



UNIVERSITAS
Miguel Hernández



TRABAJO FIN DE GRADO EN PSICOLOGÍA

Curso 2022-2023

**EXPERIENCIA PARASOCIAL EN POBLACIÓN
ESPAÑOLA**

Modalidad: trabajo experimental relacionado con Psicología

Autor: Iván Pérez Baeza

Tutor: Carlos Enrique Falces Delgado

Convocatoria: Diciembre 2023

Resumen

Este trabajo analiza la relación entre la experiencia parasocial, la empatía y el prejuicio hacia el fenómeno parasocial en población española, basándose en el estudio de Scherer et al. (2022). Para ello, se llevaron a cabo dos encuestas, con medidas de experiencia parasocial y empatía diferentes y utilizando la misma escala de prejuicio parasocial con pequeñas variaciones. La primera encuesta contó con 103 participantes, mientras que en la segunda fueron 117.

Las personas con alta empatía mostraron una mayor prevalencia e intensidad en su experiencia parasocial en ambas encuestas. Además, el bajo prejuicio parasocial predijo mayores grados de inversión, implicación y satisfacción en la experiencia parasocial para ambas encuestas. La relación entre la empatía y el prejuicio parasocial varió, encontrando una relación negativa y significativa en la primera encuesta, pero un resultado no significativo en la segunda, con la excepción de la "preocupación empática", que sí se vio relacionada con un bajo prejuicio parasocial.

Palabras clave: prejuicio parasocial, experiencia parasocial, relación parasocial, empatía, población española.

Introducción

Tanto el concepto de interacción y relación parasocial fueron acuñados por Horton y Wohl en 1956. En un inicio fueron creados para medir la creencia que los espectadores tenían sobre estar manteniendo una relación recíproca con alguna figura mediática, sobre todo en la televisión.

Por el contrario, hoy en día este concepto se ha utilizado en otros medios de comunicación, como son los medios digitales, que engloban una gran multitud de páginas web y formatos (Caro Castaño, 2015).

Para aclarar las dos principales formas de la experiencia parasocial, se debe hacer una distinción entre las relaciones parasociales (PSR) y las interacciones parasociales (PSI):

Para Horton y Wohl (1956), la interacción parasocial haría referencia a una experiencia subjetiva de conversación (en la que se da y se recibe) con una figura mediática. Sería por tanto, una percepción de interacción ilusoria con dicha figura, sea en la televisión o en cualquier otro medio, sea una persona real o un personaje ficticio. Además, la interacción parasocial no tiene porqué dar lugar a una percepción de relación ficticia, ya que en ese caso estaríamos hablando de una relación parasocial.

En la relación parasocial (PSR), por el contrario, el usuario expuesto a una figura mediática vive tal experiencia como si se tratara de una relación social, pudiendo ser esta de amistad, amor o de otro tipo (Hartman, 2016). Algunos estudios han indicado que las relaciones parasociales se comportan como las relaciones interpersonales normales (Branch, Wilson y Agnew, 2013; Lakey, Cooper, Cronin y Whitaker, 2014), pudiendo aumentar su intensidad según la frecuencia a la que se esté expuesto y generando un malestar en el cierre de la relación parasocial similar al que se siente por la finalización de otras relaciones cara a cara.

Sin embargo, también existen relaciones parasociales negativas, que producen antipatía, odio o disgusto ante una determinada figura mediática, a diferencia de la experiencia parasocial positiva, que genera sentimientos amistosos y puede producir admiración (Hartman et al., 2008).

La experiencia parasocial negativa, aunque no produce la misma identificación e influencia sobre el espectador, también puede afectar en su percepción y comportamiento, pudiendo dar lugar a conductas problemáticas como los comentarios de odio en redes sociales.

Se trata de un fenómeno complejo en el que puede llegar a coexistir un profundo apego con el personaje mediático junto con una profunda decepción por el mismo (Tukachinsky y Click, 2023).

Evolución de la experiencia parasocial

Los conceptos descritos por Horton y Wohl (1956) han evolucionado en las últimas décadas, siendo necesario un nuevo enfoque de la experiencia parasocial. Las actuales redes sociales han provocado un cambio en el fenómeno fan, normalmente asociado a los medios tradicionales, haciendo que los más jóvenes sientan más cercanía hacia los llamados “influencers”. Estas nuevas figuras mediáticas generan una mayor identificación en la audiencia que sus predecesores televisivos, convirtiéndose en las principales figuras de referencia en la actualidad (Korres-Alonso y Elexpuru-Albizuri, 2022).

Durante esta evolución se han contemplado diversas teorías que explican el apego del espectador hacia una figura mediática. Al principio surgió la hipótesis de la compensación (Horton y Wohl, 1956; Rubin et al., 1985), que habla de una predisposición a desarrollar relaciones parasociales en aquellas personas con problemas interpersonales o desequilibrios internos, como una forma de compensar sus deficiencias.

Entre los déficits estudiados, las personas con mayor grado de afecto negativo (Greenwood, 2008) y apego ansioso (Tukachinsky et al. 2020; Rain y Mar, 2021) tienden a desarrollar relaciones parasociales con más frecuencia.

Sin embargo, aunque existan variables psicológicas negativas que promuevan las relaciones parasociales, esto no sucede con todas ellas ni en todos los estudios, por lo que esta hipótesis muestra resultados inconsistentes y un apoyo empírico limitado (Hartman, 2016).

En otra línea de investigación más reciente se analiza la influencia de variables psicológicas positivas en el desarrollo de la experiencia parasocial. En este sentido, las relaciones parasociales pueden ayudar a aumentar el sentido de pertenencia, lo que contribuye a la salud y el bienestar de las personas (Hartman, 2016). También contribuyen en la reducción del prejuicio hacia personas del exogrupo, cuando miembros de grupos minoritarios aparecen en el contenido mediático (Bond, 2020; Schiappa et al., 2005). Además, pueden fomentar el desarrollo y fortalecimiento del autoconcepto, si se perciben similitudes con la celebridad (Derrick et al., 2008).

Se trata de un tipo de interacción que permite reducir el malestar en aquellas personas socialmente excluidas (Knowles, 2007; Branch et al. 2013), además de promover la soledad dedicada a la autoexpansión, dedicada a actividades creativas o de resolución de problemas (Greenwood & Long, 2009).

A su vez, las relaciones parasociales parecen estar relacionadas con la empatía (Scherer et al., 2022; Tsao, J., 1996), un rasgo de personalidad que favorece una conducta prosocial.

Empatía

Dentro de este constructo, ampliamente estudiado en psicología, existen diferentes concepciones. Una de ellas contempla la empatía como un proceso que facilita la sintonía emocional con otras personas, tanto emociones positivas como negativas.

Otros modelos explican la empatía a través de un proceso predominantemente racional, necesario a la hora de entender la forma de actuar y pensar de otra persona, relacionado con la teoría de la mente.

Actualmente existen modelos y escalas que tratan de aunar los procesos cognitivos y emocionales de la empatía, aunque con diferentes definiciones, por lo que no existe un acuerdo total (Spreng et al., 2009).

Entre los instrumentos que han tratado de crear una medida global de la empatía cabe mencionar el Cuestionario de Empatía de Toronto (Spreng et al., 2009). Se trata de un instrumento asequible y eficiente para fines de investigación, con un número reducido de ítems.

Otro instrumento ampliamente utilizado es el Índice de Reactividad Emocional o IRI (Davis, 1983), que presenta una visión integradora, incorporando cuatro dimensiones bien definidas: “toma de perspectiva”, “fantasía”, “preocupación empática” y “angustia personal”.

La “toma de perspectiva” permite entender cómo otra persona está viviendo una determinada situación, tanto a nivel cognitivo como emocional. Esta capacidad facilita ponerse en el lugar de los demás y entender puntos de vista ajenos (Johnson, 1975).

La “fantasía” se entiende como la capacidad para involucrarse y disfrutar de escenarios imaginarios o ficticios. Además, aquellos individuos que presentan puntajes más altos de fantasía suelen experimentar emociones más intensas durante la lectura o con la visualización de materiales ficticios, pudiendo identificarse con las emociones y pensamientos de los personajes (Davis, 1983).

Por su parte, la “preocupación empática” representa la capacidad de experimentar sentimientos de simpatía y preocupación por los demás (Davis, 1983).

Por último, la “angustia personal” se refiere a la sensación de incomodidad o malestar ante situaciones o experiencias negativas que les suceden a otros (Davis, 1983).

Empatía y experiencia parasocial

Como hemos visto, la empatía es un rasgo de personalidad que permite comprender, reconocer y entrar en sintonía con las emociones de los demás, favoreciendo una conducta prosocial.

Algunos estudios sugieren que aquellas características promotoras de la conducta social, como la empatía, también favorecen el desarrollo de experiencias parasociales, al igual que en las interacciones cara a cara (Branch et al., 2013; Lakey et al., 2014).

La investigación existente, aunque escasa, respalda esta idea, reportando mayores niveles de experiencia parasocial en aquellas personas con elevada empatía (Scherer et al., 2022; Tsao, J., 1996).

En esta línea, cabe mencionar el trabajo de Scherer et al. (2022). En dicho trabajo se establece una correlación positiva y significativa entre la empatía y la experiencia parasocial, mostrando un mayor compromiso y satisfacción en la relación parasocial de aquellas personas con mayores niveles de “angustia personal”, “toma de perspectiva”, “fantasía”, “preocupación empática” y “fantasía”, siendo estas las dimensiones del IRI.

La influencia de la “angustia personal” en el desarrollo de estas relaciones puede deberse a su conexión con el apego inseguro, como una forma de hacer frente a la ansiedad, más prevalente en esta dimensión de la empatía (Tukachinsky et al. 2020; Rain y Mar, 2021; Scherer et al., 2022).

La “toma de perspectiva”, un componente de la empatía cognitiva que permite comprender las emociones y cogniciones ajenas, contribuye en el desarrollo de la experiencia parasocial favoreciendo la comprensión sobre el contenido mediático y desarrollando una mayor afinidad con personajes públicos, que se consigue al ponerse en su lugar y entender su postura (Scherer et al. 2022; Chory-Assad y Cicchirillo, 2005; Tsao, 1996).

La empatía emocional también contribuye en la experiencia parasocial, en especial la “preocupación empática”, al generar una mayor conexión emocional con la figura mediática (Cummins y Cui, 2014; Scherer et al., 2022).

Por su parte, la dimensión “fantasía”, entendida como una capacidad que permite disfrutar de escenarios ficticios y conectar emocionalmente con los personajes, se encuentra relacionada con la inmersión o transporte (“transportation”), que posibilita perder la noción del mundo físico y sumergirse en una realidad creada por los medios (Green et al., 2004). Las personas con un mayor grado de inmersión o transporte muestran una mayor intensidad en sus relaciones parasociales (Tukachinsky et al., 2020; Scherer et al., 2022). Además, la “fantasía” desempeña un papel significativo en la evolución, duración e intensidad de las relaciones parasociales románticas. Su presencia puede ofrecer una vía de escape y satisfacción emocional, permitiendo establecer conexiones íntimas y significativas con figuras mediáticas (Liebers y Straub, 2020).

Prejuicio y experiencia parasocial

Parece lógico suponer que un bajo prejuicio hacia el fenómeno parasocial pueda favorecer el desarrollo de este tipo de fenómenos.

Actualmente todavía existe prejuicio hacia la experiencia parasocial, percibiéndose como algo negativo y que sirve para compensar carencias sociales o dificultades personales, en línea con la hipótesis de la compensación antes comentada (Horton y Wohl, 1956; Rubin et al., 1985).

Esta reacción puede ser normal teniendo en cuenta la relativa aparición de los medios digitales. Es bien conocido que la tolerancia y aceptación de un fenómeno varía en función de factores culturales o de edad (Fourie et al., 2017).

No obstante, el prejuicio resulta negativo para ciertas personas, que pueden sentirse estigmatizadas al seguir a una determinada figura mediática, llegando a esconder sus gustos (Orme, 2016), siendo esto negativo para su autoestima e inclusión social.

Un bajo prejuicio hacia el fenómeno parasocial puede incrementar el número de este tipo de experiencias, al no existir una preconcepción negativa hacia el vínculo parasocial (Scherer et al., 2022), pudiendo obtener beneficios como un mayor sentido de pertenencia

(Hartman, 2016), una reducción en las actitudes prejuiciosas hacía minorías (Bond, 2020; Schiappa et al., 2005) y un fortalecimiento del autoconcepto (Derrick et al., 2008).

Empatía y prejuicio parasocial

La empatía parece actuar reduciendo las actitudes prejuiciosas, ya que facilita la comprensión emocional y cognitiva en los demás. En este sentido, algunas investigaciones han informado de una menor prevalencia de prejuicio en aquellas personas con una mayor empatía, destacando el papel de la “preocupación empática”, la “toma de perspectiva” (Levin et al., 2016; Vanman, 2016) y la “fantasía”. Esta última dimensión y su relación con el prejuicio ha sido comentada únicamente por Scherer et al. (2022), pudiendo deberse al importante papel que juega la “fantasía” en la inmersión del contenido mediático.

A nivel general, los datos publicados por Scherer et al. (2022) muestran una clara relación negativa entre la empatía y el prejuicio hacia las relaciones parasociales ($r = -.30$, $p < .01$), conexión que se establece con la empatía como rasgo y en las tres dimensiones mencionadas: “fantasía”, “toma de perspectiva” y “preocupación empática”.

Réplica conceptual

Como se ha comentado, el prejuicio parasocial y su relación con la empatía no ha sido estudiado en profundidad, existiendo únicamente un estudio que explore dicha relación (Scherer et al., 2022). De esta manera, resulta esencial conocer la percepción social de este fenómeno y analizar posibles elementos que reduzcan el prejuicio parasocial y minimicen su estigma, como es el caso de la empatía.

Además, se requieren nuevas investigaciones que analicen la experiencia parasocial en la actualidad, un fenómeno que ha experimentado importantes transformaciones debido a la aparición de los medios digitales y las redes sociales en las últimas décadas (Korres-Alonso y Elexpuru-Albizuri, 2022).

Por todo esto, en el presente trabajo se pretende realizar una réplica conceptual del estudio de Scherer et al. (2022) en población española, con el objetivo de analizar la

consistencia de los resultados en una población distinta y utilizando instrumentos de medida diferentes, para así contribuir en la comprensión del fenómeno parasocial y las variables involucradas en su desarrollo.

Crisis de la replicabilidad

Las repeticiones de estudios en psicología social pueden dar lugar a complicaciones o malas prácticas científicas, las cuáles hay que tener en cuenta para garantizar la fiabilidad de la investigación.

Este tipo de malas prácticas han dado lugar a la denominada “crisis de la replicabilidad”, con repeticiones muy similares al estudio original. Una posible explicación de este suceso son las prácticas de investigación cuestionables (Friedler y Schwarz, 2015). Algunas de estas prácticas cuestionables son: eliminar casos extremos con la finalidad de conseguir resultados significativos, la publicación parcial de los datos, redondear los valores de P para que los datos sean significativos o el efecto cajón, según el cuál se desechan los resultados que no confirman las hipótesis.

Por ello, existen proyectos como “Open Science Framework”, donde se encuentra este trabajo (ver Diseño y procedimiento), que promueven una investigación científica abierta, permitiendo publicar investigaciones con todos los instrumentos y análisis realizados, fomentando una investigación transparente y facilitando la replicación de estudios, así como su difusión.

Objetivos e hipótesis

Como se ha comentado anteriormente, esta investigación tiene el objetivo de llevar a cabo una réplica conceptual del estudio realizado por Scherer et al. (2022), con el objetivo de analizar la consistencia de los resultados en una población distinta y utilizando instrumentos de medida diferentes, para así contribuir en la comprensión del fenómeno parasocial y las variables involucradas en su desarrollo.

Por tanto, se persiguen los siguientes objetivos específicos:

1. Investigar la conexión entre el rasgo de empatía y la experiencia parasocial.
2. Indagar en la relación entre la experiencia parasocial y el prejuicio hacia dicho fenómeno.
3. Explorar la relación existente entre la empatía y el prejuicio hacia el fenómeno parasocial.

En relación a los objetivos presentados y basándose en el marco teórico, se presentan las siguientes hipótesis:

1. Las personas con mayor empatía presentarán una mayor prevalencia de experiencias parasociales y de mayor intensidad.
2. Las personas con bajo prejuicio hacia la experiencia parasocial manifestarán una mayor prevalencia de estos fenómenos.
3. Las personas con alta empatía tendrán menos prejuicios hacia la experiencia parasocial.

Método

Tipo de diseño

Se trata de una investigación de tipo analítica y transversal, con un enfoque cuantitativo y correlacional, mediante el cual se pretende hacer una réplica conceptual del estudio de Scherer et al. (2022).

Diseño y procedimiento

El presente trabajo está compuesto por dos encuestas y sus respectivas muestras, cuyos participantes fueron reclutados utilizando el método no probabilístico conocido como

bola de nieve, que permitió conseguir un número adecuado de participantes en un periodo corto de tiempo.

Con el objetivo de fomentar la transparencia en la investigación y contribuir a la replicación de futuros proyectos el trabajo fue registrado en la plataforma “Open Science Framework” (OSF), por lo que se puede acceder al trabajo completo y a los instrumentos empleados a través del siguiente enlace:

https://osf.io/tcx7m/?view_only=3507f8214ab34b53ab14a69aeb43da.

Encuesta 1

Se realizó una primera encuesta a través del recurso web “Google Forms”, utilizando los materiales traducidos del trabajo realizado por Scherer et al. (2022). Dicha encuesta fue anónima y se pidieron datos demográficos referentes a la edad, sexo y provincia de residencia.

Al inicio de la encuesta se incluyó una explicación del significado de relación parasocial. Posteriormente se incorporaron medidas para registrar la experiencia parasocial de los participantes. La autoidentificación con las relaciones parasociales se registró mediante un ítem, donde debían indicar en qué grado se identificaban con la definición. También se incluyeron instrumentos para evaluar las interacciones y relaciones parasociales (ver apartado instrumentos y variables). Estas tres medidas se juntaron en una sola variable dependiente (experiencia parasocial), generando una escala de 17 ítems con alta fiabilidad ($\alpha = .93$).

El análisis de datos se llevó a cabo con SPSS versión 29.0. Durante el análisis se comprobaron las correlaciones de Pearson entre las tres variables principales (experiencia parasocial, empatía y prejuicio parasocial). Después, se llevó a cabo un análisis de regresión lineal con la experiencia parasocial como variable criterio y la empatía y el prejuicio como predictoras. Por último, se aplicó la correlación de Pearson entre los subcomponentes de las variables, con la finalidad de profundizar en el análisis.

Encuesta 2

Debido a que en la primera encuesta no se obtuvieron los resultados esperados, siendo la relación entre empatía y experiencia parasocial menor a la esperada, se llevó a cabo una segunda encuesta con instrumentos diferentes a los empleados por Scherer et al. (2022), cambiando la forma de evaluar la experiencia parasocial y la empatía de los participantes (ver apartado instrumentos y variables).

La encuesta se realizó con "Google Forms", siendo esta anónima y recopilando los mismos datos sociodemográficos que en la anterior.

Para medir la experiencia parasocial se utilizaron 8 ítems ad hoc, centrados en la experiencia parasocial en las redes sociales, teniendo en cuenta esta vez las relaciones parasociales tanto positivas como negativas. Para incrementar el compromiso de los participantes se les pidió que escribieran el nombre de dos figuras públicas, una por la que sintieran aprecio y otra por la que sintieran aversión o se mostrarán disconformes.

En esta segunda encuesta se utilizó el mismo cuestionario que en la primera para medir el prejuicio, modificando uno de los ítems para orientarlo hacía el prejuicio a los "influencers" de las redes sociales (ver apartado instrumentos y variables).

El análisis de datos se llevó a cabo mediante SPSS versión 29.0. En dicho análisis la experiencia parasocial se evaluó combinando las medidas de relación parasocial positiva y negativa, generando una escala de 8 ítems con una fiabilidad aceptable de .71.

Durante el análisis se comprobaron las correlaciones de Pearson entre las tres variables principales (experiencia parasocial, empatía y prejuicio hacia el fenómeno parasocial). Después, se llevó a cabo un análisis de regresión lineal con la experiencia parasocial como variable criterio y la empatía y el prejuicio como predictoras. Por último, se aplicó la correlación de Pearson entre los subcomponentes de las variables, con la finalidad de profundizar en el análisis.

Participantes

Los criterios de inclusión para los participantes han sido: a) ser mayor de edad y b) residir en España, mientras que los criterios de exclusión fueron: a) ser menor de edad y b) residir fuera de España.

Encuesta 1

En la primera encuesta se recogió una muestra inicial de 109 personas. Sin embargo, siguiendo los criterios de exclusión, se descartaron dos personas por no cumplir con los criterios de edad, al ser menores de edad, a otras dos por residir fuera de España y a dos personas por no especificar la provincia en la que residían. Por lo tanto, la muestra final se compone de 103 personas.

La encuesta fue contestada por 72 (69.2%) mujeres y 31 (29.8%) hombres, de los cuáles 83 personas (79.8%) pertenecen a la provincia de Alicante y el 20.2% restante a otras provincias (Madrid, Murcia, Huelva, Baleares, Barcelona, Albacete, Zamora y Valencia). Todos los participantes son mayores de edad, en una franja de edad que va de los 18 años a los 88 años ($M = 32.75$; $SD = 15.13$).

Encuesta 2

La segunda encuesta ha sido contestada por un total de 118 personas. No obstante, se eliminó a uno de ellos por ser menor de edad, quedando una muestra de 117.

El número de mujeres participantes ha sido mayor, al igual que en la primera, siendo este de 81 y representando un 69.2% de la muestra total. El 29.9 % han sido hombres y solo una persona se ha identificado con un género alternativo.

La gran mayoría han sido alicantinos, representando un 84.6% de la muestra (99 personas), siendo las otras provincias minoritarias, y con una franja de edad de entre 18 a 66 años, con una media de 32 años y una desviación típica de 14.95.

Instrumentos y variables

Encuesta 1

-Autoidentificación con las relaciones parasociales:

Para medir la autoidentificación de los participantes con las relaciones parasociales, los participantes leyeron la siguiente definición:

“Muchas personas tienen una celebridad o figura mediática favorita (futbolistas, presentadores de televisión, "youtubers", etc.). La atracción o admiración que se tiene hacia estas figuras puede variar de leve a muy fuerte. Para algunas personas pueden ser como amigos íntimos. La figura mediática puede volverse familiar y predecible, como si se conociera de toda la vida. Cuando un individuo siente este grado de cercanía con una figura mediática, se le llama relación parasocial”.

Posteriormente, debían indicar el grado de relación parasocial percibida con su figura mediática favorita (en una escala del 1 al 7).

-Relación parasocial:

Para medir la intensidad de las relaciones parasociales de los participantes se utilizaron seis ítems, desarrollados por Scherer et al. (2022) en su estudio y basados en la Escala del Modelo de Inversión (Branch et al., 2013; Rusbult et al., 1998). En dicho modelo las variables que se consideran relevantes a la hora de medir las relaciones parasociales son: la satisfacción con la relación, su inversión en la relación y la calidad de las alternativas a la relación. En este sentido, se han incluido dos ítems por cada una de las variables antes mencionadas, cada uno de ellos con una escala que va del 0 (completamente en desacuerdo) al 8 (completamente de acuerdo).

Esta escala de 6 ítems ha demostrado una fiabilidad en este estudio de .89, por lo que se considera que mide adecuadamente las relaciones parasociales.

-Interacción parasocial:

Para medir el grado de interacción parasocial se ha empleado la versión adaptada de la Escala PSI, con 10 ítems (Rubin et al., 1985). En esta escala se evalúa la implicación

de los usuarios con su figura mediática favorita. El sistema de medición va desde 1 (totalmente en desacuerdo) a 5 (totalmente de acuerdo). Además, se trata de un instrumento fiable ($\alpha = .83$).

-Experiencia parasocial

Esta medida se obtiene combinando los ítems de las 3 anteriores (autoidentificación, relación parasocial e interacción parasocial), obteniendo una escala de 17 ítems que miden la experiencia parasocial con una fiabilidad alta ($\alpha = .93$). El alfa de Cronbach ha sido extraído de los resultados de la primera encuesta (N = 103).

-Prejuicio hacia el fenómeno parasocial (prejuicio parasocial):

En la medición de esta variable se ha utilizado una escala compuesta por 12 ítems, elaborada por Scherer et al. (2022). Cada pregunta se ha evaluado en una escala del 1 (totalmente en desacuerdo) al 7 (totalmente de acuerdo). La escala muestra una fiabilidad alta ($\alpha = .77$).

-Empatía:

En la primera encuesta se utilizó el "Índice de Reactividad Interpersonal" (IRI; Davis, 1983). Dicha escala cuenta con 28 ítems, cada uno de ellos con un rango de respuesta que va del 1 (no me describe bien) al 5 (me describe bien). Este instrumento cuenta con una alta fiabilidad ($\alpha = .84$).

A su vez, se compone de cuatro dimensiones: 1. "Preocupación empática", que se refiere a la capacidad de sentir compasión y preocupación por los demás en situaciones de dificultad o sufrimiento ($\alpha = .85$). 2. "Fantasía", que hace referencia a la capacidad de ponerse en el lugar de personajes ficticios en situaciones imaginarias ($\alpha = .81$). 3. "Toma de perspectiva", que implica la capacidad de comprender y adoptar la perspectiva de los demás ($\alpha = .80$) y 4. "Angustia personal", como la tendencia a sentir malestar emocional ante el sufrimiento ajeno ($\alpha = .79$).

Encuesta 2

-Experiencia parasocial

Con el objetivo de evaluar la experiencia parasocial en redes sociales, tanto positiva como negativa, se han elaborado 4 ítems ad hoc. Dichos enunciados recopilan datos acerca de la implicación con la relación parasocial (“Si la persona indicada subiera una foto o video a sus redes sociales: No lo vería/Lo vería si estoy aburrido/Lo intentaría ver pero no sería mi prioridad/Lo vería en cuanto pudiese/Lo vería sin importar lo que estuviese haciendo”), la cantidad de tiempo invertido en la relación parasocial (“¿Cuánto tiempo dedicas a ver contenido de esa persona?”), la intensidad emocional que genera (“Cuando estoy viendo a esa persona, siento emociones intensas”) y la calidad de la interacción (“Ver a esa persona me aporta beneficios (entretenimiento, aprendizaje, bienestar, etc.) que de otra forma no podría conseguir”). Cada ítem cuenta con 5 opciones de respuesta.

Los ítems anteriores se utilizan para evaluar las relaciones parasociales positivas y negativas, generando una escala de 8 ítems. Esta escala ha demostrado un alfa de Cronbach de .71, siendo este aceptable para la medición de la experiencia parasocial. Dicho grado de fiabilidad ha sido extraído de los resultados de la segunda encuesta (N = 117).

-Empatía:

En la segunda encuesta se utilizó una versión breve del Cuestionario de Empatía de Toronto (TEQ) elaborado por Nathan Spreng y colaboradores (2009), compuesto por 11 ítems. Esta versión de 11 ítems fue analizada por Rodríguez Jimenez y Vega Rodríguez (2022), quienes proponen eliminar 5 ítems formulados en negativa, dando lugar a una escala de tres factores bien diferenciados y con una consistencia interna aceptable ($\alpha = .79$).

-Prejuicio hacia el fenómeno parasocial (prejuicio parasocial):

Para su medición se empleó la misma escala que en la primera encuesta, modificando un ítem para orientarlo hacia el prejuicio hacia los “influencers” de las redes sociales: “Las personas se implican demasiado con famosos de las redes sociales que no conocen”. La escala se evalúa del 1 (totalmente en desacuerdo) al 7 (totalmente de acuerdo).

En esta escala de prejuicio parasocial modificada se sustituyó el concepto de relación parasocial por el de relación ficticia, para facilitar la comprensión de los participantes.

Esta escala de prejuicio modificada cuenta con una fiabilidad aceptable de .72, extraída a partir de los resultados de la segunda encuesta (N = 117).

Resultados

Encuesta 1

En relación con la hipótesis 1 encontramos una correlación significativa y positiva ($p < .05$) entre la empatía y la experiencia parasocial (ver tabla 2 y Gráfico 2), por lo que parece existir una mayor prevalencia de estos fenómenos en personas con elevada empatía, confirmando dicha hipótesis.

En el análisis de las dimensiones empáticas por separado cabe destacar la “fantasía”, una capacidad que permite involucrarse y disfrutar de escenarios imaginarios y ficticios. Esta dimensión presenta una correlación positiva moderada ($r = .32$) y significativa ($p < .01$) con la experiencia parasocial y con las tres variables que la conforman: interacciones parasociales, relaciones parasociales y autoidentificación con las mismas (ver tabla 6). El resto de dimensiones de la empatía no son significativas.

La hipótesis 2 también se ve confirmada, al existir una correlación negativa fuerte y significativa ($r = -.51$; $p < .01$) entre la experiencia parasocial y el prejuicio hacia la misma, indicando que aquellas personas con un menor prejuicio tienden a desarrollar un mayor

número de experiencias parasociales y de mayor intensidad (ver tabla 2). Esta relación se puede ver claramente en la gráfica de dispersión (Gráfica 1) y se cumple para los tres componentes de la experiencia parasocial (autoidentificación, relación e interacción parasocial).

Al realizar un análisis de regresión lineal con la experiencia parasocial como variable criterio y las variables prejuicio y empatía como predictoras, el modelo resulta significativo y logra explicar un 26% de la experiencia parasocial (ver tablas 3 y 4).

Sin embargo, el modelo concede más importancia al prejuicio, siendo el coeficiente de empatía insuficiente (ver tabla 5).

En caso de sustituir la variable predictora de la empatía por su dimensión “fantasía”, que ha demostrado tener una gran importancia, se consigue un modelo significativo ($p < .01$) que logra predecir un 29% de la experiencia parasocial, con ambos coeficientes (fantasía y prejuicio) estadísticamente significativos.

Respecto a la relación entre la empatía y el prejuicio parasocial se muestra una correlación negativa y significativa entre ambas variables (ver tabla 1). Este resultado refleja unos mayores niveles de empatía en aquellas personas con bajo prejuicio parasocial, confirmando la hipótesis 3.

En referencia a las dimensiones del IRI, cabe destacar la “fantasía” y la “preocupación empática”, entendida esta última como la capacidad de experimentar sentimientos de simpatía y preocupación por los demás. Ambas dimensiones correlacionan de manera negativa y significativa con el prejuicio parasocial, siendo la “fantasía” de mayor magnitud (ver tabla 6).

Tabla 1

Número de sujetos, media y desviación típica de la experiencia parasocial, el rasgo de empatía y el prejuicio hacia el fenómeno parasocial

	Media	Desv. estándar	N
Experiencia Parasocial	48,44	20,87	103
Empatía	99,24	12,01	103
Prejuicio	45,18	8,07	103

Tabla 2

Correlaciones entre la experiencia parasocial, el rasgo de empatía y el prejuicio hacia el fenómeno parasocial

		Experiencia Parasocial	Empatía	Prejuicio
Experiencia Parasocial	Correlación de Pearson	1	,20*	-,51**
	Sig. (bilateral)		,04	<,001
	N	103	103	103
Empatía	Correlación de Pearson	,20*	1	-,25**
	Sig. (bilateral)	,04		,01
	N	103	103	103
Prejuicio	Correlación de Pearson	-,51**	-,25**	1
	Sig. (bilateral)	<,001	,01	
	N	103	103	103

*.p<.05 **p<.01

Tabla 3

Resumen del modelo de regresión lineal donde se muestra el R, R cuadrado, R cuadrado ajustado y error estándar. La variable dependiente es la experiencia parasocial. Las variables independientes son la empatía y el prejuicio hacia la experiencia parasocial.

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,51 ^a	,26	,25	18,08

^a. Predictores: (Constante), Prejuicio, Empatía

Tabla 4

Análisis de regresión lineal (ANOVA) del modelo, con prejuicio hacia el fenómeno parasocial y empatía como predictoras y la experiencia parasocial como variable dependiente ^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	11739,51	2	5869,75	17,95	<,001 ^b
	Residuo	32691,83	100	326,92		
	Total	44431,34	102			

^a. Variable dependiente: Experiencia parasocial

^b. Predictores: (Constante), Prejuicio, Empatía

Tabla 5

Magnitud, dirección y significación de los coeficientes: empatía y prejuicio hacia el fenómeno parasocial^a

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados			95,0% intervalo de confianza para B	
	B	Desv. Error	Beta	t	Sig.	Límite inferior	Límite superior
1							
(Constante)	92,78	20,81		4,50	<,001	51,89	133,67
Empatía	,130	,15	,07	,84	,40	-,176	,44
Prejuicio	-1,27	,23	-,49	-5,53	<,001	-1,72	-,81

^a.Variable dependiente: Experiencia parasocial

Gráfico 1

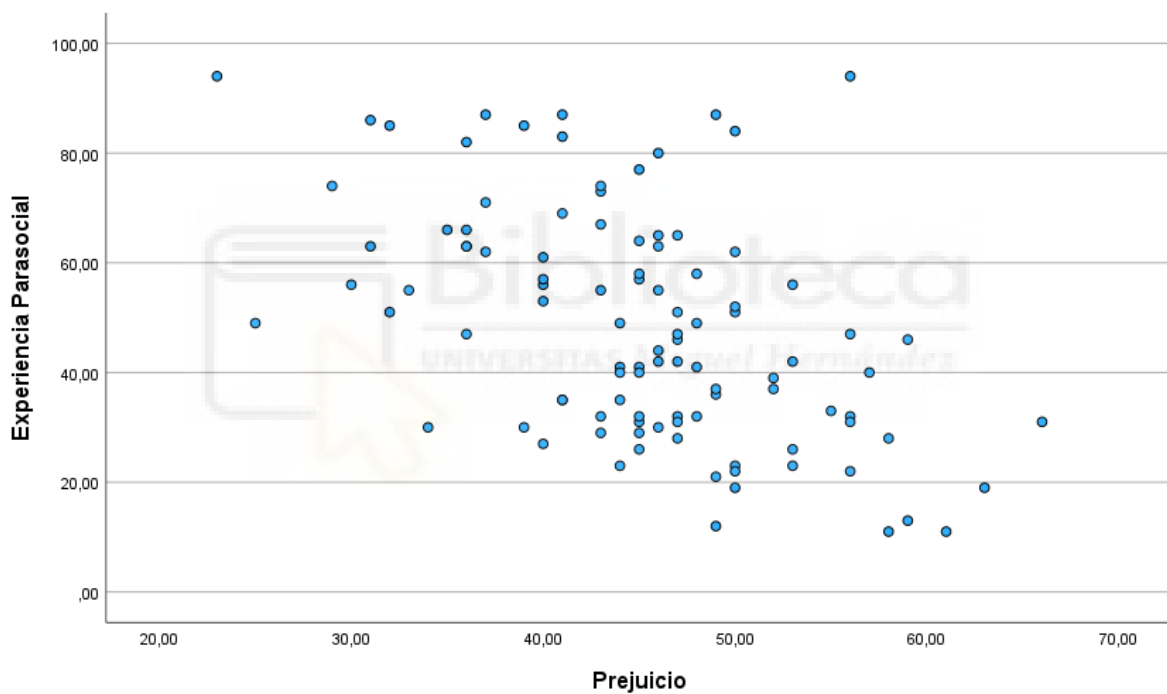


Gráfico 2

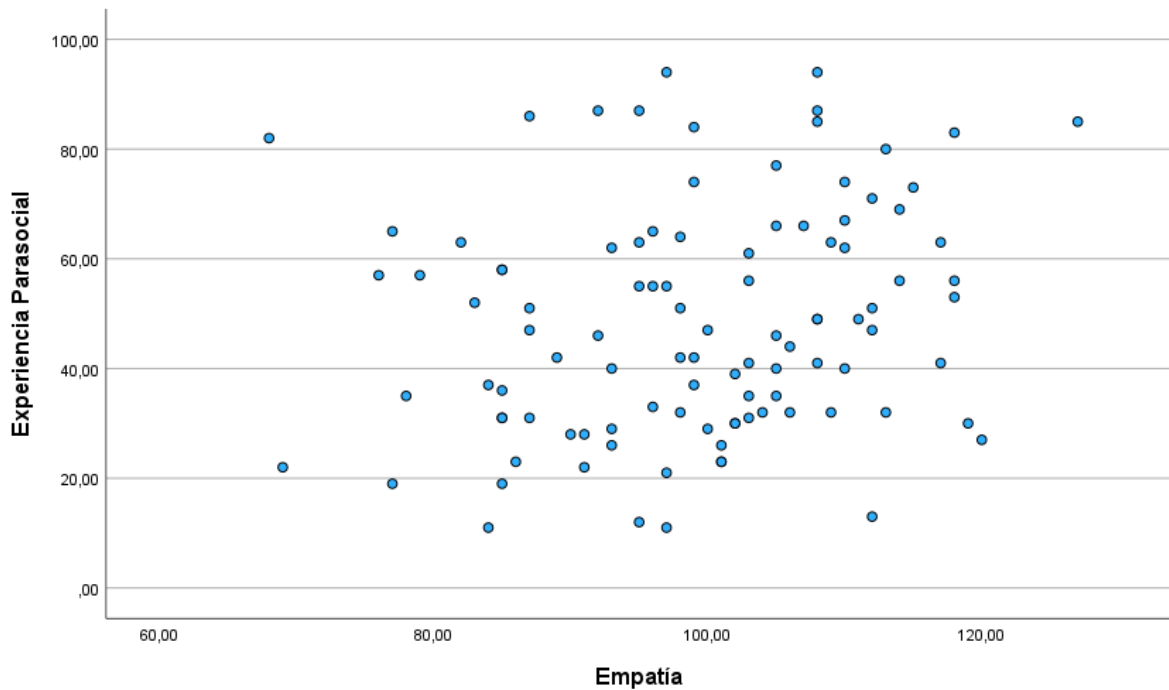


Tabla 6

Correlaciones entre las dimensiones que miden la experiencia parasocial desglosadas (Relaciones parasociales, interacciones parasociales y autoidentificación con PSR), las dimensiones desglosadas de la empatía (Angustia personal, toma de perspectiva, fantasía y preocupación empática) y el prejuicio hacia el fenómeno parasocial

		Relaciones Parasociales	Interacciones Parasociales	Autoidentificación con PSR	Angustia personal	Toma de perspectiva	Fantasia	Preocupación Empática	Prejuicio
Relaciones Parasociales	Correlación de Pearson	1	,76**	,73**	,16	-,16	,28**	,03	-,47**
	Sig. (unilateral)		<,001	<,001	,05	,05	<,001	,37	<,001
	N	103	103	103	103	103	103	103	103
Interacciones Parasociales	Correlación de Pearson	,76**	1	,59**	,14	-,11	,34**	,19*	-,50**
	Sig. (unilateral)	<,001		<,001	,08	,14	<,001	,03	<,001
	N	103	103	103	103	103	103	103	103
Autoidentificación con PSR	Correlación de Pearson	,73**	,59**	1	,13	-,06	,22*	,09	-,37**
	Sig. (unilateral)	<,001	<,001		,10	,28	,01	,18	<,001
	N	103	103	103	103	103	103	103	103
Angustia personal	Correlación de Pearson	,16	,14	,13	1	-,13	,22*	,14	-,03
	Sig. (unilateral)	,05	,08	,10		,10	,01	,09	,38
	N	103	103	103	103	103	103	103	103
Toma de perspectiva	Correlación de Pearson	-,16	-,11	-,06	-,13	1	,12	,30**	-,11
	Sig. (unilateral)	,05	,14	,28	,10		,12	<,001	,14
	N	103	103	103	103	103	103	103	103
Fantasia	Correlación de Pearson	,28**	,34**	,22*	,22*	,12	1	,29**	-,28**
	Sig. (unilateral)	<,001	<,001	,01	,01	,12		<,001	<,001
	N	103	103	103	103	103	103	103	103
Preocupación Empática	Correlación de Pearson	,03	,19*	,09	,14	,30**	,29**	1	-,18*
	Sig. (unilateral)	,37	,03	,18	,09	<,001	<,001		,04
	N	103	103	103	103	103	103	103	103
Prejuicio	Correlación de Pearson	-,47**	-,50**	-,37**	-,03	-,11	-,28**	-,18*	1
	Sig. (unilateral)	<,001	<,001	<,001	,38	,14	<,001	,04	
	N	103	103	103	103	103	103	103	103

**p<.01 *p<.05

Encuesta 2

La segunda encuesta vuelve a confirmar la hipótesis 1, siendo la correlación entre la empatía y la experiencia parasocial positiva ($r = .36$) y significativa ($p < .01$) (ver tabla 8), con un gráfico de dispersión más evidente (Gráfico 4). Este resultado indica de forma más contundente que las personas empáticas manifiestan un mayor grado de experiencias parasociales.

Entre las dos variables que componen la experiencia parasocial, las relaciones parasociales positivas presentan una correlación positiva ($r = .40$) y significativa ($p < .01$) con la empatía, mientras que las relaciones parasociales negativas no son significativas (ver tabla 12).

El prejuicio parasocial vuelve a mostrar una correlación negativa y significativa ($r = -.27$; $p < .01$) con la experiencia parasocial (ver tabla 8 y Gráfico 3). En este sentido, aquellas personas con un bajo prejuicio parasocial manifestarán en mayor medida relaciones parasociales, resultado que permite rechazar la hipótesis nula y confirmar la hipótesis 2.

No obstante, como en el caso anterior, únicamente las relaciones parasociales positivas presentan una correlación significativa (ver tabla 12).

El análisis de regresión lineal, con la experiencia parasocial como variable criterio y la empatía y el prejuicio parasocial como predictoras, arroja un modelo significativo que explica un 18% de la variabilidad en la experiencia parasocial, con un error estándar más bajo que en la encuesta anterior, lo que sugiere una mayor precisión del modelo (ver tabla 9). En este caso, ambos coeficientes (prejuicio parasocial y empatía) son significativos y contribuyen en la predicción de la variable criterio (ver tabla 10).

La correlación mostrada entre la empatía y el prejuicio parasocial no es estadísticamente significativa en este caso (ver tabla 8), por lo que no se podría confirmar la hipótesis 3.

No obstante, el factor asociado a la “preocupación empática” en el Cuestionario de Empatía de Toronto muestra una correlación negativa y significativa con el prejuicio parasocial (ver tabla 12). En este sentido, aquellas personas con una mayor capacidad para reconocer y entrar en sintonía con las emociones ajenas presentarán un menor prejuicio hacia el fenómeno parasocial.

Tabla 7

Media, desviación típica y número de sujetos para las variables de experiencia parasocial, empatía y prejuicio hacia el fenómeno parasocial

	Media	Desv. estándar	N
Experiencia Parasocial	16,81	4,63	117
Empatía	36,84	4,56	117
Prejuicio	51,46	10,13	117

Tabla 8

Correlaciones entre la experiencia parasocial, la empatía y el prejuicio hacia el fenómeno parasocial

		Experiencia Parasocial	Empatía	Prejuicio
Experiencia Parasocial	Correlación de Pearson	1	,36**	-,27**
	Sig. (bilateral)		<,001	<,001
	N	117	117	117
Empatía	Correlación de Pearson	,36**	1	-,12
	Sig. (bilateral)	<,001		,20
	N	117	117	117
Prejuicio	Correlación de Pearson	-,27**	-,12	1
	Sig. (bilateral)	<,001	,20	
	N	117	117	117

**p<.01 *p<.05

Tabla 9

Resumen del modelo de regresión lineal donde se muestra el R, R cuadrado, R cuadrado ajustado y error estándar. La variable dependiente es la experiencia parasocial y las variables independientes son la empatía y el prejuicio hacia el fenómeno parasocial

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,43 ^a	,18	,17	4,22

^a.Predictores: (Constante), Empatía, Prejuicio

Tabla 10

Análisis de regresión lineal (ANOVA) del modelo, con prejuicio hacia el fenómeno parasocial y empatía como predictoras y la experiencia parasocial como variable dependiente ^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	457,80	2	228,90	12,87	<,001 ^b
	Residuo	2028,06	114	17,79		
	Total	2485,86	116			

^a.Variable dependiente: Experiencia Parasocial

^b.Predictores: (Constante), Empatía, Prejuicio

Tabla 11

Magnitud, dirección y significación de los coeficientes: empatía y prejuicio hacia el fenómeno parasocial^a

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		95,0% intervalo de confianza para B		
		B	Desv. Error	Beta	t	Sig.	Límite inferior	Límite superior
1	(Constante)	9,55	3,98		2,40	,02	1,67	17,44
	Prejuicio	-,10	,04	-,23	-2,67	,01	-,18	-,03
	Empatía	,34	,09	,34	3,96	<,001	,17	,51

^a. Variable dependiente: Experiencia Parasocial

Gráfico 3

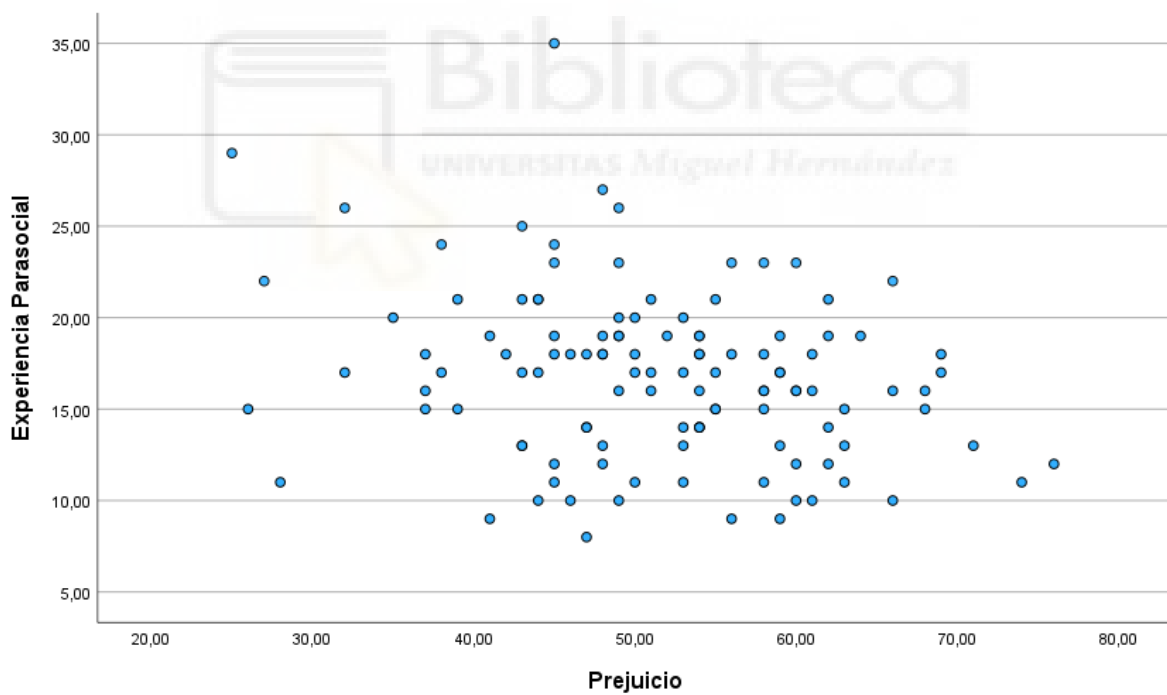


Gráfico 4

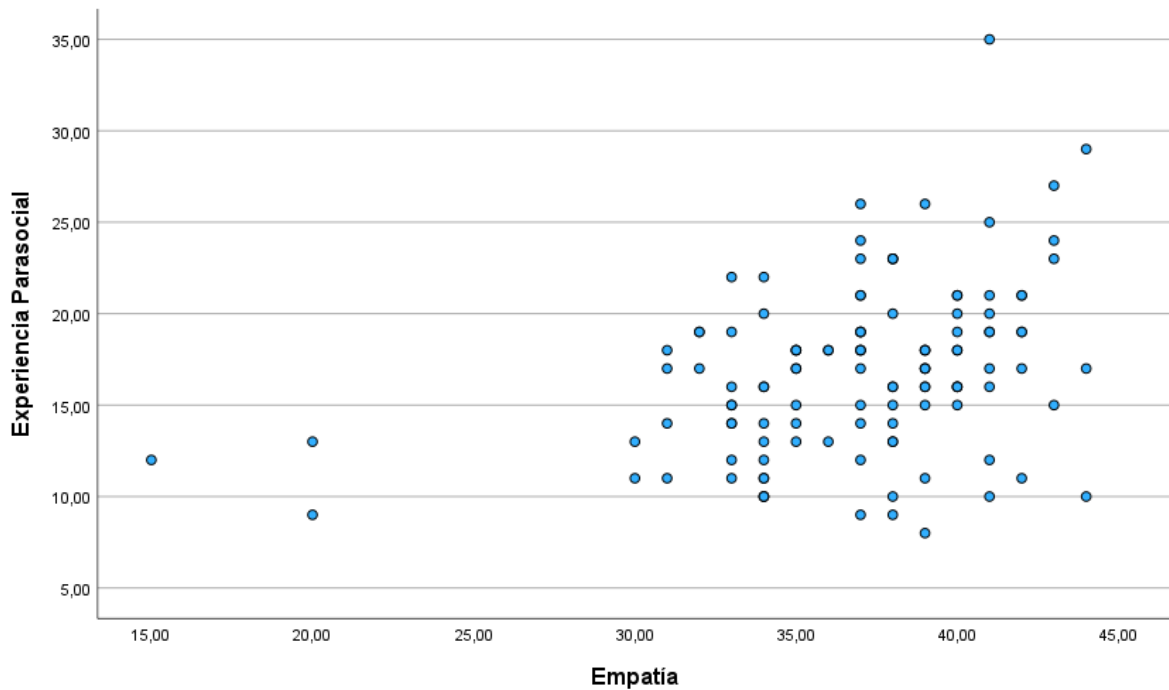


Tabla 12

Correlaciones entre la experiencia parasocial y sus componentes (Relaciones parasociales positivas y negativas), la empatía y sus componentes (Angustia personal y preocupación empática), y el prejuicio hacia el fenómeno parasocial

		Relaciones parasociales positivas	Relaciones parasociales negativas	Preocupación empática	Angustia personal	Prejuicio	Empatía	Experiencia Parasocial
Relaciones parasociales positivas	Correlación de Pearson	1	,32**	,43**	,36**	-,28**	,40**	,87**
	Sig. (bilateral)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	117	117	117	117	117	117	117
Relaciones parasociales negativas	Correlación de Pearson	,32**	1	,14	,15	-,14	,17	,75**
	Sig. (bilateral)	<,001		,14	,11	,14	,07	<,001
	N	117	117	117	117	117	117	117
Preocupación empática	Correlación de Pearson	,43**	,14	1	,71**	-,19*	,84**	,37**
	Sig. (bilateral)	<,001	,14		<,001	,04	<,001	<,001
	N	117	117	117	117	117	117	117
Angustia personal	Correlación de Pearson	,36**	,15	,71**	1	-,09	,91**	,33**
	Sig. (bilateral)	<,001	,11	<,001		,36	<,001	<,001
	N	117	117	117	117	117	117	117
Prejuicio	Correlación de Pearson	-,28**	-,14	-,19*	-,09	1	-,12	-,27**
	Sig. (bilateral)	<,001	,14	,04	,36		,20	<,001
	N	117	117	117	117	117	117	117
Empatía	Correlación de Pearson	,40**	,17	,84**	,91**	-,12	1	,36**
	Sig. (bilateral)	<,001	,07	<,001	<,001	,20		<,001
	N	117	117	117	117	117	117	117
Experiencia Parasocial	Correlación de Pearson	,87**	,75**	,37**	,33**	-,27**	,36**	1
	Sig. (bilateral)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	117	117	117	117	117	117	117

**p<.01 *p<.05

Discusión

En el presente trabajo se ha confirmado la relación entre la empatía y la experiencia parasocial que proponen Scherer et al. (2022) a través de dos medidas diferentes de empatía (IRI y TEQ) y de experiencia parasocial, confirmando la hipótesis 1.

La consistencia de los resultados en poblaciones y medidas diferentes refuerza la validez convergente de esta relación, inicialmente mencionada por Tsao, J. (1996), indicando una mayor prevalencia de relaciones e interacciones parasociales en personas empáticas. Esta asociación puede atribuirse a diversas razones. Por un lado, es posible que las personas empáticas sientan un mayor interés por la interacción social, ya sea cara a cara o en formato digital, recalcando la importancia de los rasgos de personalidad prosociales en el desarrollo de relaciones parasociales (Branch et al., 2013; Lakey et al., 2014). Además, la mayor capacidad de las personas empáticas a la hora de comprender y conectar con las emociones ajenas puede facilitar la inmersión y hacer más disfrutable el contenido mediático (Tukachinsky et al., 2020).

Cabe destacar el papel de la dimensión “fantasía” en esta relación. Esta capacidad, evaluada en la primera encuesta, contribuye en la implicación, inversión y satisfacción de la relación parasocial. Esta conexión puede atribuirse a una mayor capacidad de inmersión y conexión emocional con los personajes mediáticos (Green et al., 2004), que hace más disfrutable el contenido.

Además, en la segunda encuesta, utilizando la versión breve del TEQ para evaluar la empatía, se ha visto que aquellas personas con una mayor sintonía con las emociones ajenas (“preocupación empática”) y malestar ante el sufrimiento de otras personas (“angustia personal”) presentan mayor prevalencia de experiencias parasociales, siendo estas de mayor intensidad. Estos resultados concuerdan con Scherer et al. (2022) y hacen referencia a la importancia de la empatía emocional a la hora de desarrollar relaciones parasociales.

Por tanto, la empatía ha demostrado ser relevante en la explicación de la experiencia parasocial, dando más importancia a la empatía emocional (“preocupación empática”, “angustia personal” y “fantasía”) que a la cognitiva (“toma de perspectiva”), reflejando un mayor peso en la sintonía emocional que en la comprensión de puntos de vista ajenos. La escasa relevancia de la “toma de perspectiva” en este estudio contradice la literatura previa expuesta en el marco teórico (Scherer et al. 2022; Chory-Assad y Cicchirillo, 2005; Tsao, 1996).

Por otro lado, el bajo prejuicio parasocial ha demostrado estar relacionado con la experiencia parasocial, confirmando la segunda hipótesis. Las personas con un bajo prejuicio hacia estos fenómenos han mostrado una mayor inversión, implicación y satisfacción hacia las relaciones parasociales, un resultado similar al obtenido por Scherer et al. (2022). Además, las personas empáticas presentan una mayor calidad e inversión de tiempo en sus relaciones parasociales positivas, como indica la segunda encuesta. En este sentido, un bajo prejuicio parasocial está relacionado con un aumento en la satisfacción y calidad de la relación parasocial, lo que podría contribuir a aprovechar los beneficios de estas interacciones, como aumentar el sentido de pertenencia (Hartman, 2016), reducir el estigma hacia grupos minoritarios a través de la exposición mediática (Bond, 2020; Schiappa et al., 2005), minimizar el malestar provocado por la exclusión social (Knowles, 2007; Branch et al. 2013) y fortalecer el autoconcepto (Derrick et al., 2008).

El análisis de regresión lineal de la primera encuesta señala la “fantasía” y el bajo prejuicio parasocial como predictores significativos, explicando un 29% de la experiencia parasocial. En esta encuesta, el coeficiente de empatía no resulta significativo, pudiendo deberse a una muestra reducida, aunque sí lo sería el modelo compuesto por la empatía y el prejuicio parasocial, que explicaría un 26% de la experiencia parasocial. Este resultado recalca el peso de la “fantasía” a la hora de predecir la experiencia parasocial, una cuestión que podría ser objeto de futuras investigaciones.

El análisis de regresión lineal de la segunda encuesta refleja un modelo significativo compuesto por la empatía y el prejuicio parasocial como variables predictoras. Este modelo explica una menor variabilidad de la experiencia parasocial, concretamente un 18%, aunque con ambos coeficientes significativos y un error estándar menor.

Las diferencias entre ambos modelos puede deberse a la utilización de dos instrumentos diferentes para evaluar la empatía, el IRI en la primera encuesta y el TEQ en la segunda, con enfoques distintos.

La relación entre la empatía y un menor prejuicio parasocial, referente a la hipótesis 3, se ha visto parcialmente confirmada. En la primera encuesta se obtuvieron resultados similares a Scherer et al. (2022), señalando un menor prejuicio parasocial en personas empáticas, con especial relevancia de la dimensión “fantasía” en esta relación. Sin embargo, en la segunda encuesta tal relación no fue estadísticamente significativa, salvo por la “preocupación empática”, que se relacionó negativa y significativamente con el prejuicio parasocial. En este sentido, las personas con una mayor capacidad para conectar emocionalmente con otros presentan un menor prejuicio parasocial, en línea con Scherer et al. (2022).

Al igual que en los modelos de regresión lineal, las diferencias encontradas entre las dos encuestas pueden deberse a la utilización de medidas de empatía distintas, siendo la primera encuesta más cercana al trabajo de Scherer et al. (2022) al emplear los mismos instrumentos de medición.

Una de las limitaciones de este trabajo ha sido la utilización del método bola de nieve en la reclutación de los participantes. Este sistema no es del todo aleatorio, pudiendo dar lugar a sesgos muestrales y dificultades a la hora de extrapolar los resultados a la población general.

Además, aunque algunos cuestionarios han sido traducidos del inglés al español tratando de mantener el significado original del enunciado, la traducción ha podido generar ciertas variaciones en su interpretación.

Adicionalmente, habría sido preferible una muestra de mayor tamaño, que diera más peso a los resultados, así como la aplicación de una medida retest, para analizar la consistencia temporal de las respuestas.

En conclusión, este estudio apoya los resultados de Scherer et al. (2022), encontrando una relación entre las experiencias parasociales con la empatía y el bajo prejuicio parasocial. También se reporta una relación entre la empatía y el bajo prejuicio parasocial, aunque sólo en la primera encuesta, utilizando el IRI como medida de empatía.

Además, se han aplicado dos encuestas con medidas de empatía y experiencia parasocial distintas, lo que fortalece la solidez estadística de los hallazgos.

Por este motivo, se considera que este estudio ha alcanzado con éxito su objetivo principal, al aportar una mayor comprensión del fenómeno parasocial y de las variables relacionadas.



Referencias bibliográficas

- Bond, B. J. (2020). *The Development and Influence of Parasocial Relationships With Television Characters: A Longitudinal Experimental Test of Prejudice Reduction Through Parasocial Contact*. *Communication Research*, 009365021990063. doi:10.1177/0093650219900632.
- Branch, S. E., Wilson, K. M., & Agnew, C. R. (2013). Committed to Oprah, Homer, or House: Using the investment model to understand parasocial relationships. *Psychology of Popular Media Culture*, 2, 96–109. doi: 10.1037/a0030938.
- Castaño, L. C. (2015). Relaciones e interacciones parasociales en redes sociales digitales. Una revisión conceptual. *Revista ICONO 14. Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*, 13(2), 23-47.
- Chory-Assad, R. M., & Cicchirillo, V. (2005). Empathy and affective orientation as predictors of identification with television characters. *Communication Research Reports*, 22(2), 151-156.
- Cummins, R. G., & Cui, B. (2014). Reconceptualizing address in television programming: The effect of address and affective empathy on viewer experience of parasocial interaction. *Journal of Communication*, 64(4), 723-742.
- Davis, M. H. (1983). Measuring individual differences in empathy: Evidence for a multidimensional approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44(1), 113–126. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.44.1.113>

- Derrick, J. L., Gabriel, S., & Tippin, B. (2008). Parasocial relationships and self-discrepancies: Faux relationships have benefits for low self-esteem individuals. *Personal relationships*, 15(2), 261-280.
- Fiedler, K., & Schwarz, N. (2015). *Questionable Research Practices Revisited*. *Social Psychological and Personality Science*, 7(1), 45–52.
doi:10.1177/1948550615612150
- Fourie, M. M., Subramoney, S., & Gobodo-Madikizela, P. (2017). A less attractive feature of empathy: Intergroup empathy bias. *Empathy: an evidencebased interdisciplinary perspective*. INTECH (London), 45-61.
- Green, M. C., Brock, T. C., & Kaufman, G. F. (2004). Understanding media enjoyment: The role of transportation into narrative worlds. *Communication Theory*, 14, 311–327.
- Greenwood, D. N. (2008). Television as escape from self: Psychological predictors of media involvement. *Personality and Individual Differences*, 44(2), 414-424.
- Greenwood, D. N., & Long, C. R. (2009). Psychological predictors of media involvement: Solitude experiences and the need to belong. *Communication Research*, 36(5), 637-654.
- Hartmann, T. (2016). Parasocial interaction, parasocial relationships, and well-being. In L. Reinecke & M. B. Oliver (Eds.), *The Routledge handbook of media use and well-being: International Perspectives on Theory and Research on Positive Media Effects* (pp. 131–144). New York, NY: Routledge.

Hartmann, T., Stuke, D., & Daschmann, G. (2008). Positive parasocial relationships with drivers affect suspense in racing sport spectators. *Journal of Media Psychology, 20*(1), 24-34.

Horton, D., & Wohl, R. R. (1956). Mass communication and para-social interaction: Observations of intimacy at a distance. *Psychiatry, 19*, 215–229.

Johnson, D. W. (1975). Cooperativeness and social perspective taking. *Journal of Personality and Social Psychology, 31*, 241-244.

Knowles, M. L. (2007). The nature of parasocial relationships (Doctoral dissertation, Northwestern University). Retrieved from:
<http://search.proquest.com/docview/304816234>

Korres Alonso, O. y Elexpuru Albizuri, I (2022). Youtubers: identificación y motivos de agrado de la audiencia *Icono 14, 20*(1).
<https://doi.org/10.7195/ri14.v20i1.1761>

Lakey, B., Cooper, C., Cronin, A., & Whitaker, T. (2014). Symbolic providers help people regulate affect relationally: Implications for perceived support. *Personal Relationships, 21*(3), 404–419. doi: 10.1111/ pere.12038.

Liebers, N., & Straub, R. (2020). Fantastic relationships and where to find them: Fantasy and its impact on romantic parasocial phenomena with media characters. *Poetics, 83*, 101481.

- Makel, M. C., Plucker, J. A. & Hegarty, B. (2012). Replications in psychology research: how often do they really occur? *Perspectives on Psychological Science*, 7(6): 537-542.
- Rain, M., & Mar, R. A. (2021). Adult attachment and engagement with fictional characters. *Journal of Social and Personal Relationships*, 38(9), 2792-2813.
- Rodríguez Jiménez, J. M., & Vega Rodríguez, M. T. (2022). Análisis psicométrico del Cuestionario de Empatía de Toronto, aplicado a una muestra española. *Apuntes de Psicología*, 40 (1), 21-30.
- Rosaen, S. F., & Dibble, J. L. (2016). Clarifying the role of attachment and social compensation on parasocial relationships with television characters. *Communication Studies*, 67(2), 147-162.
- Rubin, A. M., Perse, E. M., & Powell, R. A. (1985). Loneliness, parasocial interaction, and local television news viewing. *Human Communication Research*, 12, 155–180.
- Rusbult, C. E., Martz, J. M., & Agnew, C. R. (1998). The investment model scale: Measuring commitment level, satisfaction level, quality of alternatives, and investment size. *Personal Relationships*, 5(4), 357–391.
<https://doi.org/10.1111/j.1475-6811.1998.tb00177.x>
- Open Science Collaboration. (2015). Estimating the reproducibility of psychological science. *Science*, 349(6251), aac4716-aac4716.
<https://doi.org/10.1126/science.aac4716>.

Orme, S. (2016). Femininity and fandom: the dual-stigmatisation of female comic book fans. *Journal of Graphic Novels and Comics*, 7(4), 403-416.

Scherer H, Diaz S, Iannone N, McCarty M, Branch S, Kelly J. "Leave Britney alone!": parasocial relationships and empathy. *J Soc Psychol*. 2022 Jan 2;162(1):128-142. doi: 10.1080/00224545.2021.1997889. Epub 2021 Dec 1. PMID: 34850669.

Schiappa, E., Gregg, P. B., & Hewes, D. E. (2005). The parasocial contact hypothesis. *Communication monographs*, 72(1), 92-115.

Simmons, J. P., Nelson, L. D., & Simonsohn, U. (2011). *False-Positive Psychology*. *Psychological Science*, 22(11), 1359–1366. doi:10.1177/0956797611417632

Spreng, R.N., McKinnon, M.C., Mar, R.A. y Levine, B. (2009). The Toronto Empathy Questionnaire: Scale Development and Initial Validation of a Factor-Analytic Solution to Multiple Empathy Measures. *Journal of Personality Assessment*, 91(1), 62-71 [DOI: 10.1080/00223890802484381].

Tsao, J. (1996). Compensatory media use: An exploration of two paradigms. *Communication Studies*, 47(1-2), 89-109.

Tukachinsky Forster, R., & Click, M. A. (2023). Beyond Friendship: A Call for Research on Non-amicable Parasocial Relationships.

Tukachinsky, R., Walter, N., & Saucier, C. J. (2020). Antecedents and effects of parasocial relationships: A meta-analysis. *Journal of Communication*, 70(6), 868-894.

Vanman, E. J. (2016). The role of empathy in intergroup relations. *Current Opinion in Psychology*, 11, 59-63.

