

edmetic

Revista de Educación Mediática y TIC



**Influencia mediática en la vida de los menores. Proceso de construcción y
validación de un instrumento**

**Media influence in the children´s life. Construction and validation process of an
instrument**

359

Fecha de recepción: 31/05/2017
Fecha de revisión: 12/06/2017
Fecha de aceptación: 14/06/2017

Influencia mediática en la vida de los menores. Proceso de construcción y validación de un instrumento.

Media influence in the children's life. Construction and validation process of an instrument.

Eloísa Reche Urbano¹, Belén Quintero Ordoñez² y M^a Josefa Vilches Vilela³

Resumen:

El presente estudio describe la construcción de un cuestionario fiable y válido, que permita indagar sobre la incidencia de los medios de comunicación en la vida de niños y niñas de edades tempranas. El proceso se realizó en tres momentos: Diseño de un primer borrador, en el marco de una práctica interdisciplinar de las asignaturas "Educación Mediática y Aplicaciones Didácticas de las TIC" y "Convivencia Escolar y Cultura de Paz en Educación Primaria" que se cursa en segundo del Grado en Educación Primaria, en el Centro de Magisterio "Sagrado Corazón" (Universidad de Córdoba) y la valoración de este por un grupo de expertos. Análisis de los datos obtenidos, aplicación de las recomendaciones e implementación del segundo borrador a un total de 282 estudiantes de dos colegios de Córdoba capital y provincia (uno público y otro concertado). Por último, estudio de fiabilidad y validez del instrumento para conformar la versión definitiva. Los resultados obtenidos evidencian que el instrumento creado cumple con los criterios psicométricos de fiabilidad y validez, por lo que este puede ser implementado con el alumnado de la etapa de Educación Primaria.

Palabras claves: Educación mediática; Medios de comunicación; Investigación educativa; Fiabilidad; Validez

Abstract:

The present study describes the construction of a reliable and valid questionnaire that allows to investigate the incidence of the communication media in the life of children of young ages. The process was carried out in three periods: Design of a first draft, within the framework of an interdisciplinary practice of the subjects "Media Literacy and didactics application of ICT" and "Educational Mediation and Paz culture in Primary Education" that study in second of the Degree in Primary Education, from the Teacher Training College "Sagrado Corazón" (Córdoba University) and the evaluation of this by a group of experts. Analysis of the data obtained, application of the recommendations and implementation of the second draft to a total of 282 students from two

¹ Centro de Magisterio Sagrado Corazón. Universidad de Córdoba, España: e.reche@magisteriosc.es

² Centro de Magisterio Sagrado Corazón. Universidad de Córdoba, España: b.quintero@magisteriosc.es

³ Centro de Magisterio Sagrado Corazón. Universidad de Córdoba, España: m.vilches@magisteriosc.es

Córdoba capital schools and province (one public and one concerted). Finally, study of reliability and validity of the instrument to form the final version. The attained results evidence that the instrument created meets the psychometric criteria of reliability and validity, so that it can be implemented with the students of the Primary Education.

Keywords: Media education; Mass Media; Educational research; Reliability; Validity.

1. Introducción

Los medios de comunicación están presentes, cada vez más, en la vida de las personas y, con el paso del tiempo, accesible a edades más tempranas, es por ello que en el contexto educativo se aprecie necesario el desarrollo de los aspectos de la competencia mediática implícitos en la competencia digital como parte fundamental de la formación integral del alumnado (García, 2013).

En la última década, numerosos investigadores nacionales han dedicado sus trabajos al análisis y concreción de de las dimensiones operativas que forman parte de la competencia mediática, al conocimiento de los niveles de alfabetización en el lenguaje audiovisual, al estudio de la interacción con los medios de comunicación, etc., así como al diseño de instrumentos que permitan estimar el nivel de esta, tanto de la ciudadanía, en general, como del alumnado de las diversas etapas educativas, evidenciando la importancia de la educación mediática en el contexto formal, sobre todo, en la formación de los menores (Ferrés, 2011; Lazo y Gabelas, 2013; Saéz-López y García-González, 2013; García-Ruiz, Duarte y Guerra, 2014).

Pero además, la competencia mediática lleva implícita el aprender a usar y consumir de manera responsable y crítica la información que proviene de los medios (Marín, 2012), de esta manera se establece una vinculación entre la educación mediática y la educación en valores en una sociedad cada vez más influenciada por los medios.

2. Binomio educación mediática y educación en valores

La pretensión de la formación en la competencia mediática, en cualquier etapa educativa, persigue como objetivo preparar a la población para su desenvolvimiento y utilización adecuada de las tecnologías. Sin embargo, este hecho no se puede realizar sin asociarse a la palabra valor, entendiéndolo como:

La capacidad para descubrir como las representaciones mediáticas estructuran nuestra percepción de la realidad [...]. Capacidad de evaluar la fiabilidad de las fuentes de información, extrayendo conclusiones críticas tanto de lo que se dice como de lo que se omite.

Habilidad para buscar, sintetizar, priorizar y confrontar informaciones procedentes de distintos sistemas y de diferentes entornos; de detectar las intenciones o intereses que subyacen tanto en las producciones corporativas como en las populares, así como su ideología y valores, explícitos o latentes, adoptando una actitud crítica ante ellos. (Lazo y Gabelas, 2013, pp.2-3).

Para llevar a cabo la citada formación debe entenderse desde su alfabetización mediática, siendo esta “el conocimiento y destrezas que el alumno debe adquirir para poder analizar, evaluar y crear mensajes mediáticos” (Saéz-López y García-González, 2013, p.131). A través de ~~su~~ ella, el alumnado será capaz de utilizar de manera eficaz los medios como vía para expresar los intereses, las motivaciones y los valores que estos transmiten (Férres, 2007).

La exposición de las motivaciones e intereses de los estudiantes, con respecto al análisis de la influencia de los medios de comunicación, hace que el alumnado se capacite para “aprender a vivir en el entorno vital que generan los medios” (Pérez, citado por García-Ruiz, Duarte y Guerra, 2014, p. 82). Esta vivencia puede ser explicada como “un depósito de símbolos y valores con los que la vinculación es ciertamente compleja, hasta el punto de que en muchas ocasiones trasciende la naturaleza realista de muchos de ellos” (Pindado, 2006, p.11).

Pero la incidencia de los medios de comunicación en la ciudadanía, además, va más allá de todos estos aspectos. En la actualidad, afecta en la manera en la que las personas se relacionan con otros. Las redes sociales, la mensajería instantánea, etc., ha proporcionado espacios virtuales que facilitan la comunicación rompiendo las barreras espacio-temporales (García y del Hoyo, 2013).

Repercute en las expresiones que se utilizan y que transforman el lenguaje oral o escrito que se utiliza, incorporándose algunas de ellas al diccionario de la Real Academia de la Lengua Española. Además, no es difícil oír palabras o modos coloquiales que nacen de las series televisivas, programas de radio, vídeos de youtubers, anuncios publicitarios, etc.

Por su parte, modulan los temas de interés personal, la planificación del tiempo libre, el trabajo o el estudio, a través de los diversos productos (aplicaciones o herramientas en línea) e informaciones que los medios ofrecen y, en los últimos tiempos, como se ha podido observar, en algunas ocasiones modula la manera en la que las personas forjan sus opiniones, bien mediado por las redes sociales, los vídeos de carácter popular, documentales, de diversa naturaleza, de la mano del periodismo de investigación, etc.

Todos estos elementos evolucionan en función de la tecnología emergente y, entre otros aspectos, los individuos que conforman la sociedad en la que surgen, su capacidad económica, la accesibilidad a los dispositivos y la formación en la competencia mediática posibilita que se consolide un consumo moderado, una actitud crítica y reflexiva sobre los mensajes que los medios de comunicación transmiten, para convertirse en personas responsables y críticas, facilitando así su formación integral y la elaboración de su propia identidad que como indica Pindado (2006):

Los medios de comunicación conforman un espejo que supone un parámetro de evaluación de su vida y de su situación personal. La dificultad que entraña para un chico el contraste entre lo que vive y lo reflejado en la pantalla provoca reacciones muy diversas. [...] El receptor adolescente desde su perspectiva de género y su experiencia vital se ve impelido hacia actitudes de identificación u oposición o, dicho de otro modo, de encuentros y desencuentros (p.4).

3. Método

La presente investigación se enmarca en una metodología de tipo exploratorio descriptivo, no experimental, cuyos objetivos son:

- Construir un cuestionario que permita indagar sobre la incidencia de los medios de comunicación en la vida de niños y niñas de edades tempranas, con la finalidad de asignar el papel que le corresponde a la educación mediática en la formación integral de los menores.
- Estimar las garantías de fiabilidad y validez del instrumento para su posterior aplicación generalizada.

3.1 Construcción y validación del cuestionario

El instrumento seleccionado para la recopilación de los datos, como se ha nombrado con anterioridad, ha sido el cuestionario, al permitir este “traducir variables empíricas sobre las que se desea información, en preguntas concretas capaces de suscitar respuestas fiables, válidas y susceptibles de ser cuantificadas de un amplio grupo de participantes” (González, Marín y Martín, 2015, p. 40).

El punto de partida para la elaboración del cuestionario fue el desarrollo, por parte del alumnado de segundo del Grado en Educación Primaria, de una actividad académicamente dirigida, de carácter interdisciplinar, al amparo de las asignaturas “Educación Mediática y Aplicaciones Didácticas de las TIC” y “Convivencia Escolar y Cultura de Paz en Educación Primaria”.

A través de la técnica Puzzle de Aronson, entendida como una herramienta de trabajo cooperativo que permite confrontar diversos puntos de vista entre los participantes (Traver-Martí y García-López, 2007; De Miguel, Tomé, Veiga-Crespo, Feijoo-Siota, Blasco y Villa, 2009; Martínez y Gómez, 2010 y González, Martínez y Zacarés, 2015), en grupos iniciales y, con posterioridad, en grupos de expertos, se indagó sobre los siguientes aspectos relativos a la influencia de los medios de comunicación en la vida de las personas: en las expresiones orales y textuales; en la relación con no iguales; en la relación con iguales; en los temas de interés personal; en la planificación del tiempo libre; en la organización de los estudios y en la formación de opiniones.

Revisada la literatura y consensuada la información por los grupos de trabajo, se realizó una primera ronda de formulación de preguntas que fueron revisadas por el profesorado implicado y reformuladas, en varias fases, hasta conformar una primera versión del cuestionario, compuesto por 61 ítems organizados en los siguientes bloques:

- Datos personales: formado por 6 ítems (1 de carácter dicotómico, 3 de carácter politómico y 2 de respuesta abierta).

- Disponibilidad de dispositivos y hábitos de consumo: compuesto por 9 ítems (1 de naturaleza dicotómica, 8 de naturaleza politómica de los cuales 5 son de opción de respuesta múltiple).
- Influencia de los medios de comunicación en función de las 7 dimensiones analizadas: 46 ítems de valoración escalar, fluctuando las opciones del 1 al 5 (1=Nada, 2=Poco, 3=Algo, 4=Bastante y 5=Mucho) asociando los valores a emoticonos.

En un segundo momento, se sometió a la validación del instrumento por el grupo de expertos atendiendo a las siguientes fases:

- Selección de los expertos: formado por 11 docentes de las áreas de conocimiento "Métodos de investigación y Diagnóstico en educación", "Didáctica y Organización escolar", "Didáctica de la Lengua y la Literatura", "Psicología de la Personalidad, Educativa y Evolutiva", de diferentes universidades. Para ello, se utilizaron criterios como la experiencia docente en asignaturas relacionadas con Tecnología Educativa, Investigación educativa, o bien relacionadas con el lenguaje, publicaciones sobre la temática objeto de estudio e investigación educativa, años de experiencia profesional, etc. que nos permitiera aproximarnos a el coeficiente de competencia experta (Cabero y Barroso, 2013).
- Solicitud de participación vía correo electrónico: en el cual se detalló el objetivo del mismo y se adjuntó el cuestionario, así como el instrumento para la valoración con las instrucciones necesarias para cumplimentarlo.

A través de la herramienta para la validación, se solicitó que el instrumento fuese analizado en función de la redacción, la amplitud del contenido, la congruencia, la pertinencia y, por último, la claridad y la precisión del ítem, mediante una escala Likert con cinco categorías (1=Eliminar, 2=Cambiar, 3=Mejorar, 4=Bueno y 5=Excelente) y un apartado de observaciones, para cada uno de ellos, en el cual se podían realizar recomendaciones sobre los diversos aspectos. Además, se pidió la valoración de la presentación del cuestionario bajo los mismos criterios.

- Seguimiento y recogida, por correo electrónico, de las validaciones de los expertos, con una participación de 9 de los 11 docentes invitados en el proceso.
- Análisis de la información de naturaleza cuantitativa, mediante el coeficiente de validez de contenido V de Aiken, que permite cuantificar la relevancia de cada ítem por N jueces. Su valor oscila desde 0 hasta 1, siendo 1 indicativo de un perfecto acuerdo entre los jueces respecto a la mayor puntuación de validez de los contenidos evaluados (Aiken, 1980, Escurra, 1988 y Penfield y Giacobbi, 2004), utilizando para su tratamiento el programa Excel (versión 2013). A su vez, estudio del contenido de las opiniones de carácter cualitativo aportadas por el grupo de expertos. En función de los resultados obtenidos se aplicaron los cambios requeridos que llevaron a la construcción del cuestionario definitivo.

A continuación, como prueba piloto, se implementó la herramienta a un total de 282 estudiantes de 4º (N=85), 5º (N=95) y 6º(N=102) de la etapa de Educación Primaria, pertenecientes a dos colegios, uno de Córdoba capital y otro de la provincia, siendo su naturaleza pública (N=134) y concertada (N=148). La muestra estuvo formada por 52,5 % de niños y un 47,5% de niñas, de edades comprendidas entre los 9 a los 13 años.

La prueba se realizó con la presencia de encuestadores para solventar las dudas que pudieran surgir, así como para recabar información sobre las incidencias que se ocasionaran en el transcurso de su cumplimentación. Esta duró de 20 a 30 minutos, en función del nivel académico, presentando algunas dificultades de comprensión de terminología que fueron aclaradas in situ.

Para el estudio de fiabilidad y validez del cuestionario se llevaron a cabo los siguientes análisis, con el programa estadístico Statistical Package for the Social Sciences (versión 21):

- Análisis de consistencia interna mediante el Coeficiente de Alfa de Cronbach, con la finalidad de dotar de significación a los ítems de la prueba.

- Análisis de la capacidad de discriminación de los elementos, a través de t de Student entre las medias de los grupos, con la intención de reforzar el carácter unidimensional de la prueba, (García, Gil y Rodríguez, 1995).

4. Resultados

a) Análisis de la información del grupo de experto.

Como se ha comentado con anterioridad, el grado de acuerdo entre jueces se calculó a través de los promedios de cada ítem y del coeficiente V de Aiken a partir de las valoraciones numéricas, con la finalidad de identificar aquellos ítems que debían ser eliminados, modificados o aceptados según las puntuaciones otorgados (Aiken, 1980, Escurra, 1998 y Penfield y Giacobbi, 2004). Para Escurra (1998), en un grupo de nueve jueces, se necesita que por lo menos ocho de ellos estén en concordancia ($p < 0,05$), para alcanzar coeficientes V iguales o superiores a 0,89 y, en consecuencia, que el ítem sea aceptado.

En su conjunto el cuestionario obtuvo un coeficiente V de Aiken de 0,83, mediante los valores conseguidos en función de la redacción (0,82), la amplitud del contenido (0,83), la congruencia (0,84), la pertinencia (0,85) y la claridad y la precisión (0,83). Al ser estos próximos al de referencia, se revisaron las apreciaciones, a modo de observaciones, formuladas por los expertos y se aplicaron la mayoría de las sugerencias (véase tabla 1).

Tabla 1. Medias, Coeficiente V de Aiken, observaciones de del grupo de expertos sobre el conjunto del cuestionario y decisión. Fuente: Elaboración propia.

Media	C.V.A.	Observaciones	Decisión
4,31	0,83	El título debería hacer referencia a los menores y no a las personas en general.	Cambiar
		El cuestionario es extenso para el alumnado de primaria, se debería considerar reducir el número de ítems.	Revisar
		Reemplazar los emoticonos por otros que permitan apreciar mejor la diferencia entre ellos.	Cambiar
		Ampliar el espacio que separa los distintos bloques. Se recomienda cambiar la escala y quitar la tendencia central para que se posicionen.	Cambiar
		Sería recomendable reducir los bloques a: Datos personales, Disponibilidad y hábitos de consumo e Influencia de los medios de comunicación.	Cambiar

Por su parte, la presentación del cuestionario alcanzó un coeficiente V de Aiken de 0,73 [redacción (0,64), amplitud del contenido (0,67), congruencia (0,81), la pertinencia (0,83) y la claridad y la precisión (0,72)]. A tenor de los resultados y las opiniones manifestadas, se llevaron a cabo todos los cambios requeridos (véase tabla 2).

Tabla 2. Medias, Coeficiente V de Aiken, observaciones de del grupo de expertos sobre la presentación del cuestionario y decisión. Fuente: Elaboración propia.

Media	C.V.A.	Observaciones	Decisión
3,93	0,73	Se considera que no está adaptado en vocabulario, extensión y expresiones a alumnos/as de primaria.	Cambiar
		Corregir varias erratas de escritura.	Cambiar
		Reducir la introducción del cuestionario a la información estrictamente necesaria para entender la finalidad del mismo.	Cambiar

Además, los expertos emitieron apreciaciones, de carácter cualitativo, sobre los bloques "Datos personales" y "Disponibilidad de dispositivos y hábitos de consumo" que fueron atendidas con la salvedad de aquellas que implicaban el aumento del número de preguntas (véase tabla 3).

Tabla 3. Recomendaciones de los expertos sobre los bloques "Datos personales" y "Disponibilidad de dispositivos y hábitos de consumo" y decisión. Fuente: Elaboración propia.

Bloque	Observaciones	Decisión
Datos personales	Se aconseja la reorganización de los ítems	Cambiar
	Suprimir la pregunta del tipo de colegio al considerar que el alumnado de primaria tiene por que saber la naturaleza del mismo (público, concertado o privado).	Eliminar
	En contadas ocasiones, se duda de si es el número de hermanos en el núcleo familiar o de la persona implicada.	Revisar
Disponibilidad de dispositivos	Se aconseja cambiar el título del bloque a "Accesibilidad a dispositivos electrónicos y hábitos de consumo".	Cambiar
	Sería interesante preguntar de manera más pormenorizada sobre redes sociales: en cuáles estás registrado, cuál usas más, para qué, con qué frecuencia o cuántas horas pasas, etc.	Rechazar
	En la cuestión "¿Para qué usas más los dispositivos electrónicos?", sería mejor cambiar la opción de respuesta "Ocio" por "Diversión".	Cambiar
	En función de las respuestas expuestas tras la pregunta "¿En el colegio se utilizan los MC para aprender?", habría que cambiar la redacción de la misma para un mejor entendimiento.	Cambiar
	En el ítem ¿En el colegio se utilizan los MC para aprender?, yo añadiría 2 más (Telegram y Facebook) siendo en total 6 posibilidades.	Rechazar

Bloque	Observaciones	Decisión
	Revisar el orden de las preguntas: facilidad, qué tipo, cuál usas más, y relacionado con esto... para qué lo usas, con qué frecuencia o cuántas horas pasas.	Rechazar
	Con respecto a los canales de TV se debería preguntar, al igual que con el resto, sobre cuál ven, cuál más, cuánto tiempo, etc.	Rechazar

En lo relativo a los 46 ítems, con valores escalares, 10 presentan un coeficiente V iguales o superiores a 0,89, 35 consiguen un coeficiente V entre 0,70 y 0,88, siendo solo uno el que ostenta el valor más bajo con una V de 0,60 (véase tabla 4). A su vez, se analizaron las valoraciones de naturaleza cualitativa, para cada uno de los ítems, con el fin de ajustar el cuestionario a la versión definitiva para realizar una prueba piloto.

Tabla 4. Medias de la valoración cuantitativa, Coeficiente V de Aiken, observaciones de naturaleza cualitativa del grupo de expertos y decisión por ítem. Fuente: Elaboración propia.

Ítems	Media	C.V.A.	Observaciones	Decisión
1	4,27	0,82	La pregunta es general y ambigua. Se debería concretar qué se quiere saber sobre la incidencia en la expresión de los menores y aclarar el significado de las iniciales MC.	Reformular
2	4,53	0,88	Se debería concretar qué se quiere saber sobre la incidencia en la expresión de los menores Añadir "más que en persona".	Reformular
3	4,00	0,75	La pregunta es muy general y poco clara para un alumno de primaria. Tal y como está formulada la pregunta solo se hace referencia a comportamientos negativos. Incluir otros medios de comunicación como por ejemplo la radio.	Reformular e incluir un ítem con comportamientos positivos
4	4,13	0,78	Sustituir "parecerse" por "parecerme".	Reformular
5	4,67	0,92	Sustituir "tipo" por "del tipo" o "ejemplo".	Reformular
6	4,67	0,92		Mantener igual
7	4,27	0,82	Incluir otros medios de comunicación como la radio. Sustituir "todo aquello" por "aquello que hago en el día". Todo es un absoluto. Convendría poner el verbo en plural.	Reformular
8	4,13	0,78	Como está formulado el ítem no se sabe si la influencia es positiva o negativa. La pregunta es muy general y la redacción complicada para ser comprendida por un alumno de primaria: "Favorecer positivamente".	Reformular
9	4,36	0,84	La pregunta no es clara	Reformular
10	4,07	0,77	Es un poco confusa, ¿qué se entiende por la moda marcada? La redacción no es comprensible para un alumno de primaria: "sigue el estereotipo que fija [...]". Es una pregunta demasiado abierta. Incluir una "n" al final (favorecen).	Reformular

Ítems	Media	C.V.A.	Observaciones	Decisión
11	3,84	0,71	Matizaría que "sigo", ya sea en las redes, en los medios de comunicación, o cambiaría "sigo" por "admiro", "me gusta", etc. No es una pregunta adecuada, se da por hecho que los famosos son violentos. Redactar de nuevo y eliminar "fijo".	Reformular
12	4,53	0,88	"Me ayudan a relacionarme" Un alumno de primaria no entiende qué es pertenecer a un grupo. Especificar qué tipo de grupo. Añadir el punto y final por aquello de homogeneizar los estilos de maquetación. No da información sobre la influencia del que hace el cuestionario.	Reformular
13	4,36	0,84	Sobra la preposición "de". Matizar qué es "ayudar en la relación", es decir, a llevarme mejor, a ser más divertidos. Especificar el tipo de grupo.	Reformular
14	4,31	0,83	Sustituir "a las personas" por "de las personas".	Reformular
15	4,53	0,88		Mantener igual
16	4,71	0,93		Mantener igual
17	4,82	0,96		Mantener igual
18	4,62	0,91		Mantener igual
19	4,53	0,88	Cambiaría "me afecta" por "no me gusta", pues me afecta puede ser de muchas maneras y así queda claro y la expresión es más apropiada para alumnos de primaria. Sustituir "lo que sale" muy coloquial.	Reformular
20	4,27	0,82	En todas las preguntas en la que aparece el concepto famoso habría que aclararlo. Famoso puede ser alguien que tenga muchos seguidores en las redes sociales o un concursante de un programa.	Reformular
21	4,40	0,85	Concretar si "me preocupo" o "me influyen". La palabra "sociedad" puede no ser entendida por el alumnado de primaria. Sobra la coma.	Reformular
22	4,67	0,92	Podría formularse como "Me influyen en mis compras los anuncios que emiten los MC".	Reformular
23	4,31	0,83	Es una pregunta que agrupa muchos elementos diferenciales, nos gustan muchas cosas diferentes y no todas se verán afectadas del mismo modo. En lugar de "imagen" se podría poner "en lo que pienso sobre mí". Quitaría CR7.	Reformular
24	4,04	0,76	Los temas pueden ser muy diferentes entre sí y las influencias distintas.	Reformular
25	3,98	0,74	Falta "me acuesto tarde".	Reformular
26	4,47	0,87	Utilizar un vocabulario y expresiones más apropiadas para primaria. Se debería cambiar las palabras "siento" y "temas", siendo más claro. Puede ocurrir que el deporte tampoco le guste.	Reformular
27	4,62	0,91	En la redacción hay que sustituir "por" por "para".	Reformular
28	4,42	0,86	Puede no gustarle el deporte y tener otras preferencias.	Reformular
29	4,31	0,83	No tiene que ser jugar, se pueden llevar a cabo otras acciones.	Reformular

Ítems	Media	C.V.A.	Observaciones	Decisión
30	4,31	0,83	Sustituir "práctica deportiva" por simplemente "deporte". El deporte no solo son partidos, también incluye natación, hípica, atletismo, etc. Es de la misma naturaleza que el ítem 28 por lo que deberían estar juntas.	Reformular
31	4,47	0,87	Habría que contemplar la posibilidad de que no viva con los padres.	Reformular
32	4,36	0,84		Mantener igual
33	4,53	0,88	La expresión "orientan mis conversaciones" puede resultar compleja para el alumnado de primaria. Hay expresiones poco precisas: "cosas nuevas" y "que salen".	Reformular
34	3,89	0,72	Es una valoración complicada para un alumno de primaria, videojuegos son una cosa e internet otra.	Reformular
35	3,67	0,66	Sustituir "me preocupo en" por "me preocupo por". No se aprecia la pertinencia con el tema objeto de estudio.	Eliminar
36	4,13	0,78	Incluir la palabra "más" en la expresión "Doy prioridad a los MC"	Reformular
37	4,22	0,81	Faltaría matizar "para realizar trabajos en el colegio" pues su actitud puede cambiar según el objetivo por el cuál se consulta información.	Reformular
38	4,62	0,91	La palabra "fiable" puede ser difícil de entender por los menores.	Reformular
39	4,67	0,92	No debería hacer referencia a los MC en general y dividiría el ítem en dos, uno para casa y otro para la escuela.	Reformular
40	3,80	0,70	Está planteada para un adulto. Incluir "Considero que" al principio de la frase	Eliminar
41	4,27	0,82	Sustituir "comprarlas" por "comprarlos". Falta "aunque" después de la palabra comprarlos.	Reformular
42	4,56	0,89		Mantener igual
43	4,36	0,84	Para un alumno de primaria resulta algo compleja. Podría plantearse de la siguiente manera: "Cuando veo anunciados productos (como zapatillas o un móvil) quiero comprarlos aunque en realidad no me haga falta".	Reformular
44	4,31	0,83	Lo expresaría de otra manera más adecuada para el alumnado de primaria. Falta la "s" en "comprararlo" y una "n" en la palabra "haga".	Reformular
45	4,40	0,85	Lo expresaría de otra manera más adecuada para primaria eliminando "identificarme".	Reformular
46	4,22	0,81	Diferenciar de la pregunta 3 al ser similar.	Reformular

Atendiendo a las recomendaciones, se reformulan 37 de los ítems, se incluye un nuevo ítem (véase observación del ítem 3, en la tabla 4) y se eliminan los que obtienen las valoraciones más baja (ítems 35 y 40) por lo que el cuestionario piloto quedó conformado por un total de 60 ítems organizados en los siguientes bloques:

- Datos personales: formado por 5 ítems (1 de carácter dicotómico, 2 de carácter politómico y 2 de respuesta abierta).
- Disponibilidad de dispositivos y hábitos de consumo: compuesto por 9 ítems (1 de naturaleza dicotómica, 8 de naturaleza politómica de los cuales 5 son de opción de respuesta múltiple)
- Influencia de los medios de comunicación: 45 ítems de valoración escalar, fluctuando las opciones del 1 al 5 (1=Nada, 2=Poco, 3=Algo, 4=Bastante y 5=Mucho) asociando los valores a emoticonos.

b) Análisis de los datos recabados en la implementación piloto del cuestionario.

El estudio de consistencia interna dio un coeficiente de Alfa de Cronbach de 0,902 para el conjunto de ítems que forman el instrumento (N=45), de manera que se puede afirmar que el cuestionario presenta un índice muy alto de fiabilidad.

A su vez, analizado el comportamiento de cada uno de los elementos escalares los resultados evidencian unos coeficientes alfa por encima de 0,898, lo que indica que el instrumento goza de fiabilidad (véase tabla 5).

Tabla 5. Comportamiento de los ítems. Fuente: Elaboración propia.

Ítems	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
1	99,15	609,051	0,424	0,900
2	100,31	616,256	0,413	0,900
3	100,65	624,302	0,340	0,901
4	98,01	629,138	0,164	0,903
5	100,09	616,573	0,319	0,901
6	98,74	608,735	0,418	0,900
7	100,30	612,857	0,460	0,900
8	100,22	613,454	0,425	0,900
9	99,51	616,294	0,291	0,902
10	99,73	606,687	0,441	0,900
11	100,06	609,245	0,419	0,900
12	100,58	617,377	0,396	0,900
13	99,70	599,936	0,527	0,898
14	99,37	598,098	0,538	0,898
15	100,08	617,284	0,328	0,901
16	100,26	615,158	0,383	0,900
17	100,82	620,994	0,495	0,900
18	99,78	598,057	0,548	0,898

Ítems	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
19	100,09	608,780	0,459	0,899
20	99,81	610,387	0,387	0,900
21	100,67	625,512	0,290	0,901
22	99,27	609,152	0,390	0,900
23	99,62	611,624	0,426	0,900
24	100,06	608,362	0,446	0,900
25	100,20	606,923	0,488	0,899
26	99,48	597,955	0,523	0,898
27	98,56	617,739	0,319	0,901
28	99,39	598,324	0,538	0,898
29	100,52	625,923	0,251	0,902
30	100,29	613,669	0,414	0,900
31	100,33	617,512	0,358	0,901
32	99,87	633,836	0,057	0,905
33	99,70	606,232	0,441	0,900
34	98,66	610,967	0,378	0,900
35	100,48	616,674	0,420	0,900
36	100,36	613,026	0,456	0,900
37	100,09	618,706	0,306	0,901
38	99,09	627,081	0,157	0,903
39	99,04	616,379	0,288	0,902
40	100,40	613,712	0,495	0,899
41	100,24	616,213	0,382	0,900
42	99,95	609,421	0,425	0,900
43	99,89	608,772	0,458	0,899
44	99,51	602,664	0,459	0,899
45	100,60	614,167	0,432	0,900

Para la búsqueda de validez de contenido del instrumento, se realizó una prueba de discriminación de ítems, intentado establecer la existencia de diferencias significativas entre los valores medios de aquellos sujetos que puntúan bajo y los que puntúan alto (García, Gil y Rodríguez, 1995). Esta se llevó a cabo a través de la prueba de t de Student para muestras independientes que, tras distribuir a los elementos en tres grupos a partir de la suma total de los ítems (grupo bajo: valor mínimo a percentil 33 -48 a 90-; grupo medio: percentil 33 a percentil 66 -91 a 109- y grupo alto: percentil 67 a valor máximo -110 a 193). Los resultados indican que todos los elementos, menos el ítem 32 "Cuando uso en exceso dispositivos electrónicos los mayores me regañan porque no me relaciono con mis amigos", poseen un poder de discriminación aceptable, lo que presupone que el instrumento tiene indicios de validez (véase tabla 6).

Tabla 6. Poder de discriminación de los ítems. Fuente: Elaboración propia.

Ítems	Media bajo	Media alto	t	P	Discrimina
1	2,32	3,66	-6,053	0,000	Si
2	1,37	2,39	-5,367	0,000	Si
3	1,22	1,87	-4,126	0,000	Si
4	3,84	4,37	-2,645	0,009	Si
5	1,50	2,56	-4,577	0,000	Si
6	2,74	4,06	-6,071	0,000	Si
7	1,32	2,44	-6,104	0,000	Si
8	1,40	2,60	-6,036	0,000	Si
9	1,90	3,18	-5,155	0,000	Si
10	1,81	3,32	-6,430	0,000	Si
11	1,31	2,73	-6,697	0,000	Si
12	1,13	2,11	-5,282	0,000	Si
13	1,66	3,60	-9,054	0,000	Si
14	1,88	3,79	-8,975	0,000	Si
15	1,59	2,42	-3,786	0,000	Si
16	1,32	2,56	-6,262	0,000	Si
17	1,04	1,74	-4,851	0,000	Si
18	1,54	3,50	-9,197	0,000	Si
19	1,41	2,84	-6,738	0,000	Si
20	1,62	2,98	-6,306	0,000	Si
21	1,15	1,82	-4,159	0,000	Si
22	2,03	3,58	-7,011	0,000	Si
23	1,82	3,26	-7,830	0,000	Si
24	1,53	2,85	-6,010	0,000	Si
25	1,38	2,79	-6,312	0,000	Si
26	1,75	3,60	-7,965	0,000	Si
27	3,06	3,94	-3,999	0,000	Si
28	1,93	3,77	-8,249	0,000	Si
29	1,28	1,98	-3,972	0,000	Si
30	1,26	2,34	-5,559	0,000	Si
31	1,24	2,35	-6,008	0,000	Si
32	2,15	2,29	-0,569	0,570	No
33	1,82	3,31	-6,351	0,000	Si
34	2,90	4,19	-5,765	0,000	Si
35	1,15	2,23	-6,042	0,000	Si
36	1,35	2,48	-5,563	0,000	Si
37	1,65	2,45	-3,545	0,001	Si
38	2,60	3,44	-3,464	0,001	Si
39	2,50	3,61	-4,690	0,000	Si
40	1,25	2,45	-7,048	0,000	Si
41	1,37	2,48	-5,664	0,000	Si
42	1,62	2,87	-5,499	0,000	Si
43	1,57	2,92	-6,250	0,000	Si
44	2,03	3,58	-6,149	0,000	Si
45	1,04	2,13	-5,778	0,000	Si

Tras los análisis realizados, se perfiló el cuestionario con la eliminación de dos ítems correspondientes al bloque "Accesibilidad de dispositivos electrónicos y hábitos de consumo" y a "Influencia de los medios de comunicación". El primero sobre los tipos de dispositivos electrónicos que disponen en casa al entender que se responde con las alternativas de respuesta dada al preguntar el tiempo que se dedica a ellos y el segundo, el ítem 32 al no discriminar.

5. Conclusión

Los resultados obtenidos evidencian que el instrumento creado cumple con los criterios psicométricos de fiabilidad y validez, por lo que este puede ser implementado con el alumnado de la etapa de Educación Primaria, concretamente, para el segundo y el tercer ciclo, con posibilidad de hacerlo extensible en niveles superiores.

El cuestionario definitivo consta de 59 ítems organizados en 3 bloques: Datos personales (5 preguntas), Accesibilidad de dispositivos electrónicos y hábitos de consumo (9 preguntas) e Influencia de los medios de comunicación (44 preguntas).

El diseño del cuestionario para estudiar la incidencia de la competencia mediática en el proceso de madurez de los menores de la etapa de Educación Primaria, posibilita el obtener información sobre las opiniones del alumnado referentes a su capacidad para examinar las representaciones de la realidad y analizar, de manera crítica, los mensajes y los valores sociales que proporcionan los medios de comunicación.

El conocimiento de estas opiniones abre un abanico de posibilidades en torno a las circunstancias que rodean el proceso de desarrollo de la identidad personal de la persona y, con ello, permite establecer medidas educativas acordes a las necesidades de formación del alumnado, desde edades tempranas.

En definitiva, con el cambio social producido por el avance tecnológico se debe fomentar la educación en cuanto al consumo de medios de

comunicación, para obtener una ciudadanía reflexiva y crítica, que sea capaz de interpretar a realidad de los mensajes de los medios de comunicación de manera adecuada, favoreciendo su proceso de madurez personal.

Referencias bibliográficas

- AIKEN, L. R. (1980). Content validity and reliability of single items or questionnaires. *Educational and Psychological Measurement*, 40, 955-959. Recuperado de <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/001316448004000419>
- CABERO, J., y BARROSO, J. (2013). La utilización del juicio de experto para la evaluación de TIC: el coeficiente de competencia experta. *Bordón*, 65 (2), 25-38.
- DE MIGUEL, T., TOMÉ, S., VEIGA-CRESPO, P., FEIJOO-SIOTA, L., BLASCO, L., y VILLA, T. G. (2009). Aplicación de la técnica de aprendizaje cooperativo Puzzle de Aronson a las prácticas de Microbiología. *Edusfarm, revista d'educació superior en Farmàcia*, 5, 1-10. Recuperado de <http://www.publicacions.ub.es/revistes/edusfarm5/documentos/630.pdf>
- ESCURRA, L. M. (1988). Cuantificación de la validez de contenido por criterio de Jueces. *Revista de Psicología*, 6(1-2), 102-111. Recuperado de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/psicologia/article/view/4555/4534>
- FÉRRES, J. (2007). La competencia en comunicación audiovisual: dimensiones e indicadores. *Comunicar*, 29, 100-107. Recuperado de <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1348/b15282272.pdf?sequence=1>
- FERRÉS, J. (coord.). (2011). *Competencia Mediática. Investigación sobre el grado de competencia de la ciudadanía en España*. Ministerio de Educación, Madrid.
- GARCÍA, E., GIL, J., y RODRÍGUEZ, G. (2000). *Análisis Factorial*. Madrid: La Muralla.

- GARCÍA, M. C., y DEL HOYO, M. (2013). Redes sociales, un medio para la movilización juvenil. *Zer, Revista de Estudios de Comunicación*, 18(34), 11-125. Recuperado de <http://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/10649>
- GARCÍA, R. (2013). Educación mediática en la sociedad actual. *EDMETIC. Revista de Educación Mediática y TIC*, 2(2), 3-7. doi: <https://dx.doi.org/10.21071/edmetic.v2i2.2875>
- GARCÍA-RUÍZ, R., DUARTE, A., y GUERRA, S. (2014). Propuesta de un instrumento de evaluación para medir el grado de competencia mediática en la etapa de Educación Infantil. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 44, 81-96. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36829340006>
- GONZÁLEZ, I., MARÍN, V., y MARTÍN, M. A. (2015). El significado de la Universidad desde la mirada del alumnado. Indicadores para su evaluación. *Revista Aula de Encuentro*, 2(17), 33-58. Recuperado de <http://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/ADE/article/view/2657>
- GONZÁLEZ, E., MARTÍNEZ, M. L. y ZACARÉS, J. F. (2015). La técnica Puzzle de Aronson en la enseñanza-aprendizaje de la geometría, 187-192. En N. Ibarra (coord.). *Investigación e innovación en Educación Superior*. Valencia: Publicaciones de la Universitat de Valencia.
- LAZO, C. M., y GABELAS, J. A. (2013). Investigación sobre el grado de competencia mediática de los ciudadanos aragoneses. *Ámbitos, Revista Internacional de Comunicación*, 22, 121-130. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/168/16832253013/>
- MARÍN, V. (2012). De la educación en los medios a la competencia mediática, un salto para la humanidad [editorial]. *EDMETIC, Revista de Educación Mediática y TIC*, 2(2), 1-2. Recuperado de http://helvia.uco.es/xmlui/bitstream/handle/10396/11654/Edmetic_vol_2_n_2_1.pdf?sequence=1
- MARTÍNEZ, J., y GÓMEZ, F. (2010) La técnica puzzle de Aronson: descripción y desarrollo. En Arnaiz, P., Hurtado, M. D. y Soto, F. J. (coords.) *25 Años de Integración Escolar en España: Tecnología e Inclusión en el ámbito*

- educativo, laboral y comunitario. Murcia: Consejería de Educación, Formación y Empleo.
- MATEO, J. (2012). La investigación ex post-facto, En R. Bisquerra (coord.). *Metodología de investigación educativa* (pp. 195-229). Madrid: La Muralla.
- PENFIELD, R. D., y GIACOBBI, P. R. (2004). Applying a score confidence interval to Aiken's item content- relevance index. *Measurement in Physical Education and Exercise Science*, 8(4), 213-225.
- PINDADO, J. (2006). Los medios de comunicación y la construcción de la identidad adolescente. *Zer, Revista de Estudios de comunicación*, 21, 11-22. Recuperado de <http://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/3712/3342>
- SAÉZ-LÓPEZ, J. M., y GARCÍA-GONZÁLEZ, J. L. (2013). Estrategias para desarrollar la educación mediática en primaria: propuesta de actuación. *EDMETIC, Revista de Educación Mediática y TIC*, 2(2), 130-145. doi: <https://doi.org/10.21071/edmetic.v2i1.2874>
- TRAVER-MARTÍ, J., y GARCÍA-LÓPEZ, R. (2007). Construcción de un cuestionario-escala sobre actitud del profesorado frente a la innovación educativa mediante técnicas de trabajo cooperativo (CAPIC). *Revista electrónica de investigación educativa*, 9(1), 1-14. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1607-40412007000100002&lng=es&tlng=es.

Cómo citar este artículo:

Reche Urbano, Eloísa, Quintero Ordoñez, Belén y Vilches Vilela, M^a Josefa (2017). Influencia mediática en la vida de los menores. Proceso de construcción y validación de un instrumento. *EDMETIC, Revista de Educación Mediática y TIC*, 6(2), 359-381. doi: <https://doi.org/10.21071/edmetic.v6i2.6939>

Anexo 1

Ítems de carácter escalar del cuestionario.

1. Los medios de comunicación (MC a partir de ahora) influyen en mi vida cotidiana (en lo que digo y cómo lo digo).
2. Prefiero relacionarme con mis compañeros a través de los MC (Instagram, WhatsApp...) más que en persona.
3. Repito el comportamiento que oigo o veo en los MC (hablar a gritos, no respetar el turno de palabra, etc.).
4. Repito el comportamiento que oigo o veo en los MC (dar las gracias, ayudar a los compañeros, etc.).
5. Cambio mi manera de hablar o mis gestos para parecerme a algún personaje famoso.
6. En mi vida diaria utilizo expresiones que he oído en televisión, radio, etc. (ejemplo: "claro que sí, guapi").
7. Publico en los MC (WhatsApp, Instagram, etc.) aquello que hago en el día.
8. Discuto con los mayores cuando me llevan la contraria sobre lo que oigo o veo en los MC (radio, televisión, etc.).
9. Los MC (WhatsApp, Blog, Plataforma educativa) favorecen positivamente la forma de relacionarme con mis profesores.
10. A través de los MC, hablo con las personas mayores igual que con mis amigos (vocabulario en WhatsApp, etc.).
11. Al conocer a una persona, veo si va a la moda que hay en los MC (tatuajes, corte de pelo, tipo de ropa, etc.).
12. Me gustan los famosos aunque utilicen la violencia para relacionarse con los demás (gritan, insultan, etc.).
13. Considero que es necesario pertenecer a un grupo (WhatsApp, Instagram, etc.) para relacionarme con los demás.
14. Los MC me ayudan en la relación con mis amigos (llevarme mejor, ser más divertido, etc.).
15. En ocasiones, las conversaciones que he mantenido en los MC han generado algún conflicto (malentendidos, etc.).
16. Intento imitar la forma de actuar de las personas famosas cuando estoy con mis compañeros.
17. Para relacionarme con otros compañeros me fijo en si se visten como los personajes de los MC.
18. Es importante la opinión que mis compañeros tienen de mí en los MC.
19. A veces imito lo que oigo o veo en los MC (televisión, YouTube, radio, etc.) para hacer amigos.
20. Me siento mal que mis compañeros no me incluyan en los grupos de los MC (WhatsApp, Skype, Instagram, etc.).
21. El comportarme como los famosos que me gustan me ha generado problemas en alguna ocasión.
22. Me gusta saber de lo que ocurre en la calle a través de los MC.
23. Me compro lo que oigo o veo en los anuncios de los MC (radio, televisión, cine, etc.).
24. Me influyen los anuncios publicitarios en la imagen que tengo de mí y, por ello, cambio mis hábitos (hago deporte, etc.).
25. Los anuncios publicitarios de los MC influyen en mi alimentación (bollería, bebidas, hamburguesa, etc.).
26. El estilo de los personajes famosos me influyen en las cosas que me gustan (zapatillas de CR7, peinados, mochila, etc.).
27. Me gustan los temas que veo en los MC (radio, programas y series).
28. En ocasiones, me acuesto tarde para ver mis series y programas favoritos.
29. Prefiero ver la televisión a practicar deporte (montar en bici, jugar al fútbol, patinar, etc.).
30. En mi tiempo libre prefiero dedicarme al uso de dispositivos (videojuegos) que a jugar con mis amigos.
31. Cuando hay algo interesante en la televisión, suelo quedarme en casa viéndolo antes que salir con mis amigos.
32. Consulto constantemente mis redes sociales (WhatsApp, Skype, Instagram, etc.).
33. Me gusta hablar con los demás de lo que oigo o veo nuevo en los MC (música, películas, libros, videojuegos, etc.).
34. El uso que hago de los MC influye en mis notas del colegio.
35. Doy prioridad a los MC (videojuegos, redes sociales o Internet) que a estudiar.
36. Cuando consulto información en Internet (para hacer las tareas o estudiar) utilizo lo primero que encuentro.
37. Hago uso de los MC (edición digital de libros, WhatsApp, Skype, blog, plataforma educativa) para aprender.
38. Utilizo los MC para la búsqueda de información (en casa y en el colegio).
39. Me creo todo lo que publican y dicen en los medios de comunicación.
40. Mi opinión sobre ciertos productos cambia si la publicidad en los MC no me gusta.
41. Cuando veo anunciados productos (como zapatillas o un móvil) quiero comprarlos aunque no me hacen falta.
42. Lo que he visto u oído en los MC han cambiado mi opinión sobre algún tema (YouTube, radio, televisión, etc.).
43. Me gusta opinar como lo hacen los personajes famosos (deportistas, cantantes, etc.).
44. Actué de forma violenta tras ver determinados contenidos a través de los MC (ordenador, televisión,

móvil, juegos, etc.).
