pedagogos favorables al uso del cine como método educativo consideran que su labor social no es tanto enseñar valores a jóvenes cuanto ayudar a descubrirlos. Alfonso López Quintás, en el prólogo del libro "Educar con el cine" (M^a Ángeles Almacellas Bernadó, Ediciones Internacionales Universitarias, Madrid, 2004, pp. 17-20), afirma que, de esta manera, los jóvenes ven a salvo su libertad de búsqueda y su capacidad de iniciativa, y en consecuencia "se persuaden interiormente" (p. 17) de la importancia de los grandes valores para su vida. Precisamente, según Igartua, las narraciones de ficción, sean en forma de novela, serie televisiva o largometraje, diseñadas con preferencia para entretener, pueden provocar "efectos colaterales" (p. 10), al ejercer un impacto persuasivo incidental tan poderoso que conforme una imagen del mundo y de la realidad social, e incluso afecte los comportamientos cotidianos de las personas. Sugiere López Quintás que es preciso distinguir el "saber" del "estar convencido" (p. 17), porque uno se convence de algo cuando lo ve con esa penetrante mirada interior a la que Igartua denomina "iluminación interior" (p. 14). Por tanto, no se trata de exponer normas ya regladas sino de ayudar a buscarlas y descubrirlas para que quien las conozca se encuentre interiormente comprometido con ellas y, cuando las exponga, "hable de una verdad que le afecta" (p. 17).

La obra de Igartua centra en dos enfoques: el enfoque teórico y el empírico. La parte teórica consta de tres capítulos. El primero trata aspectos de los procesos y efectos del entretenimiento mediático, la definición de efecto mediático, la relación entre entretenimiento y vivencia emocional, los mecanismos por los que los individuos son provocados de forma positiva o negativa en el terreno afectivo y, por consiguiente, la variación de su nivel de disfrute. En el segundo capítulo, el autor, apoyado en investigaciones precedentes basadas en estudios de ficción audiovisual, explica la persuasión incidental que puede derivarse del efecto de cultivo y procesamiento heurístico o del impacto ejercido por los contenidos audiovisuales de historia-ficción. En este capítulo, el autor dedica una parte relevante a la estrategia de la utilización de ficción-entretenimiento con fines educativos específicos para hacer frente a problemas sociales o de salud preventiva. En el tercer capítulo, Igartua explica que al intentar establecer relaciones causales entre variables, los investigadores se encuentran con las dificultades para demostrar que la supuesta causa y el efecto no es espuria. Ante ello, el autor expone una teoría propia, que se contrasta de manera empírica, denominada "Modelo de Procesos Paralelos de Persuasión Incidental" (pp. 127-144), sobre cómo influyen las narraciones cinematográficas de ficción en actitudes y creencias, y en la que se destaca el papel del impacto afectivo y la identificación con los personajes como factores responsables de la inducción de corrientes de pensamiento y de cierta "iluminación interior" (p. 205) como producto del consumo de narraciones de ficción.

A partir de aquí, el lector encontrará varias experiencias investigadoras, descripciones detalladas de sus diseños experimentales, de sus procedimientos y controles rigurosos en laboratorio así como interpretaciones y explicaciones de los resultados de impacto de persuasión obtenidos de narraciones audiovisuales. Por último, en la parte empírica del texto se presentan los resultados de una investigación cuasi-experimental de carácter transcultural (realizada en México y España) sobre el impacto persuasivo incidental del largometraje "Un día sin

mexicanos" (Sergio Arau, 2004). Entre sus conclusiones finales el autor otorga a la "identificación con los personajes" (p. 220) un papel clave para comprender los procesos de impacto de las obras de ficción. Entretenerse es así implicarse afectivamente con un mensaje, y la identificación con los protagonistas es un factor que propicia o explica tanto del disfrute que aportan las obras de entretenimiento mediático como del impacto persuasivo incidental que provocan.

Lifen CHENG
lfcheng@usal.es

[arriba](#)

