



## Noticias sobre inmigración con enfoque narrativo: efectos actitudinales y procesos explicativos

Diego Cachón Ramón<sup>1</sup>

Recibido: 11 de diciembre de 2015 / Aceptado: 23 de junio de 2016

**Resumen.** El presente estudio pretende investigar acerca del efecto del enfoque (formato narrativo versus formato no narrativo) de las noticias sobre expulsión “en caliente” de inmigrantes en las actitudes hacia la inmigración. Concretamente, se persigue analizar el papel mediador de las emociones empáticas y el transporte narrativo, en el efecto provocado por las noticias en los participantes. Se trata de una investigación de naturaleza experimental con dos grupos tratamiento, en el que se ha contado con una muestra de 102 estudiantes universitarios, asignados a cada una de las condiciones de manera aleatoria. Los resultados obtenidos muestran que, cuando se informa acerca de hechos relacionados con inmigrantes, las noticias construidas mediante formatos narrativos activarán en la audiencia procesos emocionales que resultarán en actitudes y opiniones más beneficiosas al respecto.

**Palabras clave:** Framing; inmigración; mediación; emociones empáticas; transporte narrativo.

### [en] News about Immigration with Narrative Format: Attitudinal Effects and Explanatory Processes

**Abstract.** This study aims to investigate the effect of the approach (narrative format versus non-narrative format) of news about immigrant deportation towards immigration attitudes. Specifically, it seeks to analyze the mediating role of the empathic emotions and narrative engagement, in the effect caused by the news on the participants. This is an investigation of an experimental nature with two treatment groups, which has had a sample of 102 college students assigned to each of the conditions at random. The results show that, when reporting about events related to immigrants, news with narrative format will trigger emotional processes in the audience that will result in more beneficial attitudes and opinions.

**Keywords:** Framing; immigration; mediation; empathic emotions; narrative engagement.

**Sumario.** 1. Introducción; 1.1. Justificación del objeto de estudio. 2. Fundamentos teóricos; 2.1. Teoría del framing; 2.2. El papel mediador de las emociones para entender el efecto framing; 2.3. El efecto de las noticias con enfoque narrativo. 3. Delimitación del objeto de investigación; 3.1. Objetivos; 3.2. Formulación de hipótesis. 4. Metodología; 4.1. Muestra; 4.2. Diseño metodológico y procedimiento. 5. Resultados; 5.1. H1: Efecto del enfoque narrativo de la noticia en el transporte narrativo; 5.2. H2: Efecto del enfoque narrativo de la noticia en las emociones; 5.3. H3: Efecto del enfoque narrativo de la noticia en las actitudes hacia la inmigración; 5.4. Efecto indirecto del enfoque

<sup>1</sup> Universidad de Salamanca  
E-mail: [diego.cachon@usal.es](mailto:diego.cachon@usal.es)

narrativo de la noticia en las actitudes hacia la inmigración (análisis mediacional). 6. Conclusiones y discusión. 7. Referencias bibliográficas. 8. Anexo: Tablas de resultados.

**Cómo citar:** Cachón Ramón, Diego (2016): “Noticias sobre inmigración con enfoque narrativo: efectos actitudinales y procesos explicativos”, en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 22 (2), 661-680.

## **1. Introducción**

### **1.1. Justificación del objeto de estudio**

El presente trabajo tiene como objetivo principal estudiar el efecto del enfoque (narrativo versus no narrativo) de las noticias sobre expulsión “en caliente” de inmigrantes en las actitudes hacia la inmigración y analizar el papel mediador de las emociones y el transporte narrativo.

En este sentido, de acuerdo con el estudio *Actitudes hacia la Inmigración*, publicado en marzo de 2014 por el CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas), un 37.6% de los encuestados consideran que el número de inmigrantes que hay actualmente en España es excesivo. Además, de las personas que reconocían haber escuchado comentarios en contra de los inmigrantes, un 51.4% de ellos afirmaban haberlo hecho por medio de la televisión, un 11.1% a través de la radio y un 9.5% en la prensa o las revistas (CIS, 2014).

Por otro lado, la investigación al respecto ha demostrado que, en numerosas ocasiones, los medios de comunicación han jugado un papel determinante contribuyendo al rechazo de la inmigración y al mantenimiento de los prejuicios hacia los inmigrantes; ofreciendo una visión distorsionada y sesgada del fenómeno migratorio y sus contribuciones a la sociedad (Igartua et al, 2004; Igartua et al., 2006). Sin embargo, mediante un cambio en el paradigma de representación imperante de la inmigración, estos mismos medios podrían ser utilizados en favor de esta última, aportando una visión más positiva y realista; y contribuyendo a la formación de opiniones y creencias positivas acerca del fenómeno migratorio.

Por estos motivos, nos parece de especial relevancia investigar sobre nuevas perspectivas acerca del tratamiento informativo de la inmigración, tomando como referencia los trabajos desarrollados desde la teoría del encuadre noticioso (framing) y del transporte narrativo; una línea de investigación recientemente inaugurada por Oliver et al. (2012) acerca de los efectos de las noticias con enfoque narrativo, con el fin de promover la empatía hacia grupos estigmatizados, como son los inmigrantes en el contexto español.

## **2. Fundamentos teóricos**

### **2.1. Teoría del framing**

La denominada teoría del encuadre noticioso o teoría del framing, según Entman (1993), describe el proceso por el cual, los medios de comunicación encuadran los acontecimientos sociales: seleccionando algunos aspectos determinados de la

realidad (que recibirán una mayor relevancia que otros), asignándoles una definición concreta, una interpretación casual, un juicio moral y/o una recomendación para su tratamiento.

En este sentido, Tankard (2001) compara el encuadre noticioso con el marco de una fotografía, que tiene la capacidad de fijar la atención de quien lo observa en un determinado área, excluyendo el resto de la información relacionada. De este modo, afirma que el hecho de encuadrar una información conlleva diferentes acciones, tales como la toma de una determinada perspectiva o enfoque desde la que narrar los hechos; la selección y utilización de determinados términos en detrimento de otros; o la elección de una “idea organizadora central” para construir la historia.

Por otro lado, Iyengar y Kinder (1987) hablan de formatos de noticias episódicos (episodic framing) noticias centradas en eventos específicos o casos particulares, con una cobertura orientada hacia los acontecimientos; y de formatos de noticias temáticos (thematic framing), con una cobertura orientada hacia el “background” y la explicación. Las primeras representan acontecimientos concretos que ilustran un tema, centrando el foco en uno o varios protagonistas de los hechos; mientras que las segundas presentan hechos generales, de manera más abstracta. En los encuadres episódicos se informa acerca de hechos concretos poniendo el foco en los protagonistas de la información, mientras que en los encuadres temáticos se suele recurrir a las entrevistas con expertos y se pretende abordar el hecho noticioso realizando reflexiones y explicaciones de mayor profundidad. De acuerdo con Humanes (2001), el uso de una u otra estrategia de presentación de la información (episódica versus temática) conllevará diferencias en la forma en la que el público procesa las noticias.

Además, los desarrollos recientes de la perspectiva de la teoría de la “agenda setting” y la teoría del framing, han demostrado que los contenidos de las noticias condicionan al público a otorgar mayor importancia a determinados temas (en detrimento de otros) y a adoptar un determinado punto de vista al respecto (Igartua y Humanes, 2004). Por lo que, “la relación entre opinión pública y opinión publicada es estrechísima” (Giménez, 2006: 60).

Además, según McCombs y Reynolds (2002), las revisiones meta-analíticas más actuales han confirmado que existe una relación positiva y significativa entre el énfasis mediático sobre los temas y acontecimientos sociales y la saliencia de éstos como asuntos valorados como importantes o problemáticos por parte de la opinión pública.

En el contexto de la investigación sobre los efectos socio-cognitivos de las noticias, el efecto framing (framing effect), se define como el “cambio que se produce en las opiniones y las actitudes debido a sutiles alteraciones en la definición de un problema. Las investigaciones experimentales sobre los efectos del framing han señalado que la manera en la que se enfoca un tema (variable independiente) influye en la percepción que el público desarrolla sobre este asunto (variable dependiente)”. (Igartua y Humanes, 2004: 263)

En el ámbito internacional existe una gran diversidad de trabajos que se basan en la teoría del framing y sus efectos para llevar a cabo sus investigaciones.

En este sentido, merece especial mención el trabajo llevado a cabo por Iyengar y Simon (1993), que realizaron un estudio sobre la cobertura informativa de la

guerra del Golfo Pérsico, analizando tanto a los encuadres de las noticias publicadas, como sus efectos en los participantes. De este modo, los resultados del análisis de contenido mostraron que existía una tendencia mayoritaria a encuadrar las informaciones de manera episódica, mediante una representación maniquea y superficial del conflicto, centrada en acontecimientos concretos; y carente de explicaciones más profundas acerca de los antecedentes históricos o los motivos del mismo. Además, en lo referente al análisis de los efectos, se comprobó que existía una correlación positiva entre la importancia otorgada por los medios al conflicto y la percepción de éste como el principal problema del país por parte de los encuestados. Por último, se descubrió que la exposición a las noticias con encuadre episódico correlacionaba con una mayor legitimación del conflicto por parte de los participantes.

Igualmente, cabe destacar la investigación realizada por De Vreese (2003), en la que llevaría a cabo un estudio de las noticias televisivas sobre el proceso de integración europea en tres países (Gran Bretaña, Dinamarca y Holanda) así como los efectos de éstas en la formación de la opinión pública al respecto. Los resultados mostrarían que las noticias poseían la capacidad de influir en las opiniones y actitudes de la opinión pública.

En cuanto a la investigación en comunicación en España, desde la perspectiva de la teoría del framing, ésta no es tan extensa como en el ámbito internacional. No obstante, Mariño y Rabadán (2011) afirman que en el ámbito teórico, España cuenta con trabajos de primer nivel. De cualquier modo, los estudios realizados en España sobre framing e inmigración son básicamente de dos tipos: estudios de análisis de contenido de noticias y estudios experimentales sobre los efectos de los encuadres noticiosos.

Entre los primeros, podemos encontrar, por ejemplo, el llevado a cabo por Igartua et al. (2004), dedicado al tratamiento informativo de la inmigración en la prensa española, en el que analizaron un total de 819 noticias sobre inmigración, pertenecientes a cuatro diarios nacionales de información general; encontrando que los medios encuadraban las noticias de acuerdo con su talante ideológico. En la misma línea, un estudio posterior (Igartua et al., 2005), cuya finalidad era también el análisis tratamiento de las noticias sobre inmigración por parte de los diarios españoles; aportó a la metodología existente una Escala de Encuadres Noticiosos, identificando 17 tipos de encuadres noticiosos sobre inmigración utilizados en la prensa española. Asimismo, Igartua et al. (2006), llevaron a cabo un análisis del tratamiento informativo de la inmigración, tanto en la prensa como en los informativos televisivos españoles. Observaron que la mayoría de las noticias hacían referencia a asuntos de carácter negativo para los inmigrantes y que en la mayoría de ellas se enfatizaban encuadres negativos, relacionados con aspectos como la delincuencia.

En cuanto a los estudios dedicados al análisis del efecto framing en noticias sobre inmigración en el ámbito español, nos parece interesante reseñar el trabajo de Igartua (2013). Esta investigación consta de dos experimentos que ponen al descubierto los mecanismos (procesos mediadores de tipo actitudinal y cognitivo) que explican el impacto de la mención de la nacionalidad u origen de los protagonistas de una noticia sobre un acto delictivo y de la implicación con las mismas; en las creencias estereotípicas sobre la inmigración. Para ello, se utilizó un

diseño factorial 2x2 con dos variables independientes: la mención del origen geográfico del sujeto que llevaba a cabo el acto delictivo (“no se indicaba el origen” versus “se indicaba el origen”) y la implicación con el acto delictivo (“el acto sucedía en la ciudad de los participantes” versus “el acto sucedía en una ciudad distinta de la de los participantes”). Los resultados mostraron que cuando la implicación con el tema es baja, la presencia de información sobre el origen de los protagonistas de la noticia ejerce un efecto indirecto a través del impacto en las actitudes. En cambio, cuando la implicación es alta, el efecto indirecto se explica por la activación de corrientes de pensamiento que influyen en la formación y/o refuerzo de creencias negativas sobre la inmigración.

## **2.2. El papel mediador de las emociones para entender el efecto framing**

Existen diversos estudios que demuestran la influencia de las emociones en el proceso del efecto framing (Nabi, 2003; Gross y D'Ambrosio, 2004; Schuck y De Vreese, 2012; Oliver et al., 2012; Lecheler et al., 2013). En estos estudios las emociones suelen ser concebidas como estados mentales internos, que representan reacciones evaluativas a hechos, factores u objetos; que varían en intensidad. Generalmente estas respuestas suelen ser cortas en el tiempo, intensas y dirigidas a un estímulo externo.

Un aspecto importante a la hora de comprender el papel de las respuestas emocionales en el estudio del framing es probar si éstas median en el efecto que los encuadres noticiosos pueden provocar en la opinión pública. Así, diversos estudios sobre emociones y efecto framing, investigan si una respuesta emocional provocada por un encuadre noticioso media en el efecto.

A este respecto, conviene indicar que, “una variable actúa como mediadora en la medida que explica, estadísticamente hablando, la relación entre una variable predictora o independiente y una variable criterio o dependiente. Por tanto, una variable mediadora interviene entre una variable independiente y una dependiente y hace explícito un mecanismo o proceso de influencia de una variable sobre otra”. (Igartua, 2013: 21).

En lo referente al análisis del papel de las emociones en el efecto framing, nos encontramos el trabajo de Lecheler et al. (2013). En esta investigación experimental se pretendía contrastar el papel mediador de dos emociones negativas (ira y miedo) y dos emociones positivas (entusiasmo y alegría) en el efecto framing de diferentes noticias (con encuadres tanto positivos como negativos) sobre la aceptación de nuevos países en la Unión Europea. Los resultados hallados pusieron de manifiesto que el encuadre de las noticias (framing positivo versus framing negativo) afectaba a la respuesta emocional (emociones) de los individuos, traducándose en una opinión más o menos favorable acerca del tema tratado. Asimismo, se demostró que el entusiasmo y el miedo mediaban en el efecto de las noticias.

### **2.3. El efecto de las noticias con enfoque narrativo (y el análisis mediador de las emociones empáticas y el transporte narrativo)**

Para explicar el efecto de las noticias con enfoque narrativo y el papel mediador de las emociones empáticas y el transporte narrativo (narrative engagement) nos centraremos en el trabajo llevado a cabo por Oliver et al. (2012), referencia principal de la presente investigación.

En el citado trabajo se estudia el efecto de las noticias con enfoque narrativo (y el papel mediador de las emociones empáticas y del transporte narrativo) a la hora de inducir mejores actitudes hacia los grupos estigmatizados. Para ello, se crearon dos versiones de diferentes noticias sobre grupos estigmatizados (una versión con formato narrativo y otra con formato no narrativo), con el fin de observar las diferencias provocadas por cada una de ellas en los participantes.

Llegados a este punto, resulta necesario explicar que se entiende por formatos de noticias narrativos y no narrativos en el contexto del estudio de Oliver et al. (2012).

En este sentido, en las noticias con formatos no narrativos los hechos se describen de manera general o abstracta, sin hacer alusión a acontecimientos aislados o casos particulares. De este modo, se plantea el tema desde una perspectiva impersonal, alejada del verdadero foco de la noticia, recurriendo a datos como cifras y porcentajes para ilustrar la información. Además, las fuentes que aparecen en las versiones no narrativas de las noticias provienen de expertos en la materia abordada y la narración se centra en cuestiones políticas.

Por el contrario, en las versiones con formato narrativo, la noticia está focalizada en una persona específica perteneciente al grupo estigmatizado en cuestión, apoyándose en su historia y sus vivencias personales para ilustrar la narración. De este modo, se plantean los hechos desde un punto de vista particular y cercano, recurriendo continuamente a las experiencias personales y las opiniones y declaraciones de los implicados para encuadrar la noticia.

En este contexto, de acuerdo con Oliver et al. (2012), la investigación existente al respecto ha demostrado el poder de los formatos narrativos para alterar creencias y actitudes, a través del concepto denominado “transporte narrativo” (narrative engagement). En este sentido, la teoría del transporte narrativo, enunciada por Green y Brock (2000), postula que “dicho proceso de inmersión no sólo explica el disfrute o placer estético que experimente al lector, sino que además es responsable del impacto que provoca la ficción en las actitudes y creencias sobre el mundo social” (Igartua, 2007: 118).

Por otro lado, en relación con las emociones empáticas, Oliver et al. (2012) afirman que la investigación existente ha mostrado que la inducción de procesos empáticos constituye un medio eficaz para cambiar las actitudes hacia los miembros de grupos estigmatizados. En este ámbito, encontramos trabajos como el llevado a cabo por Batson et al. (1997), consistente en tres investigaciones experimentales cuya finalidad era comprobar si los procesos empáticos podían mejorar las actitudes hacia miembros de grupos estigmatizados (personas sin hogar, enfermos de sida y condenados por asesinato). Los resultados mostraron que, en los casos de las personas sin hogar y los enfermos de sida, las emociones

empáticas jugaban un papel determinante a la hora de mejorar las actitudes hacia los miembros de los citados grupos.

El presente trabajo, aunque toma como referencia este estudio y otros sobre el efecto framing, trata de avanzar en el análisis de los mecanismos explicativos de dicho efecto. Concretamente en el análisis del papel mediador de las emociones empáticas y del transporte narrativo en el efecto de las noticias con enfoque narrativo; con el fin de investigar sobre cómo encuadrar la información en las noticias sobre inmigración, para favorecer reacciones de empatía y reducir las actitudes negativas hacia el colectivo inmigrante.

### **3. Delimitación del objeto de investigación**

El objeto final de esta investigación es estudiar el efecto del enfoque (narrativo versus no narrativo) de las noticias sobre expulsión en caliente de inmigrantes en las actitudes hacia la inmigración. Concretamente, analizar si el enfoque narrativo en este tipo de noticias puede jugar un rol relevante para activar emociones empáticas, generar enganche o transporte narrativo y reducir las actitudes negativas hacia la inmigración.

En este sentido, el presente estudio se centra en una temática de rigurosa actualidad en nuestro país, tanto a nivel político, como social y mediático. Asimismo, enlaza con dos de los grandes retos de la sociedad europea (como así recoge el informe *Posición española sobre Horizonte 2020*, expedido por el Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España), el cambio demográfico y el desarrollo de sociedades más inclusivas y seguras (MINECO, 2012).

Así, el asentamiento de población inmigrante en Europa, y particularmente en España, es uno de los principales cambios demográficos que se han dado en los últimos tiempos. Dicho proceso, ha contribuido al desarrollo económico, social y cultural de nuestras sociedades, pero el actual contexto de crisis económica es el caldo de cultivo perfecto para que surjan posturas de rechazo hacia la población extranjera que intenta acceder a la Unión Europea.

Además, como ya hemos apuntado, numerosos estudios anteriores (Igartua et al, 2004; Igartua et al., 2006) han evidenciado que, en los medios de comunicación nacionales, existe una tendencia generalizada a vincular las informaciones sobre inmigración con determinados encuadres negativos; y que los acontecimientos relatados en dichas noticias son, en la mayoría de los casos, negativos o poco deseables desde el punto de vista de los inmigrantes. Y que estos tratamientos influyen en la percepción de la opinión pública acerca de los temas abordados en las noticias, como es en este caso, la inmigración.

Por otro lado, como hemos visto, diversos trabajos (Schuck y De Vreese, 2012; Oliver et al., 2012; Lecheler et al. 2013; Waheed et al, 2015) han puesto de manifiesto el papel mediador de las emociones y el transporte narrativo, en los efectos cognitivos provocados por las noticias en la opinión pública.

### 3.1. Objetivos

1. Contrastar cómo la exposición a diferentes versiones de una noticia (con dos versiones de la misma que difieren en la forma de encuadrar la información: formato narrativo versus no narrativo) inducirá diferencias significativas en los procesos de recepción de las mismas (concretamente, en el transporte narrativo y las emociones sentidas al leer la noticia).
2. Contrastar cómo la exposición a diferentes versiones de una noticia (con dos versiones de la misma que difieren en la forma de encuadrar la información: formato narrativo versus no narrativo) influirá en las actitudes y las opiniones hacia la inmigración.
3. Analizar el papel de las emociones y el transporte narrativo como variables mediadoras del efecto framing.

### 3.2. Formulación de hipótesis

De acuerdo con lo expuesto hasta este punto, se plantean las siguientes hipótesis:

- H1. La versión de la noticia sobre expulsión en caliente de inmigrantes con formato narrativo provocará mayor transporte narrativo que la versión con formato no narrativo.
- H2. La versión de la noticia sobre expulsión en caliente de inmigrantes con formato narrativo provocará más respuestas emocionales de tipo empático (tales como la compasión) que la versión con formato no narrativo.
- H3. La versión de la noticia sobre expulsión en caliente de inmigrantes con formato narrativo inducirá una actitud más positiva hacia la inmigración que la versión con formato no narrativo.
- H4. Tanto el transporte narrativo como las emociones actuarán como variables mediadoras del efecto de la variable independiente (formato de la noticia) en la actitud hacia la inmigración.

## 4. Metodología

### 4.1. Muestra

El presente trabajo consiste en una investigación de naturaleza experimental en la que han participado un total de 102 individuos (N= 102). Todos los integrantes de la muestra son estudiantes de primer y segundo curso del Grado en Comunicación Audiovisual y han sido asignados a cada una de las dos condiciones experimentales de manera aleatoria.

En cuanto a las características de la muestra, en lo referente al sexo de los participantes, hemos contado con un 66.7% de mujeres (n= 68) frente a un 33.3% de hombres (n= 34). Las edades de los mismos están comprendidas entre los 18 y los 41 años (M= 20.22, DT= 2.81)



## 4.2. Diseño metodológico y procedimiento

El estudio realizado presenta un diseño experimental de medidas independientes con dos grupos aleatorios, en el que se manipula una única variable independiente: formato de la noticia (formato narrativo versus no narrativo) dando lugar a dos grupos de tratamiento:

- Grupo de tratamiento 1 (n= 51): los participantes asignados a esta condición experimental fueron expuestos a una versión de la noticia sobre expulsión en caliente de inmigrantes con un formato no narrativo. De este modo, los hechos están narrados de manera general, con una cobertura orientada hacia el background y la explicación; sin hacer alusión a acontecimientos aislados o casos particulares.
- Grupo de tratamiento 2 (n= 51): los integrantes de la muestra asignados a esta condición experimental fueron expuestos a una versión de la noticia sobre expulsión en caliente de inmigrantes con un formato narrativo. Así, en esta versión de la noticia la cobertura de la información está centrada en un acontecimiento concreto (el caso particular de un sujeto que sufre el problema), apelando a las emociones de la audiencia.

Los materiales de estímulo (las dos versiones de la noticia) fueron creadas expresamente para el presente trabajo basándose tanto en noticias reales, como en las utilizadas en otros estudios previos (como el de Oliver et al., 2012).

Una vez establecidas las condiciones experimentales, uno de los principales objetivos del presente trabajo es conocer el impacto que cada una de estas versiones de noticia sobre expulsión en caliente de inmigrantes ejerce en la variable dependiente: “actitud hacia la inmigración”. Para medir las opiniones hacia la inmigración de los participantes de la muestra, se ha usado una escala creada *ad hoc*, tomando y adaptando cinco ítems de la escala utilizada por Batson et al. (1997). El instrumento de medida consiste en una escala tipo Likert en la que se solicita a los participantes que indiquen su grado de acuerdo o desacuerdo (desde 1= totalmente en desacuerdo, hasta 7= totalmente de acuerdo) con las siguientes afirmaciones: 1) “La mayoría de los inmigrantes son responsables de su situación”; 2) “Personalmente me preocupa la difícil situación de las personas inmigrantes”; 3) “Nuestra sociedad no hace lo suficiente para ayudar a las personas inmigrantes”; 4) “En comparación con otros problemas sociales a los que nos enfrentamos hoy en día (tales como el desempleo, la delincuencia, los desahucios, etc.) ¿Cómo calificarías la importancia de ayudar a las personas inmigrantes?”; y 5) “En términos generales, ¿Cuál es tu opinión acerca de la inmigración?”. Un análisis factorial de componentes principales extrajo un único factor que explicaba el 58.76% de la varianza. En cuanto a la fiabilidad de la escala (evaluada mediante el coeficiente Alpha de Cronbach), la prueba arrojó un resultado de  $\alpha = .81$ . En este caso, al contar con una escala balanceada como instrumento para medir las opiniones hacia la inmigración, se procedió a recodificar el ítem 1 (“La mayoría de los inmigrantes son responsables de su situación”); y posteriormente se llevaría a cabo la creación de un índice global de actitud hacia la inmigración (mediante la suma de todos los ítems que conforman la escala).

Por otro lado, en el diseño del estudio se recogen una serie de variables dependientes que, se espera, actuarán a su vez como variables mediadoras del efecto framing. Éstas son las siguientes:

- Emociones experimentadas al leer la noticia. Para evaluar las emociones sentidas por los participantes de la muestra se ha utilizado una lista de diez emociones discretas usada por Oliver et al. (2012). El instrumento de medida consiste en una escala Likert en la que se solicita a los participantes que indiquen en qué medida (desde 1= nada, hasta 7= mucho) durante la lectura de la noticia se habían sentido: 1) “enfadado”; 2) “feliz”; 3) “irritado”, 4) “calmado”; 5) “animado”; 6) “asustado”; 7) “comprensivo”; 8) “contento”; 9) “compasivo”; 10) “atemorizado”. Un análisis factorial de componentes principales (rotación varimax) extrajo tres factores que explicaban el 69.88% de la varianza. El primer factor hacía referencia a las emociones positivas ( $\alpha = .85$ ) experimentadas por los participantes mientras leían las noticias (ítems 2, 4, 5, 8); el segundo factor hacía referencia a las emociones negativas ( $\alpha = .77$ ) sentidas por los participantes a la hora de leer la noticia (ítems 1, 3, 6, 10); y el tercer factor hacía alusión a las emociones empáticas de compasión y comprensión ( $r = .33$ ,  $p < .001$ ) experimentadas por los participantes (ítems 7 y 9). En consecuencia, se crearon tres indicadores compuestos mediante la suma de los ítems que conforman cada uno de los factores.
- Transporte narrativo experimentado al leer la noticia. Para evaluar esta variable se ha utilizado la Escala de Transporte Narrativo de Green y Brock (2000). Se trata de una escala Likert, en la que se pide a los participantes que indiquen su grado de acuerdo o desacuerdo (desde 1= nada, hasta 7= mucho) con las siguientes afirmaciones: 1) “Al leer la noticia, fácilmente podía imaginar lo que estaba sucediendo”; 2) “Mientras leía la noticia, pude darme cuenta de todo lo que estaba sucediendo a mí alrededor”; 3) “Pude imaginar fácilmente que yo mismo estaba en el lugar de los hechos descritos en la historia”; 4) “Me sentí muy involucrado o implicado con la narración mientras leía la noticia”; 5) “Después de terminar de leer la noticia, me resultó muy fácil olvidarla”; 6) “Todo el tiempo tenía deseos de saber cómo iba a terminar la historia”; 7) “Lo ocurrido en la noticia me ha afectado emocionalmente”; 8) “Al leer la noticia pensaba en qué otra manera podría transcurrir la narración”; 9) “Al leer la noticia me sentía distraído y no prestaba atención a la historia”; 10) “Los acontecimientos narrados en la noticia son relevantes para mi vida cotidiana” 11) “Los acontecimientos narrados en la noticia han cambiado mi forma de ver la vida”. Un análisis factorial de componentes principales (con rotación varimax) extrajo cuatro factores que explicaban el 64.94% de la varianza. El primer factor aludía a la implicación por parte de los participantes a la hora de leer la noticia (ítems 3, 4, 6 y 8); el segundo factor aludía a la relevancia del tema y el impacto en las creencias y las emociones experimentadas por los participantes durante la lectura de la noticia (ítems 7, 10 y 11); el tercer factor hacía referencia a las distracciones por parte de los integrantes de la muestra mientras leían la noticia (ítems 5 y 9); el cuarto factor se refería a la imaginación suscitada

por la noticia en los participantes (ítems 1 y 2). En consecuencia, se procedió a la creación de cuatro indicadores compuestos, de acuerdo con los cuatro factores extraídos, mediante la suma de los ítems que conforman cada uno de los mismos; así como a la creación de un indicador de transporte narrativo global, mediante la suma de todos los ítems que conforman la escala. Por último, en lo referente a la validez del instrumento, tras eliminar tres de los ítems (ítems 1, 5 y 9) que rebajaban la puntuación de la escala, la prueba de fiabilidad (evaluada mediante el coeficiente Alpha de Cronbach) arrojó un resultado de  $\alpha = .75$ .

El cuestionario incluye un apartado de datos sociodemográficos, donde se recoge información referente a la edad y el sexo de los encuestados; así como a su nacionalidad, con el fin de excluir del análisis aquellos casos en los que los participantes posean una nacionalidad distinta a la española.

La creación de la matriz de datos y todos los procesos de análisis estadísticos han sido realizados con el software IBM SPSS Statistics 22.

Para comprobar la influencia de las dos versiones de la noticia (formato narrativo versus no narrativo) en los procesos cognitivos de los participantes de la investigación (hipótesis 1, 2 y 3 del presente estudio), se ha utilizado la prueba t para muestras independientes (t de Student), que permite comparar las puntuaciones medias de cada una de las variables que miden estas dimensiones (transporte narrativo, emociones sentidas y actitud hacia la inmigración), así como conocer si existen diferencias estadísticamente significativas entre las mismas.

Por último, para realizar el análisis mediacional se ha utilizado la macro PROCESS para SPSS, ideada por Hayes (2013).

## 5. Resultados

Una vez definida la metodología utilizada y realizados los análisis estadísticos pertinentes, es el momento de proceder a la presentación de los resultados obtenidos en las pruebas de contraste de hipótesis.

### 5.1. H1: Efecto del enfoque narrativo de la noticia en el transporte narrativo

En relación con la Hipótesis 1, se esperaba encontrar que la versión de la noticia con formato narrativo indujese mayor transporte narrativo que la versión de la noticia con formato no narrativo. En este sentido, el grupo que fue expuesto a la versión no narrativa de la noticia obtuvo una puntuación media de transporte narrativo global de 3.27; frente al grupo que fue expuesto a la versión narrativa de la noticia, que obtuvo una puntuación media de 3.55. Aunque la puntuación es mayor en el grupo expuesto a la noticia con formato narrativo, la prueba t para muestras independientes concluyó que no se habían encontrado diferencias estadísticamente significativas entre las medias de ambos grupos.

Posteriormente se realizó la prueba de diferencia de medias para cada uno de los índices que conforman la variable transporte narrativo: transporte narrativo que afecta a la implicación, transporte narrativo que afecta a las creencias, transporte

narrativo que alude a la distracción y transporte narrativo que alude a la imaginación. En esta ocasión, la prueba t de Student tampoco encontró diferencias significativas en las medias de los citados índices, entre el grupo expuesto a la noticia con formato narrativo y el expuesto a la noticia con formato no narrativo.

Sin embargo, realizando el análisis ítem a ítem, la prueba de diferencia de medias mostró que existe una diferencia significativa ( $p \leq .008$ ) entre las medias de las dos condiciones en el ítem 11 (“Los acontecimientos narrados en la noticia han cambiado mi forma de ver la vida”). De este modo, para el ítem 11 (que alude al impacto de la noticia en las creencias), el grupo expuesto a la versión no narrativa de la noticia obtuvo una media de 2.35, frente al grupo expuesto a la versión narrativa que obtuvo una puntuación media de 3.08 (ver Anexo: Tabla 1). Esto significa que la noticia con formato narrativo induce más a cambiar la forma de ver el mundo de los participantes que la noticia con formato no narrativo. Con todo, hemos de concluir que la Hipótesis 1 no se confirma.

## **5.2. H2: Efecto del enfoque narrativo de la noticia en las emociones**

La Hipótesis 2 esperaba encontrar diferencias significativas entre las emociones sentidas de cada una de las dos condiciones experimentales del estudio. Para corroborar o desmentir esta afirmación se llevó a cabo una prueba de diferencia de medias (prueba t para muestras independientes) de los tres índices que conforman la variable emociones sentidas al leer la noticia: emociones negativas, emociones positivas y emociones empáticas suscitadas por la lectura de la noticia. Para las emociones negativas, el grupo expuesto a la noticia con formato no narrativo obtuvo una media de 3.53, frente al grupo expuesto a la noticia con formato narrativo que obtuvo una media de 3.55; no se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre ambas (ver Anexo: Tabla 2). En lo referente a las emociones positivas, el grupo expuesto a la noticia con formato no narrativo obtuvo una media de 2.05, frente al grupo expuesto a la noticia con formato narrativo que obtuvo una media de 1.64; en este caso, el análisis mostró que existe una diferencia estadísticamente significativa ( $p \leq .026$ ) entre las medias de ambos grupos (ver Anexo: Tabla 2). Por último, en cuanto a las emociones empáticas, el grupo expuesto a la noticia con formato no narrativo obtuvo una media de 3.89, frente al grupo expuesto a la noticia con formato narrativo que obtuvo una media de 5.00; en esta ocasión el análisis encontró una diferencia estadísticamente significativa ( $p \leq .001$ ) entre las medias de ambos grupos (ver Anexo: Tabla 2). Esto significa que la noticia con formato narrativo funciona mejor, a la hora de inducir emociones empáticas; que la noticia con formato no narrativo. En conclusión, podemos afirmar que la Hipótesis 2 se confirma.

## **5.3. H3: Efecto del enfoque narrativo de la noticia en las actitudes hacia la inmigración**

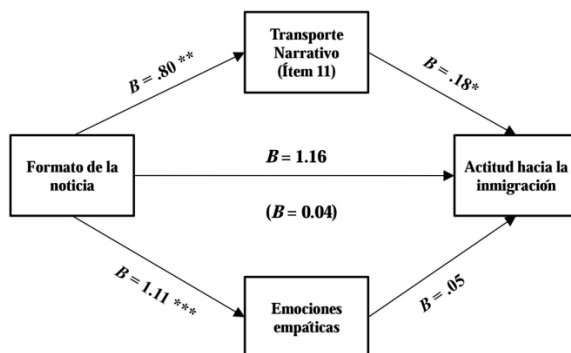
En relación con la Hipótesis 3, se esperaba que la noticia con formato narrativo indujera una actitud más positiva hacia la inmigración que la noticia con formato no narrativo. En este sentido, la prueba de diferencia de medias mostró, para el indicador Actitud hacia la Inmigración (suma de todos los ítems que conforman la

escala que medía la Opinión hacia la Inmigración) que el grupo expuesto a la versión no narrativa de la noticia había obtenido una media de 5.47, frente al grupo expuesto a la versión narrativa, que había obtenido una media de 5.43. Este hecho supone que el formato no narrativo ha provocado una mejor actitud hacia la inmigración que el formato narrativo, al contrario de lo esperado. No obstante, el análisis no ha hallado diferencias estadísticamente significativas entre las medias de ambos grupos (ver Anexo: Tabla 3). De cualquier modo, podemos asegurar que la Hipótesis 3 no se confirma.

#### 5.4. Efecto indirecto del enfoque narrativo de la noticia en las actitudes hacia la inmigración (análisis mediacional)

Para contrastar la Hipótesis 4 se utilizó la macro PROCESS (modelo 4, modelo mediacional simple) para SPSS desarrollada por Hayes (2013), que permite estimar los efectos indirectos en modelos mediacionales (Hayes, 2009).

Tal como se había hipotetizado, se esperaba encontrar un efecto indirecto estadísticamente significativo del tipo de formato de la noticia (narrativo versus no narrativo) en la actitud hacia la inmigración y que dicho efecto se explicaría por las variables (mediadoras) emociones empáticas y el transporte narrativo (en particular el ítem 11, que era el único en el que se observaron diferencias significativas y que estaba relacionado con el impacto en creencias).



\*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

Figura 1. Análisis mediacional

En este sentido, (como se puede observar en la Figura 1) el análisis mediacional reveló que, tanto el transporte narrativo (medido con el ítem 11: “Los acontecimientos narrados en la noticia han cambiado mi forma de ver la vida”) como el indicador de emociones empáticas (emociones de compasión y comprensión experimentadas a la hora de leer la noticia) mediaban en la relación entre el formato de noticia (formato narrativo versus formato no narrativo) y una mejor actitud hacia la inmigración; ya que el efecto indirecto total (calculado utilizando 10000 bootstrap samples) resultó estadísticamente significativo ( $B$  efecto indirecto total = .21,  $SE = .12$ ,  $95\% CI [.01, .50]$ ) (ver Anexo: Tabla 4).

De este modo, el análisis mostró una relación positiva estadísticamente significativa ( $B = .80$ ;  $p \leq .003$ ) entre el formato de la noticia y el transporte narrativo (ítem 11: “Los acontecimientos narrados en la noticia han cambiado mi forma de ver la vida”). Igualmente, los resultados reflejaron que existe una relación positiva estadísticamente significativa ( $B = .18$ ;  $p \leq .024$ ) entre el transporte narrativo (ítem 11) y la actitud hacia la inmigración (ver Figura 1). Esto quiere decir que el formato narrativo de la noticia inducía un mayor nivel de transporte narrativo, y que a su vez, un mayor nivel de transporte narrativo provocaba mejores actitudes hacia la inmigración. En este sentido, el efecto indirecto a través del mediador “transporte narrativo”, resultó estadísticamente significativo ( $B = .15$ ,  $SE = .08$ ,  $95\% CI [.02, .39]$ ).

Por otro lado, el análisis mediacional mostró que existía una relación positiva estadísticamente significativa ( $B = 1.11$ ;  $p \leq .000$ ) entre el formato de la noticia y las emociones empáticas experimentadas al leer la noticia. Igualmente, se obtuvo una relación positiva, aunque en este caso no estadísticamente significativa ( $B = .05$ ;  $p \leq .503$ ) entre un mayor nivel de emociones empáticas experimentadas y una mejor actitud hacia la inmigración. Por ello, el efecto indirecto a través del mediador “emociones empáticas” no resultó estadísticamente significativo ( $B = .05$ ,  $SE = .09$ ,  $95\% CI [-.10, .27]$ ).

A la luz de estos datos podemos afirmar que existía un efecto indirecto estadísticamente significativo del formato de la noticia en las actitudes hacia la inmigración (es decir, la noticia con formato narrativo inducía una actitud más positiva hacia la inmigración) y que dicho efecto se explicaba por el transporte narrativo que actuaba como mecanismo o variable mediadora. En cambio, las emociones empáticas no jugaban un papel mediador. Por todo ello, se puede afirmar que la Hipótesis 4 se confirma parcialmente (ver Anexo: Tabla 4).

## 6. Conclusiones y discusión

Los resultados obtenidos en el estudio permiten confirmar parcialmente dos de las cuatro hipótesis planteadas.

En relación con la Hipótesis 1, se esperaba encontrar que las noticias sobre expulsión en caliente de inmigrantes con formato narrativo, frente a las que presentaban un formato no narrativo; provocarían en los participantes un mayor nivel de transporte narrativo. Sin embargo, solo en uno de los ítems de transporte narrativo (el ítem 11: “Los acontecimientos narrados en la noticia han cambiado mi forma de ver la vida”), se han encontrado diferencias significativas entre las medias de las dos condiciones del presente estudio. Por ello, a la luz de este resultado, no podemos afirmar que las noticias con formato narrativo provoquen mayor nivel de transporte narrativo que las noticias con formato no narrativo.

En lo referente a nuestra segunda hipótesis (H2) se auguraba que la noticia sobre expulsión en caliente de inmigrantes con formato narrativo provocaría un mayor número de respuestas emocionales de tipo empático que la noticia con formato no narrativo. En este sentido, el análisis corroboró que la noticia con formato narrativo inducía una mayor intensidad de emociones empáticas que la noticia con enfoque no narrativo. Además, se encontró que la noticia con formato

narrativo también producía un menor número de emociones positivas. Estos resultados son convergentes con los hallados en el estudio de Oliver et al. (2012).

En cuanto a nuestra tercera hipótesis (H3), esperábamos que la noticia con formato narrativo indujera un mayor nivel de actitudes positivas hacia la inmigración, frente a la noticia con formato no narrativo. Sin embargo, los resultados obtenidos demuestran que no existen diferencias estadísticamente significativas entre las medias de ambas condiciones, por lo que podemos afirmar que no existe una relación entre el formato de la noticia (formato narrativo versus no narrativo) y una mejora en las actitudes hacia la inmigración de los participantes del estudio.

En lo que respecta a la Hipótesis 4, el análisis mediacional ha mostrado que existía un efecto indirecto estadísticamente significativo del formato de la noticia en las actitudes hacia la inmigración (es decir, la noticia con formato narrativo inducía una actitud más positiva hacia la inmigración) y que dicho efecto se explicaba por el transporte narrativo que actuaba como mecanismo o variable mediadora. En cambio, las emociones empáticas no jugaban un papel mediador.

En conclusión, estos resultados nos permiten afirmar que, cuando se informa acerca de hechos relacionados con grupos estigmatizados (como en este caso los inmigrantes), las noticias construidas mediante formatos narrativos activarán en la audiencia procesos emocionales que resultarán en actitudes y opiniones más beneficiosas al respecto.

Ahora bien, los resultados muestran que el formato de la noticia ejerce un efecto en las emociones empáticas pero que dicho proceso no actúan como variable mediadora, a diferencia de lo encontrado en el estudio de Oliver et al. (2012) únicamente el transporte narrativo (y, en concreto, el ítem 11) jugó dicho rol mediador.

En este sentido, como aportación teórica más relevante, hemos contrastado el papel mediador del transporte narrativo (concretamente del transporte narrativo que tiene que ver con los cambios en las creencias de los participantes) en el efecto de las noticias sobre expulsión en caliente de inmigrantes con formato narrativo.

Así, podemos afirmar que, en la práctica, el uso de un encuadre o formato narrativo en las noticias sobre expulsión en caliente de inmigrantes, induce en el público la percepción de que los acontecimientos narrados en las mismas han cambiado su forma de ver la vida; lo que se traduce en una mejora de las actitudes hacia la inmigración.

Por último, debemos apuntar como limitaciones principales del estudio el hecho de que ni las emociones empáticas ni la mayoría de ítems de transporte narrativo (excepto el ítem 11) jugaron un papel mediador en el efecto del enfoque narrativo de las noticias sobre expulsión en caliente de inmigrantes en la mejora de las actitudes hacia la inmigración de los participantes (a diferencia de los resultados obtenidos por Oliver et al, 2012).

## 7. Referencias bibliográficas

Armentia, Pilar (2006): "Una nueva visión del proceso comunicativo: La teoría del Enfoque (Framing)". *Comunicación y hombre: revista interdisciplinaria de ciencias de la comunicación y humanidades*, (2), 55-68.

- Batson, Charles Daniel; Polycarpou, Marina; Harmon-Jones, Eddie; Imhoff, Heidi; Mitchener, Erin; Bednar, Lori; Klein, Tricia; and Highberger, Lori (1997): "Empathy and attitudes: Can feeling for a member of a stigmatized group improve feelings toward the group?". *Journal of personality and social psychology*, 72 (1), 105-118. <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.72.1.105>
- CIS (2014): *Actitudes hacia la Inmigración (VII)*. Estudio nº: 3019, en: [http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3000\\_3019/3019/es3019mar.pdf](http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3000_3019/3019/es3019mar.pdf) [Consulta: 9 de julio de 2015].
- De Vreese, Claes (2003): *Framing Europe: television news and European integration*. Amsterdam, Aksant.
- Entman, Robert (1993): "Framing: toward a clarification of a fractured paradigm". *Journal of Communication*, 43 (4), 51-58. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Green, Melanie & Brock, Timothy (2000): "The role of transportation in the persuasiveness of public narratives". *Journal of personality and social psychology*, 79 (5), 701-720. <http://dx.doi.org/10.1037//0022-3514.79.5.701>
- Gross, Kimberly & D'ambrosio, Lisa (2004): "Framing emotional response". *Political Psychology*, 25(1), 1-29. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-9221.2004.00354.x>
- Hayes, Andrew (2009): "Beyond Baron and Kenny: Statistical mediation analysis in the new millennium". *Communication monographs*, 76 (4), 408-420. <http://dx.doi.org/10.1080/03637750903310360>
- Hayes, Andrew (2013): *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. New York, Guilford Press.
- Humanes, María Luisa (2001): "El encuadre mediático de la realidad social. Un análisis de los contenidos informativos en televisión". *ZER*, (11), 119-142.
- Igartua, Juan José (2007): *Persuasión narrativa: El papel de la identificación con los personajes a través de las culturas*. Alicante, Editorial Club Universitario.
- Igartua, Juan José (2012): "Tendencias actuales en los estudios cuantitativos en comunicación". *Comunicación y sociedad*, (17), 15-40.
- Igartua, Juan José (2013): "Impacto actitudinal y canalización cognitiva de estereotipos sobre la inmigración a través de las noticias". *Revista Latina de Comunicación Social*, 68, 599-621. <http://dx.doi.org/10.4185/rlcs-2013-992>
- Igartua, Juan José y Humanes, María Luisa (2004): *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid, Síntesis.
- Igartua, Juan José; Humanes, María Luisa; Muñiz, Carlos; Cheng, Lifen; Mellado, Claudia; Medina, Eudomary y Erazo, María Ángeles (2004): "Tratamiento informativo de la inmigración en la prensa española y opinión pública". *Comunicación presentada en el VII Congreso latinoamericano de Investigadores de la Comunicación*. La Plata, 12-15 octubre 2004, 11-16
- Igartua, Juan José; Muñiz, Carlos y Cheng, Lifen (2005): "La inmigración en la prensa española. Aportaciones empíricas y metodológicas desde la teoría del encuadre noticioso". *Migraciones*, 17, 143-181.
- Igartua, Juan José; Muñiz, Carlos y Otero, José Antonio (2006): "El tratamiento informativo de la inmigración en la prensa y la televisión española. Una aproximación empírica desde la teoría del Framing". *Global Media Journal México*, 3 (5), 1-15.
- Iyengar, Shanto & Kinder, Donald (1987): *News that matters: agenda setting and priming in a television age*. Chicago, University of Chicago Press.
- Iyengar, Shanto & Simon, Adam (1993): "News coverage of the gulf crisis and public opinion a study of agenda-setting, priming and framing". *Communication research*, 20 (3), 365-383. <http://dx.doi.org/10.1177/009365093020003002>



- Lecheler, Sophie; Schuck, Andreas; and De Vreese, Claes (2013): "Dealing with feelings: positive and negative discrete emotions as mediators of news framing effects". *Communications*, 38 (2), 189-209. <http://dx.doi.org/10.1515/commun-2013-0011>
- Mariño, Miguel y Rabadán, Pablo (2011): "Resultados actuales de la investigación sobre 'framing': sólido avance internacional y arranque de la especialidad en España". *Zer-Revista de Estudios de Comunicación*, 14(26), 13-34.
- McLeod, Douglas & Detenber, Benjamin (1999): "Framing effects of television news coverage of social protest". *Journal of Communication*, 49 (3), 3-23. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.1999.tb02802.x>
- McCombs, Maxwell & Reynolds, Amy (2002): "News influence on our pictures of the world". In: Bryant, Jennings and Zillmann, Dolf (eds.): *Media Effects. Advances in theory and research*. Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates, 1-18.
- Mineco (2012): *Posición española sobre "Horizonte 2020"*, en: [http://www.idi.mineco.gob.es/stfls/MICINN/Investigacion/FICHEROS/Internacional/Posicion\\_espandola\\_Horizonte\\_2020.pdf](http://www.idi.mineco.gob.es/stfls/MICINN/Investigacion/FICHEROS/Internacional/Posicion_espandola_Horizonte_2020.pdf) [Consulta: 9 de julio de 2015].
- Nabi, Robin (2003): "Exploring the framing effects of emotion". *Communication Research*, 30 (2), 224-247. <http://dx.doi.org/10.1177/0093650202250881>
- Oliver, Mary Beth; Dillard, James; Bae, Keunmin; and Tamul, Daniel (2012): "The effect of narrative news format on empathy for stigmatized groups". *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 89 (2), 205-224. <http://dx.doi.org/10.1177/1077699012439020>
- Schuck, Andreas & De Vreese, Claes (2012): "When good news is bad news: Explicating the moderated mediation dynamics behind the reversed mobilization effect". *Journal of Communication*, 62 (1), 57-77. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01624.x>
- Tankard, James William (2001): "The empirical approach to the study of media framing". In: Reese, Stephen; Gandy, Oscar and Grant August (eds.): *Framing public life. Perspectives on media and our understanding of the social world*. Mahwah, Lawre

---

Diego Cachón Ramón es Graduado en Comunicación Audiovisual y Máster en Investigación en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Salamanca y Miembro del Grupo de Investigación Observatorio de los Contenidos Audiovisuales (OCA), Facultad de Ciencias Sociales (Campus Miguel de Unamuno), Universidad de Salamanca.

## 8. Anexo: Tablas de resultados

Tabla 1. Prueba t de Student

Diferencias en Transporte Narrativo entre las personas expuestas a la noticia con formato narrativo y a las expuestas a la noticia con formato no narrativo (por ítems)

	Formato No Narrativo	Formato Narrativo	<i>t</i>	g.l.	<i>p</i>
Al leer la noticia, fácilmente podía imaginar lo que estaba sucediendo <sup>1</sup>	5.51 (1.13)	5.65 (1.12)	-.612	100	.542
N	51	51			
Mientras leía la noticia, pude darme cuenta de todo lo que estaba sucediendo a mí alrededor <sup>1</sup>	4.22 (1.34)	4.57 (1.40)	-1.269	100	.198
N	51	51			
Pude imaginar fácilmente que yo mismo estaba en el lugar de los hechos descritos en la historia <sup>1</sup>	3.28 (1.60)	3.53 (1.80)	-.734	99	.465
N	50	51			
Me sentí muy involucrado o implicado con la narración mientras leía la noticia <sup>1</sup>	3.47 (1.54)	3.71 (1.59)	-.759	100	.450
N	51	51			
Después de terminar de leer la noticia, me resultó muy fácil olvidarla <sup>1</sup>	3.31 (1.33)	2.75 (1.57)	1.969	100	.052
N	51	51			
Todo el tiempo tenía deseos de saber cómo iba a terminar la historia <sup>1</sup>	3.63 (1.60)	3.76 (1.37)	-.466	99	.657
N	51	50			
Lo ocurrido en la noticia me ha afectado emocionalmente <sup>1</sup>	3.41 (1.45)	3.74 (1.39)	-1.123	94	.264
N	46	50			
Al leer la noticia pensaba en qué otra manera podría transcurrir la narración <sup>1</sup>	3.04 (1.56)	3.00 (1.59)	.126	97	.900
N	50	49			
Al leer la noticia me sentía distraído y no prestaba atención a la historia <sup>1</sup>	<b>2.55 (1.41)</b>	2.24 (1.21)	1.202	100	.232
N	51	51			
Los acontecimientos narrados en la noticia son relevantes para mi vida cotidiana <sup>1</sup>	3.33 (1.63)	3.06 (1.51)	.880	100	.381
N	51	51			
Los acontecimientos narrados en la noticia han cambiado mi forma de ver la vida <sup>1</sup>	2.35 (1.26)	3.08 (1.42)	-2.721	100	.008
N	51	51			

<sup>1</sup> Medias (desviación típica)

Tabla 2. Prueba t de Student  
Diferencias en Emociones experimentadas entre las personas expuestas a la noticia con formato narrativo y las expuestas a la noticia con formato no narrativo

	Formato No Narrativo	Formato Narrativo	<i>t</i>	g.l.	<i>p</i>
<b>Emociones negativas experimentadas<sup>1</sup></b>	3.53 (1.30)	3.55 (1.24)	-.079	98	.937
<b>N</b>	50	50			
<b>Emociones positivas experimentadas<sup>1</sup></b>	2.05 (1.13)	1.64 (0.65)	2.263	80.45	.026
<b>N</b>	51	49			
<b>Emociones empáticas experimentadas<sup>1</sup></b>	3.89 (1.40)	5.00 (1.36)	-4.016	98	.000
<b>N</b>	50	50			

<sup>1</sup> Medias (desviación típica)

Tabla 3. Prueba t de Student  
Diferencias en Actitud hacia la Inmigración entre las personas expuestas a la noticia con formato narrativo y las expuestas a la noticia con formato no narrativo

	Formato No Narrativo	Formato Narrativo	<i>t</i>	g.l.	<i>p</i>
<b>Actitud hacia la Inmigración<sup>1</sup></b>	5.47 (1.184)	5.43 (1.071)	.140	100	.889
<b>N</b>	51	51			

<sup>1</sup> Medias (desviación típica)

Tabla 4. Efecto indirecto

Variable dependiente = ítem de Transporte Narrativo 11 (TN11)				
	<i>B</i>	<i>SE</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
<b>V.I. (Formato de la noticia)</b>	.80	.266	3.00	.003
Variable dependiente = Emociones empáticas				
	<i>B</i>	<i>SE</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
<b>V.I. (Formato de la noticia)</b>	1.11	.276	4.01	.0001
Variable dependiente = Actitud hacia la inmigración				
	<i>B</i>	<i>SE</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
<b>Transporte narrativo (ítem 11)</b>	.18	.082	2.28	.024
<b>Emociones empáticas</b>	1.11	.079	.676	.503
<b>Formato de la noticia</b>	-.16	.241	-.689	.491
Efecto indirecto				
Mediadora	<i>B</i>	BootSE	Boot 95% CI	
<b>Transporte narrativo(ítem 11)</b>	.15	.89	[de .02 a .39]	
<b>Emociones empáticas</b>	.05	.09	[de -.10 a .27]	
<b>Efecto Indirecto Total</b>	.15	.12	[de .01 a .50]	

*Nota:* la variable independiente (formato de la noticia) se recodificó como variable dummy asignado el valor 0 a haber leído la noticia con “formato no narrativo” y 1 a haber leído la noticia con formato

narrativo". En la tabla se incluyen los coeficientes B, que son coeficientes de regresión no estandarizados. Para interpretar los efectos indirectos se ha seguido la recomendación de Hayes (2013): se considera que un efecto indirecto es estadísticamente significativo si el intervalo de confianza establecido (IC 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.