



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA

“Construcción de la escala de actitudes hacia los realities juveniles de competencia en estudiantes de tercero a quinto de secundaria de tres Instituciones Educativas-Puente Piedra. Lima, 2018”

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN PSICOLOGÍA**

AUTORA:

ANGULO SALAZAR, Fanny Janeli

ASESORES:

Mg. OLIVAS UGARTE, Lincol Orlando

Dr. DE LA CRUZ VALDIVIANO, Carlos Bacilio

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

PSICOMÉTRICA

Lima - Perú

2018

PÁGINA DEL JURADO

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	---------------------------------------	---

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don
 (a) ANGULO SALAZAR, Fanny Janeli
 cuyo título es: Construcción de la escala de actitudes hacia las realidades juveniles de competencia en estudiantes de Tercero a quinto de secundaria de tres Instituciones Educativas- Puente Piedra, Lima, 2018

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 17 (número)
diecisiete (letras).

Lima Norte, 19 de febrero del 2019



.....
 PRESIDENTE
 Dr. Candela Ayllón, Víctor Eduardo



.....
 SECRETARIO
 Dr. De La Cruz Valdiviano,
 Carlos Bacilio


 VOCAL

Mg. Manrique Tapia, César Raúl



Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

Dedicatoria

Esta tesis va dedicado con mucho cariño, amor y aprecio a mi familia y las personas quienes siempre estuvieron apoyándome, en especial a mis padres Eriberto y Milania ya que con su apoyo incondicional y sus palabras de aliento que expresaron en cada momento, en los cuales me sentía mal, me reconfortaron para seguir adelante, a mis hermanos Nancy y Theddy y Natalia que está en el cielo guiándome y cuidándome desde allí, y mis amigos y compañeros gracias a todos ellos por brindarme sus sabios consejos.

Agradecimientos

A Dios, mi padre celestial, quien siempre me dio la fortaleza divina para continuar luchando por mis metas en la vida.

A mis padres los cuales me brindaron su apoyo en cada momento, que necesitaba de ellos y el esfuerzo que hicieron para que estudie en Lima.

A los docentes de la Universidad César Vallejo, mi alma mater, que durante mis años de estudio siempre compartieron sus sabidurías y me encaminaron a ser una mejor profesional cada día.

A mis asesores, por su tiempo y dedicación para compartir sus sabios conocimientos científicos.

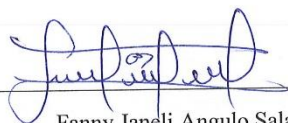
Declaratoria de autenticidad

Yo, Fanny Janeli Angulo Salazar, con DNI: 47945425, estudiante de la Escuela de Psicología de la Universidad César Vallejo, con la tesis titulada “Construcción de la escala de actitudes hacia los realities juveniles de competencia en estudiantes de tercero a quinto de secundaria de tres Instituciones Educativas-Puente Piedra. Lima, 2018”, declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido autoplagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Lima, 19 de Febrero del 2019



Fanny Janeli Angulo Salazar

DNI 47945425

Presentación

Señores miembros del jurado calificador:

Dando cumplimiento a las normas del Reglamento de Grados y Títulos para la elaboración y la sustentación de la Tesis de la Escuela Académica Profesional de Psicología de la Universidad “César Vallejo”, para optar el título Profesional de Licenciado en Psicología, presento la tesis titulada: “Construcción de la escala de actitudes hacia los realities juveniles de competencia en estudiantes de tercero a quinto de secundaria de tres Instituciones Educativas-Puente Piedra. Lima, 2018”. La investigación tiene la finalidad de construir la escala de actitudes hacia los realities para estudiantes de tercero a quinto de secundaria.

El documento consta de siete capítulos: el primer capítulo denominado introducción, en la cual se describen los antecedentes, el marco teórico de la variable, la justificación, la realidad problemática, la formulación del problema y la determinación de los objetivos. El segundo capítulo denominado marco metodológico, el cual comprende la operacionalización de la variable, la metodología, tipo de estudio, diseño de investigación, la población, muestra y muestreo, las técnicas e instrumentos de recolección de datos y los métodos de análisis de datos. En el tercer capítulo se encuentran los resultados, el cuarto capítulo la discusión, en el quinto capítulo las conclusiones, en el sexto capítulo las recomendaciones, en el séptimo capítulo las referencias bibliográficas y por último los anexos.

Espero, señores miembros del jurado, que esta investigación se ajuste a las exigencias establecidas por la universidad y merezca su aprobación.

Fanny Janeli Angulo Salazar

Índice	Pág.
CARÁTURA	i
Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimientos	iv
Declaración de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Realidad problemática	1
1.2. Trabajos previos	3
1.3. Teorías relacionadas al tema	8
1.4. Formulación del problema	18
1.5. Justificación del estudio	18
1.6. Objetivos	19
II. MÉTODO	21
2.1. Diseño de la investigación	21
2.2. Variables, operacionalización	21
2.3. Población y muestra	22
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	26
2.5. Métodos de análisis de datos	27
2.6. Aspectos éticos	28
2.7. Aspectos Bioéticos	29
III. RESULTADOS	30
IV. DISCUSIÓN	37
V. CONCLUSIONES	41
VI. RECOMENDACIONES	42
VII. REFERENCIAS	43

ANEXOS	49
Anexo 01: Matriz de Consistencia	49
Anexo 02: Instrumento: Escala de actitudes hacia los realities (Versión original)	51
Anexo 03: Instrumento corregido por el presente estudio	52
Anexo 04: Cartas de presentación	53
Anexo 05: Consentimiento Informado	56
Anexo 06: Estudio Piloto	57
Anexo 07: Lista de Criterios de jueces	61
Anexo 08: Manual de la Escala de actitudes hacia los realities.	71
Anexo 09: Acta de aprobación de originalidad	86
Anexo 10: Print de pantalla del turnitin	87
Anexo 11: Autorización para la publicación de tesis en el repositorio institucional	88
UCV	
Anexo 12: Formulario de autorización para la publicación electrónica de la tesis	89
Anexo 13: Autorización de la investigación final del trabajp de investigación	90

Índice de tablas		Pág.
Tabla 1	Distribución de la población general	23
Tabla 2	Distribución de la muestra en estratos	25
Tabla 3	Evidencias de validez de contenido	30
Tabla 4	Análisis descriptivo de los ítems del estudio final	31
Tabla 5	Análisis factorial confirmatorio del estudio final	32
Tabla 6	Análisis de confiabilidad por consistencia interna del estudio final	34
Tabla 7	Prueba de normalidad del estudio final	34
Tabla 8	Prueba de comparación de medias según sexo	35
Tabla 9	Rangos promedios de la actitud hacia los realities y sus dimensiones en hombres y mujeres	35
Tabla 10	Percentiles de la Escala de actitudes hacia los realities	36

Índice de figuras

Pág.

Figura 1	Modelo de tres factores de la Escala de actitudes hacia los realities juveniles de competencia del estudio final	33
Figura 2	Modelo de tres factores de la Escala de actitudes hacia los realities juveniles de competencia del estudio preliminar	59

RESUMEN

El presente estudio de diseño instrumental se realizó con el propósito de construir la escala de actitudes hacia los realities juveniles de competencia en estudiantes de tercero a quinto de secundaria de tres instituciones educativas-Puente Piedra. Lima, 2018. Participaron 830 estudiantes, 340 varones y 490 mujeres, a quienes se les administro el instrumento construido. La validez de contenido se pudo evidenciar mediante el criterio de 10 jueces y el coeficiente V de Aiken. Los resultados del análisis descriptivo demostraron que de los doce ítems, solo 10 presentan adecuados índices de homogeneidad, comunalidad, discriminación, etc. En cuanto a la validez de constructo se efectuó mediante el análisis factorial confirmatorio, en la cual se obtuvo un CFI=.954, RMRS=.039, RMSEA= .050 y CMD/df= 3.103. La confiabilidad interna se halló mediante dos técnicas el Alfa de Cronbach (.70) y el Coeficiente Omega (.80). Se elaboraron normas de interpretación basadas en percentiles para la aplicación de la escala en la población de estudio, así mismo se crearon baremos generales. Finalmente, se creó el manual del instrumento.

Palabras clave: realities juveniles de competencia, validez, confiabilidad, estudiantes de secundaria

ABSTRACT

The present study of instrumental design was carried out with the purpose of constructing the scale of attitudes towards the juvenile realities of competence in students of third to fifth of secondary of three educational institutions-Puente Piedra. Lima, 2018. 830 students participated, 340 males and 490 females, to whom the constructed instrument was administered. The content validity could be evidenced by the criterion of 10 judges and the V coefficient of Aiken. The results of the descriptive analysis showed that of the twelve items, only 10 have adequate indexes of homogeneity, commonality, discrimination, etc. Regarding the validity of the construct, it was carried out by confirmatory factor analysis, in which a CFI = .954, RMRS = .039, RMSEA = .050 and CMD / df = 3.103 were obtained. Internal reliability was found using two techniques, Cronbach's Alpha (.70) and Omega Coefficient (.80). Interpretation norms based on percentiles were developed for the application of the scale in the study population, and general scales were created. Finally, the instrument manual was created.

Keywords: juvenile realities of competence, validity, reliability, secondary students

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

En la actualidad la televisión es un medio de comunicación que forma parte de la estructura de un hogar, el cual está expuesto primordialmente a niños y adolescentes ya que tienen, mayor tiempo libre para tener contacto con este medio, y no tanto a los padres ya que están sumergidos en su ámbito laboral. La televisión no distingue clase social, pues lo puede poseer tanto familias de nivel socioeconómico alto como del bajo; así lo demostró Gutiérrez y Del Barrio (2015) el cual realizó una investigación con 2371 adolescentes en España, el cual indicó que un 89,54 % (1228 sujetos) manifiesta tener dos o más televisores en casa, pertenecientes a un nivel socioeconómico alto; asimismo tan solo 0,17 % siendo 4 encuestados expresan no tener ninguna televisión, los cuales presentan un nivel socioeconómico bajo, demostrando que existe mayor consumo televisivo en los adolescentes, en donde, los niños a medida que crecen exigen más a sus padres obtener un televisor en sus dormitorios; expresa además que existe adolescentes que ven televisión más de siete horas, todas la semana siendo este 9.78% (232 sujetos).

Existe diversos programas de preferencia del televidente, pues las personas buscamos el entretenimiento, la diversión, estar actualizado en la moda de las emisiones televisivas; tal como en la actualidad uno de los tipos de programas con más audiencia son los *realities*, los cuales son una tendencia en nuestro país, teniendo como fans a niños, adolescentes, e incluso a adultos quienes siguen día a día cada historia. Sin embargo, muchos de los programas presentan contenido que vulneran: el derecho a la intimidad o al honor, los del público infantil y juvenil a una protección eficaz de su sensibilidad; pues los creadores de estas transmisiones llegan a mostrar contenido falso y hasta la manipulación si es preciso (Barrera, 1994).

Ipsos Apoyo Opinión y Mercado (2007) señala que, en el Perú, en promedio las personas de 12 a 70 años son mayormente consumidores de la televisión los cuales ven alrededor de tres horas diarias de televisión; siendo los bloques televisivos de 8:00 a 10:00 pm y de 10:00 a 12:00 pm en los que se acostumbra ver más televisión; observándose un incremento de sintonía los días de semana frente a los fines de semana.

La plataforma televisiva se ha vuelto un instrumento el cual nos brinda información actual, noticias y entretenimiento, lo que hace que el adolescente este más al contacto con dicho medio, para enriquecerse con todo lo que le ofrece; muchos de ellos dejan de lado sus actividades primordiales, creando un uso excesivo o sobreconsumo de televisión en estas edades, las cuales se relaciona con diversos efectos negativos para la educación, la salud, las relaciones interpersonales en el entorno familiar y social de los niños y adolescentes; el mal uso, contribuye a la reducción del tiempo dedicado a la lectura, realización de trabajos escolares, afectando así el rendimiento escolar, la comunicación familiar, las relaciones interpersonales, el desarrollo de sus habilidades sociales y su desenvolvimiento como niño/o adolescente (González, Rodiño, Gorís & Carballo , 2008). Para el adolescente juega un papel importante los medios de comunicación ya que componen recursos simbólicos con las cuales los adolescentes empiezan a crear su propia identidad, comparando y contrarrestando el mundo de la televisión con su propio mundo social (Vallejos & Lara, 2017).

El Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV, 2015) en su estudio determinó que los programas de *reality Esto es Guerra* tiene como televidentes a adolescentes y niños los cual revela que es el programa más visto con un 50% y seguido de Combate con un 29%; Asimismo manifiestan que la decana del colegio de psicólogos del Perú pidió que saquen del aire a dichos programas y a *Amor, Amor, Amor* ya que infringen el horario familiar y normalizan la violencia al trasmitirla como algo superficial y cotidiano. El realismo en las transmisiones de los *realities* incrementa de manera trágica, las escenas de agresión, el pensamiento de que el mundo es un lugar peligroso, así como la desensibilización, principalmente en adolescentes. Por lo cual es probable que los niños y adolescentes que ven estos programas se vean más afectados en su comportamiento que aquellos niños y adolescentes que no los perciben (Sandoval, 2006).

Posterior al estudio anterior CONCORTV (2016) realizó una investigación a 9 148 niños y adolescentes sobre el uso televisivo y radial en niñas, niños y adolescentes, donde se encontró que el 98.8 % ven televisión y el 93.6% escucha radio, demostrando que presentan un gran fanatismo a personajes de *realities* de competencia (14.8%) y queriendo ser como ellos (52.8%). Existiendo a su vez programas que presentan un lenguaje grosero y vulgar son las películas (41.6%),

programas de espectáculos (35.6%), *realities* de competencia (34.2%) y las telenovelas (32.6%); índice de percepción de violencia en los programas son películas (44.8%), telenovelas y finalmente en contenido sexual son las películas (30.2%) y telenovelas (33.4%).

En nuestro país no existe pruebas conocidas que midan la actitud hacia los *realities*, pues muchos autores que investigan sobre este tema crean sus propios instrumentos, como cuestionarios y encuestas, pero muchos de ellos no cuentan con la información acerca de la validez y la confiabilidad, como la encuesta que uso de Condemaita (2017), Liberio (2015); el Cuestionario de encuesta de Díaz (2015), la cual no presenta, información sobre confiabilidad de dicho instrumento, lo que hace que el estudio de la variable pueda ser beneficioso para esta investigación el cual tiene como objetivo crear una escala que cuente con validez y confiabilidad.

1.2. Trabajos previos

A nivel internacional

Condemaita (2017) realizó un estudio en cual analizaron los programas de *reality Calle 7* y *Doble tentación* y su influencia en la conducta de los escolares de Ecuador; la población con la cual conto fueron de 128 personas de las cuales 85 eran estudiantes, 40 padres de familia y 3 maestros, dicha cantidad fue la misma para la muestra final; el instrumento que utilizaron fueron la encuesta y entrevista (aplicada a docentes), dicho autor no expresa dentro de su investigación datos acerca de la validez y confiabilidad de los instrumentos que utilizaron. Los resultados que se obtuvo fueron que de los 85 estudiantes prefieren ver *reality* un 33%, 19% series o películas, 14% deportes, 11% novelas, 9% musicales, 8% noticieros y el 6% documentales. Por otro lado el 69% de los estudiantes demuestra interés por los *realities*, 20% no demuestra interés y el 11% a veces demuestra interés por este tipo de programas; en lo referente a que proyectan estos programas el 51% manifiesta que proporciona entretenimiento, 23% señala que son programas violentos, 13% son programas culturales y el 13% son programas que proporcionan temas sexuales; 57% menciona que siempre imitan a los personajes, 25% señala que a veces imita y el 18% no imita a estos personajes. En conclusión, estos programas tienen gran cantidad de audiencia y la mayoría de ellos

son los jóvenes quienes siguen día a día, lo que sucede, para el adolescente es necesario tener un modelo a seguir, por lo cual tienden a imitar a estos personajes.

Caice y Ordoñez (2016) investigaron sobre el impacto que tiene el programa *Calle7* y *Combate* en adolescentes; esta indagación conto con una población de 200 estudiantes los cuales tenían entre 12 a 16 años; para esta investigación utilizaron la encuesta de 17 ítems como instrumento de medición, la cual fue creada por los propios autores, para esta prueba los autores no indican datos sobre la validez y confiabilidad; los resultados obtenidos fueron que de los 200 estudiantes el 94% piensa que los *realities* son entretenidos y el 6% piensan que son aburridos; se encontró también que el 55% de los encuestados se sienten identificados e imitan a los personajes y el 45% no se sienten identificados y no los imitan; se encontró que para el 52 % los *realities* no le incentivan a nada, mientras que el 29% los incentivan a ser famosos, y el 19% a estudiar; y por último que para el 55% en algunas ocasiones su comportamientos es influenciado por los *realities*, el 26% muy poco, al 12% no les influye en nada y el 7% es siempre influenciado. Se puede concluir que los adolescentes, quieren ser como los personajes para obtener fama, muchos de ellos imitan la actitud de estos participantes.

Liberio (2015) perpetró una investigación cuyo propósito fue comprobar la influencia de la televisión ecuatoriana en la imposición de estereotipos sociales a los jóvenes, mediante personajes famosos de los programas *reality show*; dicha investigación conto con una población de 3.113.725 ciudadanos de Guayaquil, pero con una muestra de 4,972 estudiantes; utilizo un cuestionario como instrumento de medición, no evidencian datos de la validez y confiabilidad de dicho instrumento. Obteniendo como resultado que para el 85% están convencidos que la televisión ecuatoriana es formadora de estereotipos y para el 15% no lo es. La edad que perjudica creando estereotipos, según los encuestados son un 78% a los jóvenes ya que tienen un antecedente marcado de estereotipo, un 22% menores de edad ya que absorben conductas que observan a su alrededor. La conclusión de esta investigación es que tanto los niños como los jóvenes son sensibles a la influencia y la creación de estereotipos que afecten su desarrollo emocional y social.

Mena (2015) estudió las estrategias comunicativas, en donde buscaba promover la práctica de valores en los *realities show*, para que los jóvenes tengan una formación

completa en Guayaquil; la población con la cual estuvo constituido fue por 324 entre jóvenes, personajes y directores de los *realities*; pero su muestra final fue de 179 (jóvenes, personajes y directores de los *realities*); se utilizó como instrumento encuestas dirigidas a los Jóvenes (7 ítems), Productores (9 ítems); los cuales el autor dentro de su investigación no expresa los datos encontrados sobre validez confiabilidad de dichas encuestas; los resultados obtenidos fueron que para el 50% están muy de acuerdo que la ideología que presenta los *realities show* son un enemigo de la formación de los valores en los jóvenes, para el 20% están de acuerdo, 17% se muestra indiferente y el 13% está en desacuerdo; por otro lado el 90% está de acuerdo que es importante que diferenciamos la realidad de la ficción que se presenta en los *realities show* y el 10% está en desacuerdo. Existe una carencia de práctica de valores dentro de los programas, a su vez los *realities* son de fácil comercialización ya que a la audiencia le gustan los conflictos sociales.

Faicán y Hernández (2014) realizaron una investigación la cual tuvo como propósito detectar la influencia de los *reality show* *Combate*, *Calle 7* y *BLN la competencia*, en el comportamiento de los adolescentes en Guayaquil; dicha investigación conto con una población de 325 adolescentes de tres colegios, pero su muestra final fue de 246 adolescentes. Para el desarrollo de esta investigación los autores utilizaron la encuesta y la entrevista como instrumentos, los cuales no presentan datos sobre la validez ni confiabilidad en dicho estudio. Los resultados obtenidos que le 58% de los adolescentes miran *Combate*, 16% *Calle 7*, 12% *BLN la competencia*, y un 14% no miran estos programas; asimismo 30% refleja que ve peleas en este tipo de programas, 12% maldad, 11% morbo, 38% drama, 9% vulgaridad; a su vez el 65% de los estudiantes se sienten identificados con los participantes, 19% se sienten medianamente identificados y el 16% no se sienten identificados; presentan también datos sobre imitación en un 52% de los adolescentes imitan a los personajes, el 31% imitan en poca intensidad y el 17% no imitan a dichos personajes. Lo que se puede obtener de estos resultados es que para los adolescentes están presentes de que son programas que presentan un mal contenido, pero aun así terminan teniendo como modelo a los personajes.

A nivel nacional

Ríos y Ríos (2016) ejecutaron una investigación que buscaba estudiar la relación entre programas televisivos y los niveles de agresividad en estudiantes de secundaria en Iquitos. Tuvo como población 74 alumnos, los cuales formaron parte también de la muestra para dicha investigación, para la investigación utilizó dos cuestionarios: Cuestionario de preguntas sobre los programas Televisivos que consta de 12 ítems y el Cuestionario de preguntas para el nivel de agresividad que consta de 20 ítems, ambos cuestionarios fueron creados por el mismo autor y fueron validados mediante juicios de 3 expertos con más de 10 años de experiencias, obtuvo la confiabilidad de estos dos instrumentos mediante el Alfa de Cronbach cuyo puntaje del primer cuestionario fue de 0.862 y para el segundo cuestionario fue de 0.867. Obteniendo como resultados de la investigación que un mayor porcentaje de estudiantes presentan un alto nivel de exposición a programas televisivos 54.0%, 32.4%, presentó un nivel medio y el 13.5% presentó un nivel bajo, entorno a nivel de agresividad el 46.0% presenta un nivel alto de riesgo a conducta agresiva, 29.7% nivel de conducta agresiva y el 24.3% presentó un nivel de no agresividad en el aula. Concluyendo así que la relación entre los programas de televisión y los niveles de agresividad es significativa.

Rojas (2015) logró investigar la relación entre el contenido del programa Esto es Guerra y el comportamiento estereotipado en Ventanilla, utilizando una población de 42 alumnos de entre 9 a 11 años, debido a que la población es pequeña se trabajó con toda la población como muestra. Aplicó un Test creado para medir dicha variable, el cual consta de 13 ítems, contando con alternativas planeadas para su elección, dicho test fue validado mediante criterio de jueces, el cual no explica la cantidad que obtuvo, evidenciando así datos incompletos acerca de la validez, por otro lado, la confiabilidad se logró mediante el alfa de cronbach cuyo valor fue de 0.707. Se obtuvo como resultado que 38,10% de los alumnos respondieron que el contenido del programa es bueno, y el 37,5% de los alumnos respondieron que presentan comportamientos estereotipados moderado, verificando así el objetivo de estudio, y mostrando la relación de los programas con el comportamiento y la imagen que quieren proyectar.

Díaz (2015) efectuó una investigación en la cual buscó determinar la relación que entre el contenido de Reality Show Bienvenida la tarde y el nivel de aceptación en los estudiantes de secundaria en el distrito de San Miguel. La investigación se realizó con

una población de 100 alumnos con edades de entre 15 a 17 años, de las cuales se utilizó como muestra a 80 alumnos. Asimismo manejó como instrumento un cuestionario de encuesta creada por el autor, que consta de 20 ítems, el cual fue validado a través del Coeficiente de V de Aiken la cual mide la efectividad del cuestionario donde obtuvo el 90% de validez, además carece de información sobre su confiabilidad ya que no explica si realizó algún método para hallarlo haciendo que la prueba no sea efectiva para una posible investigación futura. Arrojando como resultado: el 100% de los estudiantes el 17.6% casi nunca ven el programa y el 82.5% ve a menudo el programa, y en términos de niveles de imitación, sean relativamente altos con un total de 43.8%, el 23.8% manifiesta mantenerse en un término medio y el 32.6% afirma no pretender ser como cualquiera de los participantes. Por consiguiente se puede decir que la aceptación de los programas con contenido: juegos educativos y físicos, romances, vestuario pequeño y enfrentamientos verbales, es moderada, por lo que la gran mayoría de estudiantes desearía ser como ellos.

Cortez y Ticse (2014) investigó la relación que existe entre los programas televisivos de concurso y el comportamiento de los estudiantes de Cajamarquilla, utilizando una encuesta creada por los autores que consta de 29 ítems las cuales fueron aplicadas dentro de una población de 160 y una muestra de 114 personas entre docente y padres de familia utilizaron como instrumento una Guía de preguntas creada por los autores, la cual consistía de 29 ítems, utilizando la escala Likert de calificación, con respuestas como: Siempre, casi siempre, a veces, casi nunca y nunca, presentando una confiabilidad de 0.889 mediante el alfa de Cronbach, y obteniendo 85% de validez mediante juicios de expertos. Dando como resultados que la emisión televisiva de concurso tienen relación directa con el comportamiento de los colegas, indicando así que 68,4% dichos programas intervienen inadecuadamente en establecer buenas relaciones con sus compañeros de clases, mientras que el 20,1% piensas que no influyen los programas.

Del Villar y Robles (2014) ejecutaron una investigación donde estudiaron la relación de los programas televisivos y las capacidades comunicativas de los estudiantes de secundaria en el distrito de Santiago de Surco, utilizando dos instrumentos creados por las autoras: La Escala de percepción de los programas televisivos, la cual consta de 20 ítems, teniendo un nivel de confiabilidad de 0,762; y la Escala de medición de

capacidades comunicativas, la cual consta de 20 ítems, teniendo un de confiabilidad de 0,786, para ambas escalas, los autores no indican información sobre la validez. Para ambas pruebas se utilizó la escala Likert de calificación, con respuestas como: Siempre, casi siempre, casi nunca y nunca, se obtuvo la validez mediante juicio de expertos. Dicha investigación fue realizada en una población de 470 estudiantes y teniendo como muestra a 225 estudiantes del segundo grado de secundaria dando como resultados: que para los estudiantes que los programas de televisión no son importantes, presentan 12,40% de capacidad de comunicación la cual es deficiente y solo el 3,60% bueno. Los estudiantes que piensan que los programas de televisión son pocos importantes presentan 15,10% de capacidad de comunicación deficiente, 60,40% bueno y 0,90% eficiente. Los que indican que los programas son muy importantes el 0,40% presentan una capacidad comunicativa deficiente el 5,80% bueno y el 1,30% eficiente. Llegando a la conclusión que los programas con un vocabulario deformado afectan el lenguaje oral, de diferente manera entre la zona urbana y la zona urbana marginal.

León y Malca (2014) investigaron la influencia de los reality shows Combate y Esto es Guerra en el comportamiento de los estudiantes de secundaria en Trujillo, donde trabajo en una población de 628 alumnos del nivel secundario, de los cuales 342 alumnos formaron parte de la muestra final, utilizaron como instrumento una Guía de preguntas creada por los autores, la cual consistía de 24 ítems, utilizando la escala Likert de calificación, con respuestas como: Siempre, casi siempre, casi nunca y nunca, presentando una confiabilidad de 0.708 mediante el alfa de Cronbach, igualmente realizaron la validez constructo, obteniendo como resultado que el programa presentan una influencia negativa en un 72% y en un 28% presenta una influencia positiva, lo que nos indica que dichos programas no son buenos para la instrucción y la formación de los niños y adolescentes.

1.3. Teorías relacionadas al tema

Realities

Al hablar de realities se puede hacer alusión a múltiples programas que visualizamos hoy en día, los cuales son muy aclamados y populares por todo tipo de público, en especial niños y adolescentes. Para Anguiano (2009, p.6) los realities son:

Programas que hacen espectáculo de la realidad, de uno o un grupo de personas, presentando aspectos íntimos de su vida, llevando a cabo intercambio de opiniones, siendo esto situaciones de una realidad televisada, la cual puede estar basada en hechos reales o ficticios.

Tipos de Realities: *Realitys* musicales: los cuales son programas en las cuales las personas demuestran su talento en el canto, creando así artistas, que representen un fenómeno musical; *Reality games*: son juegos con contenido de deporte entre grupos, en la cual buscan ganar un premio en la final; *Dating shows*: se caracterizan por unir personas solteras, las cuales están en busca de una pareja, dentro de estos programas ellos interactúan y escogen a su futura pareja; *Info. Show*: busca proporcionar noticias sobre el entretenimiento y el espectáculo; *Freak show*: son programas en las cuales se muestran características inusuales que algunas personas poseen, es conocido como espectáculo de fenómenos ; *Trash TV*: la trasmisión de la vida de los famosos, sus rutinas, lo que hacen diariamente; *Family show*: busca demostrar todo lo que pasa las familias, los problemas, las risas; *Real life shop*: son programas que cuentan con actores los cuales, realizan escenas basadas en la vida real; *Reality shop*: son programas en las cuales abunda la publicidad; *Coaching show*: es un programa que presenta personas que ayudan a desarrollar sus habilidades y mejorar su salud física y emocional (Cueva, 2004).

Los *reality show* son un tipo de género televisivo en el cual los personajes principales no son actores, son simplemente personas normales, anónimas; es una telerrealidad que es ficticia; presentando contextos ficticios en donde los elementos están manipulados para crear un efecto deseado y pedido; para crear una plataforma de *reality* debe de existir Maestre (2005):

- a) El contenido el cual es variabilidad temática dentro de este programa, el cual busca satisfacer la demanda del público en general.
- b) Los personajes los cuales son una pieza fundamental, para los *reality*, ya que son los actores principales.
- c) El lenguaje utilizado dentro del programa las reacciones verbales, y opiniones que brindan ante cada situación.

d) Intención Comercial para vender un producto, tratar de generar ingresos económicos, como publicidad para el personaje y el canal

Actitud

Para Arnau y Montané (2010, p. 1286) “la actitud es una tendencia a actuar de una manera determinada, hacia un objeto ya sea de manera a positiva o negativa, siendo condicionada por el acontecimiento de los elementos cognitivos, afectivos y conductuales”.

Para Morales, Moya, Gaviria y Cuadrado (2007, p.459) las actitudes son “evaluaciones globales y relativamente estables que las personas hacen sobre otros sujetos, ideas o cosas que reciben la denominación de objetos de actitudes”, al hablar de las actitudes se hace referencia a los grados tanto positivo como negativo con que los individuos tienden a calificar cualquier aspecto de la situación u objeto.

A su vez, Rosenberg (1960) plantea que “la persona suele buscar una relación entre sus creencias y sentimientos hacia alguna situación u objeto, creando así un cambio de actitud y modificando las creencias y opiniones para que sea consistente con los sentimientos”.

Otras teorías

Teoría Disonancia Cognitiva

Una de las teorías sobre las actitudes más resaltantes, es la de disonancia cognitiva, esta teoría fue creada por el psicólogo estadounidense Leon Festinger en 1957, el cual expresa esta teoría se basa en una acción para reducir la disonancia. Festinger piensa que las opiniones y las actitudes de un sujeto son proporcionadas las unas con las otras, creando así conexiones entre las actitudes políticas, sociales, entre otras; existiendo el similar modo de consistencia (consonancia) de lo que un individuo sabe o cree y lo que hace; la información extra que se nos viene a la imaginación, nosotros lo tomaremos como inconsistente (disonancia), lo correcto sería racionalizar esos tipos de información, al no lograr la racionalización, sigue existiendo la disonancia (dos procesos cognitivos que no concuerdan), lo que formaría una incomodidad psicológica, dando como resultado, que la persona trate de reducirla,

evitando así, informaciones que podrían aumentarla. Se puede encontrar dos situaciones en las que ocurre la disonancia (Ovejero, 1993, p. 201-206):

- a) A la persona le gusta leer, investigar, recibir información, y estar actualizado sobre algo, creándose así una disonancia con el conocimiento existente, con las opiniones o la creencia de una conducta, ya que nadie puede controlar la información que le llega.
- b) Aunque no exista acontecimientos nuevos y la información sea la misma, la presencia de la disonancia es algo que pasa todos los días, donde se forma una opinión y tomar una decisión es casi irrevocable que surja una disonancia en la cognición de la acción de ese momento y las opiniones y conocimiento que señalan una acción diferente.

Todas las relaciones de disonancia no son de igual magnitud, es necesario una distinción. Si dos elementos son disonantes el uno con el otro, la magnitud estará en función de la importancia que tengas estos estos, mientras mayor es su valoración, mayor es la relación de disonancia entre ellos. Por ejemplo, cuando un estudiante es consciente que no presta atención a clases y por lo cual no aprendió, y tampoco estudia para el examen, crea una relación de disonancia de magnitud alta y de forma proporcional. La presencia de disonancia da oportunidad a que florezcan presiones para reducir o eliminar, dependiendo de la magnitud, actuando de la misma manera que un impulso o tensión, cuanto mayor sea la disonancia mayor es el impulso para reducirla, y evitar que esta crezca (Ovejero, 1993, p. 201-206)

Modelo Tripartito de la actitud

En la actual investigación estamos usando el modelo tripartito de la actitud el cual ha sido desarrollado por Rosenberg y Hovland (1960), los que luego de diversas investigaciones concluyen que la actitud se define a las predisposiciones para responder a una clase de estímulos con ciertas repuestas, presentando también tres componentes que engloban o forman una actitud. Por lo cual se puede decir que, las opiniones, los comportamientos y las emociones intervienen directamente en la forma de actuar; ya que, de una u otra forma, si se mejora las habilidades, los hábitos de comportamiento y la información, y se brinda emociones y sentimientos favorables, se perfeccionarán los resultados de la actitud y la predicción del comportamiento (Arnau

y Montané, 2010, p.1288). Las actitudes no componen una identidad observable, sino que son bastimentos teóricos que interfieren en ciertos comportamientos, pensamientos, y sentimientos; para medir las actitudes, se basa en las respuestas que presenta, las cuales son reacciones valorativas ante opiniones, sentimientos y/o conductas (Escalante, Repetto & Mattinello, 2012, p. 16).

Los modelos actitudinales en donde los objetivos no son conocidos o los cuales no poseen información, no pueden crear actitudes; en el componente cognitivo puede ser pensamientos u opiniones erróneos, si esto sucede no afectara en la intensidad del afecto; en el componente afectivo la persona puede experimentar distintas experiencias, las cuales logran ser sentimientos de satisfacción, afición y hasta el amor por el objeto, pero también puede ser sentimientos negativos en la cual será de desagrado, fastidio y hasta odio; y por último en el componente conductual indica la conducta que puede ser anticipada por el reconocimiento de los dos componentes anteriores (Rodríguez, 1987, p.5-6).

Las actitudes presentan un carácter de mediador, sobre los aspectos afectivos, cognitivos y comportamentales y la relación entre estos, debido a parte del supuesto de cierta coherencia entre las opiniones o pensamiento, las emociones y la forma o manera de actuar de las personas, a su vez presenta un poder de vinculación entre el mundo personal y el mundo social las cuales se pueden reflejar en la decisión grupal; las actitudes puede explicar a partir de principios científicos, el comportamiento humano como racional y lógico (Ibáñez, Botella, Doménech, et al, 2004, p. 183-184).

La actitud puede ser entendida como una especie de programa anticipado, ante alguna situación socialmente significativa, la cual se desenvuelve en una manera significativa de actuar, asimismo es un estado mental y neutral de disposición a través de la experiencia, que actúa sobre la conducta de la persona ante situaciones u objetos con los que se relaciona (Campos, 1985, p. 40-403).

Rosenberg y Hovland (citado en Worchel, Cooper, Goethals & Olson, 2009, p. 129-135): explican que, para que se forme la actitud es necesario de tres componentes, pueden variar en un sentido u otro dependiendo del estímulo del que se trate, presentando así conductas favorables u hostiles, pensamientos favorables o

desfavorables y sentimientos placenteros o desagradables, estos componentes son:

a) Componente Cognoscitivo o Cognitivo: Representación cognitiva que se tiene sobre el objeto de la actitud, lo constituyen ideas u opiniones, creencias, percepciones; pueden ser producto del conocimiento científico, creencias transmitidas por la tradición, superstición o de las experiencias, es posible que estas informaciones sean vagas o erróneas, por lo cual puede o no corresponder con la realidad.

b) Componente afectivo: Hace alusión a las emociones o sentimientos unidos con el objeto de actitud, siendo las preferencias y afectos que experimenta una persona sobre su objeto social, siendo este el componente el más característico de las actitudes sociales.

c) Componente Conductual: Aquel que reúne la disposición conductual del sujeto a responder al objeto de actitud, son las acciones manifiestas y declaraciones de intenciones que el sujeto desarrolla entorno al objeto. Esta manera de actuar es una consecuencia de la relación del afectivo y conductual.

La correlación entre conducta y actitud se refleja en la unión de un conjunto de variables las cuales están congruentes con la toma de decisiones a nivel conductual; cuando los componentes afectivos y cognitivos de una actitud son mutuamente permanentes la actitud tiene un estado estable, cuando los componentes cognitivos y afectivos son inconsistentes, hasta exceder la tolerancia de una persona a tal inconsistencia; la actitud está en estado de inestabilidad y sufrirá una espontánea modificación hasta que ésta vuelva a crear un estado de estabilidad, ya sea mediante el logro de la compatibilidad afectivo-cognitivo o disponer de una incompatible inconsistencia del conocimiento activo; por ejemplo si alguno de las personas siente desagrado por las personas de color de piel oscura, pero a su vez sabe que éstos son personas trabajadores, honestos, igual a las personas blancas en todo, menos en la piel, esa persona difícilmente ponga mucho empeño en superar la contradicción, ya que sus contactos ocasionales con las personas de piel oscura, no son tan frecuentes que no representa esa inconsistencia perceptiva ni incómodo (Rodríguez, 1987, p.7-8).

Teoría Psicométrica

La psicometría es la descripción, que pretende establecer normas o principios generales, para la predicción y explicación de los fenómenos empíricos del área de interés, las ciencias deben recoger datos para establecer correlaciones, ecuaciones, etc. Tiene como objetivo desarrollar modelos de índole cuantitativa, para lograr así la transformación de los hechos en datos, asignándoles valores numéricos generalmente a las personas o sujetos (Martínez, 2005). En psicometría existen dos teorías predominantes: la TCT y la TRI. Este trabajo se fundamenta en la TCT que a continuación se detalla.

Teoría clásica de los test

Es un enfoque sobresaliente en la construcción y análisis de test, se puede decir que todo psicólogo que elabora un test o escala, lo ejecuta mayormente bajo esta teoría o enfoque. Fue propuesta por Spearman a principios del siglo XX, dentro de dicho enfoque se realiza el modelo lineal clásico, se utiliza dicho modelo ya que todos los instrumentos requieren de cierto indicador del grado de precisión con el que miden, maximicen los test, todo en beneficio a futuro de la persona. Dentro de este modelo explica que el error en la puntuación está mezclado con la verdadera puntuación, consistiendo en atribuirse que la calificación que un sujeto obtiene, se le llamaría puntuación empírica y se representa con una x , el cual está conformada por dos componentes, el error (e) y la verdadera puntuación (v), expresándose de la siguiente forma: $x = v + e$.

Spearman presenta tres supuestos, el primero es supuesto es definir la puntuación verdadera como la esperanza matemática de la puntuación verdadera: $v = e(x)$, significando esto, que la puntuación verdadera es el resultado de la aplicación del test en distintas ocasiones como resultado de la media. El segundo supuesto es asume que no existe relación entre el error y la puntuación verdadera, pues no influye en la puntuación, existiendo así puntuaciones altas con errores bajos o altos: $r(v,e) = 0$. El tercer supuesto constituye que los errores de los sujetos en un test no están relacionados con los errores de medida de otro test, lo cual significa que cualquier error cometido en una ocasión vaya a ser realizado en otra ocasión: $r(e_j, e_k) = 0$. Presenta una definición de los test paralelos el cual son aquellos test que miden las mismas

variables, pero, presentan distintos ítems y la puntuación verdadera va a ser la misma (Muñiz, 1996).

Teoría de respuesta al ítem

Una de las figuras más representativas como estudioso de la teoría de respuesta al ítem (TRI) es Lord (1952) la cual se basa en la posibilidad de dar una respuesta correcta a un ítem, dependiendo de la capacidad individual y las características psicométricas del ítem, siendo así el poder catalogar a una persona de acuerdo a la capacidad intelectual de acuerdo a la respuesta del aquel ítem; presenta modelos no lineales, la cual permite conocer cómo se comporta de forma individualizada cada uno de los ítems de la prueba; esta teoría proporciona modelos en los cuales tanto los ítems como los sujetos se pueden describir separadamente, mediante sus propios parámetros, por lo cual que se puede predecir la respuesta de cualquier persona en cualquier ítem (Santisteban, 2009).

Existen problemas de estimación en esta teoría ya que sus modelos no son lineales y la variable regresora θ no es observable, si esta fuera observable, el problema de la estimación del parámetro del ítem se simplificaría considerablemente, por otro lado otro problema es que los modelos no se ajustan perfectamente a los datos (Martínez, 2005).

La validez

Prieto y Delgado (2010) define a la validez como el grado en que la evidencia empírica y la teoría apoyan los resultados de los test; igualmente expresa que la validez es un proceso de recolección de pruebas para apoyar la interpretación y el uso de puntuaciones; tiene como objetivo la interpretación de sus puntuaciones en relación con un objetivo.

La validez siempre ha sido considerada el aspecto central de la psicometría, siendo la más difícil de definir, siendo la definición como el grado en que un test mida lo que pretenda medir, asimismo existe diferentes tipos de validez (Martínez, 2005):

- a) Validez de Contenido: Adecuación muestral de los ítems de un test, para establecer el grado en el que el grupo de ítems del test, representan apropiadamente un contenido de la medición de interés del test. Generalmente la validez de contenido

se da mediante el juicio de expertos.

- b) Validez de Constructo: Integración de consideraciones de contenido y criterio, para probar hipótesis racionales, del test diseñado para que mida lo que pretenda medir. Siendo también la recolección de evidencia que apoyan que las puntuaciones del test es una de sus exposiciones.
- c) Validez de Criterio: Es el nivel en que el test correlaciona con variables extrañas al test, con lo que se espera por hipótesis, presentado una variable diferente del test el cual se toma como referencia, sabiendo que es un indicador que debe presentar una relación determinada con lo que el test pretende medir. Se distribuye en dos tipos: Validez Concurrente: El grado en que las puntuaciones del test correlacionan con las del criterio, medidas al mismo tiempo, es decir, con la situación actual del individuo en el criterio; y validez Predictiva: El grado en que las calificaciones del test pronostican medidas del criterio tomadas posteriormente, es decir las conductas futuras del sujeto en el criterio.

La confiabilidad

La confiabilidad es la consistencia de los puntajes obtenidos por las mismas personas en diferentes momentos; subyace al error de medición de una calificación que predice el rango de fluctuación que ocurre en el puntaje de una persona; la confiabilidad de un instrumento revela el grado de las discrepancias en las calificaciones individuales de un instrumento; cuando el investigado trata de controlar el ambiente, como llevar a cabo las instrucciones, el *rapport* entre otros, para reducir el error de varianza y hacer que los resultados o puntajes del instrumento sean más confiables, como es imposible tener totalmente circunstancias óptimas, ninguna prueba es completamente confiable por lo cual cada instrumento que se debe de utilizar debe medir su confiabilidad; existe tipos de confiabilidad (Reidl, 2013):

- a) Estabilidad temporal o coeficiente de estabilidad: Busca asegurar que, si se presentan cambios en la variable de estudio, se debieron al paso del tiempo y no a la prueba de medición; en la cual las mismas personas responden a dos administraciones diferentes del mismo instrumento, esperando que la variable no cambie con el paso del tiempo.

- b) Formas paralelas o coeficientes de estabilidad y equivalencia: Se espera que una situación, cambie la variable de estudio, en un lapso de tiempo muy corto, que no aprobarían aplicar la misma prueba, ya que los sujetos podrían recordar los enunciados y las respuestas dadas con anterioridad, también podría contestar de manera diferente de sus respuestas, por creer que es la respuesta correcta de nosotros hacia ellos, o contestar de manera muy semejante a las respuestas que puso en la aplicación anterior ya que recuerdan las respuestas.
- c) División por mitades o coeficiente de consistencia interna: Se determina dividiendo la prueba en mitades, en donde las preguntas que se han ordenado de acuerdo a su grado de dificultad, creando así una prueba paralela, con reactivos pares en uno de los conjuntos y los impares en el otro; el coeficiente de consistencia interna se determina mediante la fórmula de Spearman-Brown, la cual se aplica a instrumentos homogéneos.
- d) Consistencia interna pura: Constituida por respuestas dicotómicas; se basa en la ejecución de cada uno de las preguntas de la prueba, a no ser que los reactivos sean muy homogéneos, este coeficiente es menor que el de confiabilidad por mitades.

Por otro lado existe también el análisis de confiabilidad Omega propuesto por Heise y Bohrnstedt en 1970 la cual tiene en cuenta las varianzas de los ítems, la covarianza entre ellas y la comunalidad que posee el ítem, la cual se obtuvo con el análisis factorial de los distintos factores (Santisteban, 2009).

Escala Psicométrica

Para Lamprea y Gómez (2007) la escala es la colección de ítems, se desarrollan cuando se pretende medir los fenómenos, las cuales pretenden medir los distintos niveles de características determinadas, y no son observadas directamente. El desarrollo de la escala, tiene como parte de ella un marco de investigación en la cual se desarrolla un proyecto de investigación; existe una escala con el nombre de “Escala Likert”, para medir las actitudes (Blanco & Alvarado, 2005).

Normas de Interpretación - Baremos

Alarcón (2013, p. 226) Son aquellas que “permiten convertir los puntajes en bruto en una clase de puntuación derivada, en normas percentiles, las cuales tiene

como objetivo evaluar fenómenos medidos, donde se les otorga significación cualitativa a una expresión cuantitativa y significación psicológica”. Los percentiles son un proceso muy utilizado en las medidas psicológicas, debido a su simplicidad y universalidad, ha estimulado su utilización como estrategia interpretativa (Meneses, Barrios, Bonillo & Cosculluela, 2013). Otros autores como Fernández, Cayssials y Pérez (2009, p. 86) explican también algo similar:

El percentil es muy usual porque posee distintas ventajas, una de ellas es, que tiene un valor fácil y claro de interpretar, ya que indica el porcentaje de sujetos de la muestra que obtuvieron el mismo valor o menor en la variable medida

1.4. Formulación del problema

¿Se podrá construir la escala de actitudes hacia los realities juveniles de competencia en estudiantes de tercero a quinto de secundaria de tres Instituciones Educativas- Puente Piedra. Lima, 2018?

1.5. Justificación del estudio

En nuestro país como a nivel mundial no existe una prueba psicométrica que ayude a estudiar la actitud hacia los *realities* para adolescentes escolares, por lo cual es de gran importancia y sería conveniente que en el Perú, cuente con una prueba que mida la variable de estudio de esta investigación, debido a que está relacionado con la Psicología, debido que dichos programas, son seguidos por los adolescentes los cuales, visualizan a sus personajes como modelos a seguir llegando hasta imitarlos.

Relevancia social

Pues permitirá investigar la actitud de los adolescentes hacia los *realities*, ya que tiene como propósito beneficiar a los adolescentes y/o estudiantes, asimismo será de gran utilidad en el ámbito de la Psicología Social, para los docentes, como para padres, ya que con esta investigación, se podrá identificar el juicio crítico de los estudiantes mediante una escala psicométrica que ayude a conocer la aceptación, indiferencia y rechazo hacia los *realities*.

Valor práctico

Aporta información válida y confiable, para que los psicólogos educativos y los

profesores en base a resultados de la aplicación de este instrumento, puedan elaborar programas que incentiven un desarrollo actitudinal correcto en relación a los *realities* y en función al proyecto de vida, modelos a seguir, asertividad y la buena comunicación; buscando estrategias que ayuden y orienten al adolescente en su desarrollo y desenvolvimiento social; asimismo será de gran valor para el padre de familia, generado un mayor control, filtrando programas que pueden dañar a su hijo o hija.

Valor teórico

Contribuye nuevos conocimientos sobre el tema estudiado lo cual son los *realities* en nuestro país y la actitud que toma el adolescente frente a esta moda, tendrá nuevos conocimientos ya que a esta problemática, no le han brindado la mayor importancia debida; presentando a la teoría Tripartita de las Actitudes junto a la definición de los *realities*, las cuales al fusionarlas aporta nuevos conocimientos sobre el tema estudiado, dentro de esta investigación se tratara sobre la construcción y validación de la *Escala de actitud hacia los realities* para adolescentes de tercero a quinto de secundaria en Puente Piedra; y descubrir como visualizan a dichos personajes de estos programas y lo que significa en su vida diaria.

Valor metodológico

Se estableció pautas para la aplicación estandarizada del instrumento, de tal modo que se use apropiadamente en la medición actitudinal de los *realities*.

1.6. Objetivos

Objetivo general:

Construir la escala de actitudes hacia los *realities* juveniles de competencia en estudiantes de tercero a quinto de secundaria de tres Instituciones Educativas-Puente Piedra. Lima, 2018.

Objetivos específicos:

- O₁ Determinar la validez de contenido de la *escala de actitudes hacia los realities juveniles* de competencia en estudiantes de tercero a quinto de secundaria de tres Instituciones Educativas-Puente Piedra. Lima, 2018.
- O₂ Determina el análisis descriptivo de la *escala de actitudes hacia los realities juveniles* de competencia en estudiantes de tercero a quinto de secundaria de tres Instituciones Educativas-Puente Piedra. Lima, 2018.
- O₃ Determinar la validez de constructo de la *escala de actitudes hacia los realities juveniles* de competencia en estudiantes de tercero a quinto de secundaria de tres Instituciones Educativas-Puente Piedra. Lima, 2018.
- O₄ Analizar la confiabilidad por consistencia interna de la *escala de actitudes hacia los realities juveniles* de competencia en estudiantes de tercero a quinto de secundaria de tres Instituciones Educativas-Puente Piedra. Lima, 2018.
- O₅ Elaborar normas de interpretación de la *escala de actitudes hacia los realities juveniles* de competencia en estudiantes de tercero a quinto de secundaria de tres Instituciones Educativas-Puente Piedra. Lima, 2018.
- O₆ Elaborar el manual de la *escala de actitudes hacia los realities juveniles* de competencia en estudiantes de tercero a quinto de secundaria de tres Instituciones Educativas-Puente Piedra. Lima, 2018.

II. MÉTODO

2.1. Diseño y tipo de investigación

Diseño de estudio

La presente investigación se ubicó en el diseño instrumental, la cual se basa en la creación, desarrollo y adaptación de pruebas y/o instrumentos que tengan la finalidad de evaluar alguna parte cognitiva, afectiva y conductual de la persona (Montero & León, 2007, p.855).

Tipo de estudio

Esta investigación fue de tipo psicométrico, pues, mediante la creación y desarrollo de un instrumento se puede conseguir beneficios metodológicos, teóricos y prácticos que permitan medir la variable, a su vez contar con un instrumento válido y confiable (Toribio, González, Valdez, González & Van Barneveld, 2012, p.73). De la misma forma tiene como objetivo demostrar la validez y confiabilidad en base a las puntuaciones cuantitativas del instrumento que se haya construido (Alarcón, 2013).

Nivel de estudio

Esta investigación fue de nivel aplicativo, ya que posee propósitos prácticos inmediatos bien definidos, es decir, se investiga para actuar, transformar al producir cambios en un determinado sector de la realidad (Carrasco, 2008, p.43).

Enfoque de investigación

El enfoque fue de tipo cuantitativo, ya que según Hernández, Fernández y Bautista (2014, p.4) es un conjunto de procesos, en donde se derivan objetivos y preguntas de investigación, la cual busca probar el diseño al medir la variable en un determinado contexto, se analizan las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos.

2.2. Variable, operacionalización

Definición conceptual

Variable: Actitud hacia los Realities: Rosenberg y Hovland (1960), define a la actitud como predisposiciones para responder a una clase de estímulos con ciertas repuestas, presentando también tres componentes que engloban o forman una actitud; los componentes de la actitud, pueden variar en un sentido u otro dependiendo del

estímulo del que se trate, presentando así conductas favorables u hostiles, pensamientos favorables o desfavorables y sentimientos placenteros o desagradables. Los reality show son un tipo de género televisivo en el cual el personaje principal no son actores, son simplemente personas normales, anónimas; es una telerrealidad que es ficticia; presentando contextos ficticios en donde los elementos están manipulados para crear un efecto deseado y pedido; para crear una plataforma de reality debe de existir: El contenido, los personajes, el lenguaje, intención comercial (Maestre, 2005).

Definición operacional

Actitud hacia los Realities: La actitud son las opiniones, creencias y respuestas intencionadas, las cuales pueden poseer tres valores (positivo, neutro y negativo) que tienen una persona hacia los *realities*, dicha actitud está compuesta por las dimensiones: cognitivo, afectivo, y conductual. Esta variable se medirá a través de los puntajes logrados de la Escala de actitudes hacia los realities (EAR)

Escala de medición

Ordinal de tipo Likert, en donde se presentó respuestas desde:

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

2.3. Población y muestra

Población

La población constó de 1112 alumnos del nivel secundario de ambos sexos, los cuales se encuentran entre tercer a quinto grado de secundaria de Instituciones Educativas públicas en Puente Piedra. En la actualidad según el último Censo que realizó el Ministerio de Educación (ESCALE) en Puente Piedra, la distribución de la población se puede ver registrar en la siguiente tabla.

Tabla 1

Distribución y porcentajes de la población en general

IE	Nº Estudiantes	Porcentaje
Leoncio Prado	271	24.37%
María de los Ángeles	465	41.82%
5168	376	33.81%
Total	1112	100.00%

Fuente: *Unidad de estadística educativa - Ministerio de Educación (2017)*

En la tabla 1 se puede visualizar la población en general, en la cual son aquellas Instituciones Públicas de nivel secundaria en el distrito de Puente Piedra.

Muestra

La muestra estuvo conformada por 807 estudiantes de tercero a quinto del nivel secundario de ambos sexos, de tres instituciones educativas públicas. Esta cantidad se obtuvo mediante la fórmula de la muestra estadística para poblaciones finitas, con un margen de error de 0.03 y un nivel de confianza de 90%. Las instituciones son la Institución Educativa “2067 Leoncio Prado”, la Institución Educativa “3070 María de los Ángeles”, la Institución Educativa “5168”. Se optará por una cifra mayor el cual es 830 alumnos para reducir el margen de error en la medición de la variable de estudio. Asimismo, Nunnally (1987) manifiesta que, para obtener la cantidad de muestra de una investigación, se tendría que multiplicar por 10 el número de ítems, del instrumento que se va a utilizar.

Según Morales (2012) presentó la siguiente fórmula para la población finita:

$$n = \frac{N}{1 + \left(\frac{e^2 (N-1)}{Z^2 pq} \right)}$$

$$n = \frac{1112}{1 + \left(\frac{.02^2 (1112-1)}{(1.64^2) (.15)} \right)}$$

Donde:

$$n = 807$$

$$N = 1112$$

$$Z = 97\%$$

$$p = .05$$

$$q = .05$$

$$e = .02$$

Muestreo

El tipo de muestra a considerar en esta investigación corresponde al muestreo probabilístico de tipo estratificado, en donde se seleccionó a los estudiantes de los tres colegios por grado y sexo, Morales (2012) expresa que este tipo de muestreo es recomendable, para poblaciones grandes las cuales las divide en estratos los cuales se constituyen en función a las características, estos pueden ser sexo, edad, grado entre otros. Dentro de esta investigación se considerará a tres colegios los cuales presentan una población de 1112 alumnos, dichos colegios serán presentados en 18 estratos, los cuales son según el grado: 3ero, 4to y 5to.

Para el proceso de estratificación se divide una población en subpoblaciones mutuamente exclusivas de tamaño conocido Nh , en la cual k es el número total de estratos, asimismo expresan que la n es el tamaño de la muestra (Cortés, 2009):

$$N = N_1 + N_2 + \dots + N_k$$

$$k = \frac{n}{N} \quad k = \frac{830}{1112} = 0.746$$

También expresa que para hallar el estrato muestral (nh) se multiplica (Nh) por el el valor (k) (Cortés, 2009).

$$nh = Nh * k$$

Empleando la siguiente formula se halló los siguientes datos.

Tabla 2

Distribución de la muestra según grado y sexo de la población estudiantil

Estrato	Identificación	Nº sujetos en el estrato	Proporción	Muestra del estrato
1	Hombres 3ro (María de los Ángeles)	72	6.5%	54
2	Hombres 4to (María de los Ángeles)	71	6.4%	53
3	Hombres 5to (María de los Ángeles)	67	6.0%	50
4	Mujeres 3ro (María de los Ángeles)	94	8.5%	70
5	Mujeres 4ro (María de los Ángeles)	78	7.0%	58
6	Mujeres 5to (María de los Ángeles)	83	7.5%	62
7	Hombres 3ro (Leoncio Prado)	47	4.2%	35
8	Hombres 4to (Leoncio Prado)	39	3.5%	29
9	Hombres 5to (Leoncio Prado)	49	4.4%	37
10	Mujeres 3ro (Leoncio Prado)	45	4.0%	34
11	Mujeres 4ro (Leoncio Prado)	45	4.0%	34
12	Mujeres 5to (Leoncio Prado)	46	4.1%	34
13	Hombres 3ro (5168)	62	5.6%	46
14	Hombres 4to (5168)	61	5.5%	46
15	Hombres 5to (5168)	54	4.9%	40
16	Mujeres 3ro (5168)	81	7.3%	60
17	Mujeres 4to (5168)	64	5.8%	48
18	Mujeres 5to (5168)	54	4.9%	40
	Revise nº sujetos en estratos		100%	830

En la tabla 2 se puede visualizar el sub muestreo que se obtuvo de 3 colegios, de los cuales nos brinda una cantidad que se debe aplicar en cada estrato, para obtener así el total de la muestra final.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

2.4.1 Técnica

Directa a través de la aplicación de la escala mediante una encuesta. Para Alarcón (2013, p. 227-228) “es un método colectivo que tiene como objetivo describir, analizar e interpretar un fenómeno y sus relaciones con otras variables relevantes”.

De la misma forma Díaz (2001, p.13) presenta su definición de la encuesta a manera de técnica para la investigación:

La encuesta es una búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que desea obtener [...] realizando a los las mismas preguntas en todas las administraciones, implicando un mayor control, siendo esta estandarizada.

2.4.2 Instrumento

Se utilizó la Escala de actitud hacia los realities juveniles de competencia – EAR, consecutivamente se presentara la ficha técnica.

Ficha técnica

Nombre: Escala de actitudes hacia los realities juveniles de competencia en estudiantes de tercero a quinto- Puente Piedra. Lima, 2018.

Autor: Fanny Janeli, Angulo Salazar

Año: 2018

Procedencia: Puente Piedra – Lima

Tiempo de aplicación: Entre 7 a 10 minutos

Rango de aplicación: Alumnos de tercero a quinto de secundaria del distrito de Puente Piedra.

Significación: Determinar el nivel de aceptación o rechazo que presentan los alumnos de tercero a quinto de secundaria de instituciones públicas de Puente Piedra

Dimensiones: Posee 3 dimensiones los cuales son Cognitivo, Afectivo, Conductual

Estudio Preliminar

Se llevó a cabo dos pruebas piloto en donde participaron 164 alumnos y 100 escolares de tercero a quinto de secundaria de las Instituciones educativas en Puente Piedra de las cuales se aplicó dos salones de cada grado establecido. Mediante este estudio se pudo obtener la validez y confiabilidad de la escala psicométrica.

- Validez:

En la creación de la prueba se obtuvo una validez aceptable, con una puntuación por encima de 0,90 validado por juicio de 10 expertos según Ezcurra (1988) se considera válido cuando presentan un índice mayor a 0,80

- Confiabilidad

El procedimiento más conveniente para establecer la confiabilidad es el Coeficiente de Alfa de Cronbach, las cuales se admiten como confiables a los valores alfa iguales o mayores a .65 (Reidl, 2013). A través de la aplicación de la prueba en dos grupos pilotos se encontró una consistencia interna de 0.79 el cual presentó una alta confiabilidad.

2.5. Métodos de análisis de datos

Fase 1: Se siguió las pautas del American Psychological Association para la construcción de la escala (American Educational Research Association, American Psychological Association, & National Council on Measurement in Education, 2014). Asimismo se buscó información sobre la teoría, para medir la variable

Fase 2: Se realizó la aplicación de la prueba en un estudio; para el desarrollo de esta investigación, fue de total importancia el uso de la estadística, como método cuantitativo, pues según Sulbarán (2017), la estadística al asociarse con teorías, métodos y técnicas puede brindar un apoyo significativo para la comprensión y explicación de la conducta de las personas. Por lo cual los datos recolectados estuvieron procesados a través del SPSS versión 25, un programa estadístico, informático, confiable y de eficacia.

Fase 3: Para hallar la validez de contenido se contó con la evaluación de 10 jueces expertos, los cuales evaluaron cada uno de los 12 ítems del instrumento. Luego, a través de la V de Aiken que se efectuó en el programa Excel, se obtuvieron apropiadas calificaciones, los cuales indicaron que existe evidencia de la validez de contenido (Escurra, 1988).

Fase 4: Para hallar el análisis de ítems se utilizó el programa IBM SPSS Statistics 25.0, en donde se obtuvo datos como la comunalidad, asimetría, curtosis, discriminación, desviación estándar, entre otras, todos estos índices se trabajaron en conjunto con el programa Excel. Dicho programa fue de utilidad para hallar los posteriores resultados.

Fase 5: Para la validez de constructo se trabajó a través del análisis factorial, en la cual se analiza un grupo de variables observables, las cuales pueden considerarse como criterio (Ferrando y Anguiano-Carrasco, 2010), por lo cual se utilizó el programa Amos para realizar el análisis factorial confirmatorio el cual permite contrastar un modelo construido y determinar las relaciones entre los elementos que lo establecen trabajando con sus cargas factoriales (Herrero, 2010).

Fase 6: Por otro lado, en la confiabilidad se utilizó el Coeficiente Alfa de Cronbach y el Coeficiente Omega de McDonald el cual trabaja con la cargas factoriales y refleja un nivel verdadero de fiabilidad (Ventura-León y Caycho-Rodríguez, 2017) encontrados mediante el programa Amos, donde se verificó que el instrumento tiene una alta confiabilidad.

Fase 7: Posteriormente, se realizó las normas de interpretación y baremos.

Fase 8: Por último, se realizó la creación del manual del instrumento.

2.6. Aspectos éticos

Durante el proceso de la investigación, se consideró de gran importancia el compromiso y responsabilidad en la elaboración y creación de esta escala, evitando el plagio y/o falsedades; por lo que cada concepto o texto que fueron investigados cuentan con citas de los autores que se escogieron para esta investigación, las cuales fueron en base a las pautas establecidas por la American Psychological Association (2010) sexta edición como rige el reglamento.

Para la recolección de los datos se le hizo presente al director una carta de presentación en la cual contenía datos de la investigación, a su vez se le presento el instrumento,

por otro lado se les informo también a los alumnos sobre la escala y se les brindo a cada uno, la carta de autorización para que puedan entregar a sus padres, y ellos los puedan autorizar que su menor hijo participe de la investigación. Posterior a la entrega de dichos documentos se coordinó con el director el horario en el que se aplicaría el instrumento para así, no perjudicar al alumno y sus deberes académicos

Para ello, se entregó una escala sobre la “Escala de actitud hacia los realities en estudiantes de tercero a quinto de secundaria de tres Instituciones Educativas-Puente Piedra, 2018”; ya con aplicación terminada, se consideró las que estuvieron llenas al 100%, y las que fueron marcadas en línea, desechando las que no estuvieron llenadas en su totalidad. Finalizando esto se procedió a realizar la base de datos para el desarrollo del análisis estadístico.

2.7. Aspectos Bioéticos

El presente estudio se ha tenido en cuenta, principios éticos que se fijaron como requisitos para la actual investigación:

- Consentimiento informado: se le entrego el consentimiento informado antes de realizar la evaluación
- Justificación del estudio: se realizó una adecuada justificación del estudio con el fin de beneficiar a la población, aportando como antecedentes a futuras investigaciones de la presente variable.

III. RESULTADOS

3.1. Validez de contenido del estudio final

Tabla 3

Evidencias de validez de contenido de la Escala de actitud hacia los Realities por V de Aiken mediante criterio de jueces

Ítem	1°			2°			3°			4°			5°			6°			7°			8°			9°			10°			Acier- tos	V. de Aiken	
	Juez	Juez	Juez	Juez	Juez	Juez	Juez	Juez	Juez	Juez	Juez	Juez	Juez	Juez	Juez	Juez	Juez	Juez	Juez	Juez	Juez	Juez	Juez	Juez	Juez	Juez	Juez	Juez	Juez	Juez			
N°	P	R	C	P	R	C	P	R	C	P	R	C	P	R	C	P	R	C	P	R	C	P	R	C	P	R	C	P	R	C			
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30	100%
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30	100%
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	29	97%	
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30	100%	
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30	100%	
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	29	97%	
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30	100%	
8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30	100%	
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	29	97%	
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30	100%	
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30	100%	
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30	100%	

No está de acuerdo = 0 Sí está de acuerdo = 1 / Criterios de calificación: P = Pertinencia R = Relevancia C = Claridad

Como se puede apreciar en la tabla 3, se consiguió una apropiada evaluación por parte de los jueces que analizaron la prueba, de esta manera todos los ítems cumplieron los criterios de pertinencia, relevancia y claridad, obteniendo un valor de 97%. Según Ezcurra (1988) se considera válido cuando presentan un índice mayor a 0,80; por lo cual no se eliminó ningún ítem, sin embargo se realizó algunos cambios gramaticales con el fin de mejorar el instrumento. Por lo tanto, fueron aceptados los 12 ítems de la Escala de actitudes hacia los realities.

3.2. Análisis descriptivo de los ítems de la escala de actitud hacia los Realities del estudio final

Tabla 4

Análisis descriptivo de los ítems de la Escala de actitudes hacia los realities juveniles en 830 estudiantes de tercero a quinto de secundaria, Puente Piedra 2018

Ítems	fr					M	DE	g1	g2	IHC	h2	ID	Aceptable
	1	2	3	4	5								
P1	11.1	33.1	34.7	14.5	6.6	2.16	1.08	0.34	-0.36	0.33	0.45	0.00	Sí
P2	16.5	18.3	40.7	16.1	8.3	1.92	0.98	0.04	-0.59	0.34	0.46	0.00	Sí
P3	23.4	31.2	36.5	7.0	1.9	1.82	0.91	0.27	-0.38	0.25	0.30	0.00	No
P4	12.4	29.2	38.9	11.9	7.6	2.07	1.02	0.31	-0.28	0.32	0.43	0.00	Sí
P5	13.1	20.8	38.3	17.7	10.0	2.91	1.14	0.06	-0.61	0.27	0.30	0.00	No
P6	10.6	16.4	46.3	17.6	9.2	2.98	1.06	-0.04	-0.26	0.34	0.42	0.00	Sí
P7	10.6	17.6	42.4	18.1	11.3	3.02	1.11	-0.01	-0.46	0.43	0.55	0.00	Sí
P8	8.1	12.3	50.0	17.8	11.8	3.13	1.04	-0.06	-0.07	0.39	0.50	0.00	Sí
P9	34.3	29.4	24.1	9.9	2.3	2.16	1.08	0.59	-0.50	0.42	0.46	0.00	Sí
P10	42.2	32.3	18.2	6.0	1.3	1.92	0.98	0.89	0.14	0.48	0.54	0.00	Sí
P11	46.1	30.6	19.2	3.4	0.7	1.82	0.91	0.87	0.10	0.47	0.53	0.00	Sí
P12	38.3	24.8	29.5	5.9	1.4	2.07	1.02	0.52	-0.59	0.43	0.48	0.00	Sí

Nota: FR: Formato de respuesta; M: Media; DE: Desviación estándar; g1: coeficiente de asimetría de Fisher; g2: coeficiente de curtosis de Fisher; IHC: Índice de homogeneidad corregida; h2: Comunalidad; ID: Índice de discriminación.

En la tabla 4 se estima que ninguna de las frecuencias de respuesta para las 5 opciones de la escala supera el 80%, lo que indica que los participantes contestaron correctamente, sin sesgo ni deseabilidad social, a las preguntas. Las medidas de asimetría no están próximas a 1.5, y las medidas de curtosis no son cercanas a 3, lo que revela que estos datos no se alejan de la distribución normal. Los valores de la correlación ítem-test corregida, diez son superiores a 0.30, lo que señala que tienden a medir la misma variable. Los valores de las comunalidades, son superiores a 0.40, lo que evidencia de que logran captar los indicadores de la variable. Finalmente, todos los reactivos mostraron capacidad discriminativa por el método de grupos extremos ($p < 0.05$). En resumen, diez ítems que componen la EAR son aceptables para realizar el análisis factorial confirmatorio.

3.3. Validez de constructo

3.3.1. Análisis factorial confirmatorio

Tabla 5

Índices de bondad de ajuste del modelo según el análisis factorial confirmatorio en la Escala de actitudes hacia los realities juveniles, Puente Piedra, 2018

Índice de ajuste del modelo	Valor
Índice de ajuste absolutos	
CMIN/gl	3.103
RMSEA	.050
RMRS	.039
CFI	.954

Nota: RMSEA: Error cuadrático medio de estimación
CMIN/gl: Discrepancia mínima por grado de libertad
CFI: Índice de ajuste Comparativo
RMRS: Índice de la raíz del cuadrado medio del residuo

En la tabla 5, se aprecian los valores de ajuste global, obteniendo un CFI mayor al mínimo aceptable de .90, de la misma forma, el valor que posee el RMRS debe ser menores o iguales al 0.80 para que sea aceptable, (Morales, Hernández & Blanco, 2005); a igual que los valores de RMSEA no deben de exceder de 0.80 para que sean aceptables (Morata, Holgado, Barbero & Méndez, 2015); en tanto en el CFI indican un valor aceptable, siendo este mayor a 0.90

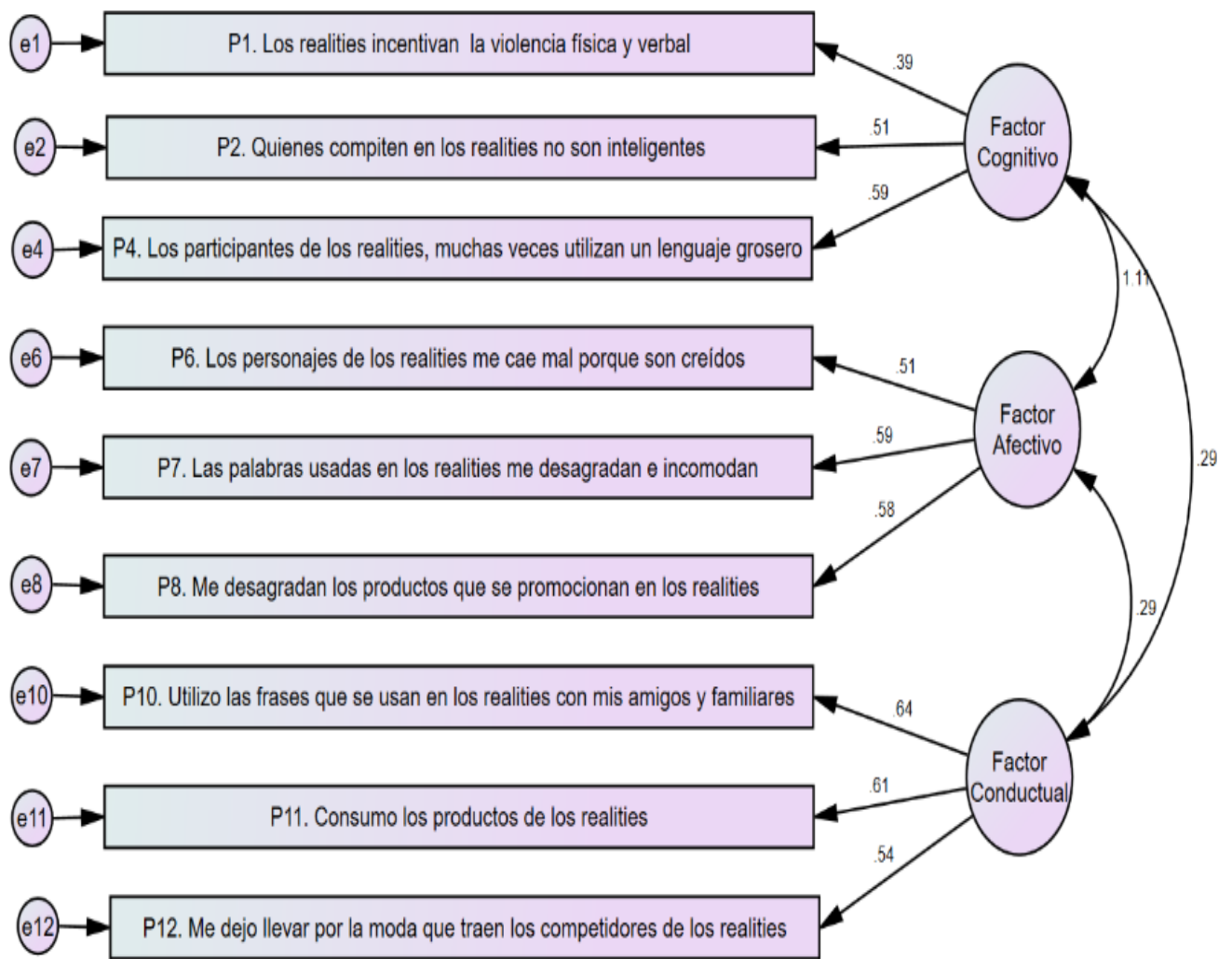


Figura 2. Modelo de tres factores de la Escala de actitudes hacia los realities juveniles de competencia en estudiantes de tercero a quinto de secundaria- Puente Piedra, 2018.

Se evidenció adecuados índices de ajuste: CFI=0.954, RMSEA=0.050, RMRS =0.039. Además, se puede evidenciar que, para mejorar los índices de ajuste, se eliminó un ítem de cada dimensión, todo esto en conjunto con el análisis descriptivo, los ítems eliminados son el 3, 5,9.

3.4. Confiabilidad

Tabla 6

Análisis de confiabilidad por consistencia interna

Estadísticos de fiabilidad		
Coeficiente Alfa de Cronbach	Coeficiente Omega de McDonald	N de elementos
,70	0.80	9

En la tabla 6 se puede visualizar que el número de preguntas con 9 y presenta una confiabilidad mediante el Coeficiente de Alfa de Cronbach de .70 lo que indica que es confiable, ya que se aceptan como confiables a los valores alfa iguales o mayores a .65 (Reidl, 2013). Igualmente se evidencia una confiabilidad de .80 mediante el coeficiente Omega, demostrando así una alta confiabilidad pues para Katz (2006) también se consideran aceptables desde .65.

3.5. Normas de interpretación para la aplicación de la Escala de actitudes hacia los realities juveniles de competencia- Puente Piedra, 2018

3.5.1 Pruebas de normalidad

Se analizó la distribución de los datos de la variable y sus dimensiones para verificar la pertinencia de usar puntajes percentiles como norma de interpretación.

Tabla 7

Prueba de normalidad de la Escala de actitudes hacia los realities

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Prueba general	,075	830	,000
Cognitivo	,101	830	,000
Afectivo	,104	830	,000
Conductual	,106	830	,000

Como se aprecia en la tabla 7, los datos no se ajustan a la distribución normal, ya que la significancia es menor a 0.05 (García, González y Jornet, 2010). En este sentido, se decidió utilizar la puntuación por percentiles para generar las normas de interpretación

3.5.2 Comparación de medias para la actitud hacia los realities y sus dimensiones en hombres y mujeres

Tabla 8

Prueba de comparación de medias según sexo

	Estadísticos de prueba ^a			
	Cognitivo	Afectivo	Conductual	Prueba General
U de Mann-Whitney	85374,000	82118,000	83928,000	84282,500
W de Wilcoxon	182394,000	158363,000	180948,000	160527,500
Z	-,124	-1,075	-,549	-,441
Sig. asintótica (bilateral)	,901	,282	,583	,659

a. Variable de agrupación: Sexo

En la tabla 8, se aprecia que los valores p para la variable y las tres dimensiones fueron mayores a 0.05, lo que muestra que no existen diferencias entre hombres y mujeres (Sánchez, 2015).

Tabla 9

Rangos promedios de la actitud hacia los realities y sus dimensiones en hombres y mujeres

		Rangos		
		n	Rango promedio	Suma de rangos
Cognitivo	Hombre	440	414,53	182394,00
	Mujer	390	416,59	162471,00
	Total	830		
Afectivo	Hombre	440	423,87	186502,00
	Mujer	390	406,06	158363,00
	Total	830		
Conductual	Hombre	440	411,25	180948,00
	Mujer	390	420,30	163917,00
	Total	830		
Prueba General	Hombre	440	418,95	184337,50
	Mujer	390	411,61	160527,50
	Total	830		

Igualmente, en la tabla 9 se visualiza que los rangos promedios son muy similares, lo que ratifica que no hay diferencias según sexo. En consecuencia, se decidió calcular puntajes percentiles en general.

3.5.3 Puntajes percentiles

Se estimaron los siguientes puntajes percentiles para la interpretación de la Escala de actitudes hacia los realities juveniles Puente Piedra.

Tabla 10

Percentiles de la Escala de actitudes hacia los realities juveniles Puente Piedra

Percentiles	Prueba general	Cognitivo	Afectivo	Conductual	Niveles
110	17	5	6	3	Muy Bajo
25	20	7	8	4	Bajo
50	24	8	9	6	Promedio
75	27	10	10	7	Alto
95	31	12	13	9	Muy Alto

En la tabla 10 se observa que, en la prueba, se asume que los estudiantes que obtengan un puntaje de 27 hasta 31 presentan una actitud positiva hacia los realities, mientras que los que poseen un puntaje a partir de 17 a 20 muestran una actitud negativa hacia estos programas. Finalmente, aquellos que obtengan una puntuación de 24 demuestran una actitud neutra hacia los realities juveniles.

IV. DISCUSIÓN

El estudio sobre la actitud hacia los realities juveniles de competencia, son investigaciones nuevas debido, a la gran acogida por parte de los adolescentes, pues para ellos, los medios de comunicación son recursos simbólicos para crear su propia identidad (Vallejos & Lara, 2017). Estos programas presentan grandes índices de audiencia, siendo estas transmisiones las más vistas, y en las cuales se presentan contenidos donde se normalizan la violencia al transmitirla como algo superficial y cotidiano (CONCORTV, 2015); dichas plataformas son muy populares dentro del público infantil y adolescentes, presentando un gran fanatismo a cada uno de los personajes, reflejándolos como modelos a seguir (CONCORTV, 2016). Por lo cual es posible que los niños y adolescentes que ven estos programas se vean más afectados en su comportamiento, que aquellos niños y adolescentes que no los ven (Sandoval, 2006). Ya que pueden vulnerar el derecho a la intimidad o al honor y a una protección eficaz de su sensibilidad, emitiendo contenido falso (Barrera, 1994). No obstante, en la actualidad no existen instrumentos que midan esta variable.

En ese contexto, el actual estudio tuvo como principal objetivo construir una Escala de actitud hacia los realities juveniles de competencia (EAR) en una muestra de estudiantes de tercero a quinto. Este instrumento fue elaborado basado en la teoría del tripartito de las actitudes (Rosenberg & Hovland, 1960) el cual presenta un modelo de tres factores, todo esto se complementó con las características que posee los realities (Maestre, 2005). No obstante en la actualidad no existen instrumentos creados para medir la variable de esta investigación, se revisó y se incluyó distintos estudios a esta investigación, que no fueron específicamente psicométricas, ya que fueron establecidos para medir su variable correlacional (cuestionarios y encuestas) en beneficio propio de los cuales se encuentra (Liberio, 2015; Condemaita, 2017; Caice & Ordoñez, 2016; Mena, 2015; Faicán y Hernández, 2014; Ríos & Ríos, 2016; Rojas, 2015; Díaz, 2015; Cortez & Ticse, 2014, Del Villar & Robles, 2014; León & Malca, 2014).

En cuanto a los siguientes objetivos propuestos, se llevó a cabo la construcción de la escala de actitudes hacia los realities juveniles de competencia en estudiantes de tercero a quinto de tres instituciones públicas Puente Piedra, en la cual se procedió a

la aplicación de la muestra que anteriormente fue obtenida mediante la fórmula finita, y fueron seleccionados 830 estudiantes. Cabe resaltar que se presentaron algunas dificultades en su aplicación, como la falta de veracidad por parte del alumno a la hora de desarrollar la prueba; el compromiso de algunos docente, ya que no permitían la aplicación, en sus horas académicas.

Para el desarrollo de esta investigación se sugiere cumplir con ciertos objetivos, en la cual la Escala de actitudes hacia los realities, deba de contar con evidencias de validez de contenido, validez de constructo, confiabilidad por consistencia interna, coeficiente omega, para demostrar que sus puntuaciones son consistentes, determinar las normas de interpretación, encontrando los siguientes resultados:

Respecto a la validez basada en el contenido, la escala fue sometida al escrutinio de 10 jueces expertos, considerando su respuestas mediante el coeficiente V de Aiken, que alcanzo una concordancia superior al mínimo requerido (.80; Ezcurra, 1988). Con dichos resultados se puede alegar que existe un alto consenso acerca de indicar que la Escala de actitudes hacia los realities tiene indicadores que representan las dimensiones construidas, por lo tanto son relevantes de ser considerados y claros en su redacción; lo que indica que dichos ítems miden lo que pretenden medir.

Entorno al análisis descriptivo de los ítems, se pudo detectar que los doce reactivos propuestos, en la frecuencia no superaron el 80%, lo que revela que los participantes contestaron correctamente, sin sesgo ni deseabilidad social, a las preguntas. Igualmente las medidas de asimetría no están próximas a 1.5, y las medidas de curtosis no son cercanas a 3, reflejando que estos datos no se alejan de la distribución normal. Los valores de la correlación ítem-test corregida, diez ítems son superiores a 0.30, señalando que estos tienden a medir la misma variable. Los valores de comunalidad, son superiores a 0.40, lo que demuestra que logran captar los indicadores. Finalmente, todos los reactivos manifestaron capacidad discriminativa por el método de grupos extremos ($p < 0.05$). Concluyendo así que, diez ítems que componen la EAR fueron aceptables para el desarrollo del análisis factorial confirmatorio.

Entorno a la validez de constructo se utilizó el análisis factorial confirmatorio en la cual se plantea tres factores siguiendo la teoría de Hovland y Rosenberg (1960), se

alcanzó cargas factoriales mayores a .40. En los resultados del *Índice de ajuste comparativo* (CFI) se halló que posee un valor superior al mínimo requerido ≥ 0.90 (Hu & Bentler, 1998), indicando que a partir de dicho valor es aceptable. Se obtuvo datos sobre la *Índice de aproximación de la raíz de cuadrados medios del error* (RMSEA) los cuales fueron mínimos a la máxima puntuación (.08; Morata, Holgado, Barbero & Méndez, 2015); al igual que Steiger y Lind (1980) en la cual explican que los índices inferiores 0.80 son indicativo de buen ajuste. Se logró obtener un valor de *Índice de la raíz del cuadrado medio del residuo* (RMRS) que se encuentra dentro del límite ($\geq .80$) (Morales, Hernández & Blanco, 2005) demostrando así un buen ajuste. La *discrepancia mínima por grado de libertad* (CMIN / DF) obtenida es por debajo a la puntuación máxima (5; Wheaton et al, 1997) lo que indican un ajuste aceptable. Consecutivamente se eliminó tres ítems, uno por cada dimensión, para mejorar la calidad estadística de la prueba, corroborando así junto con el análisis descriptivo para decretar la exclusión de aquellos ítems, respetando así el modelo propuesto por tres factores de la teoría elegida para esta investigación.

Respecto a la confiabilidad interna se utilizó dos técnicas, mediante el Alfa de Cronbach, el cual alcanzo una puntuación superior al mínimo requerido, (.65; Reidl, 2013) arrojando una consistencia interna ,70 que indica un alto nivel de confiabilidad y por otro lado se utilizó también el coeficiente Omega la cual arrojó ,80 superando así valor al mínimo, (.65; Katz, 2006), lo que indica que presenta una confiabilidad aceptable; el alfa de cronbach se ve afectado por la cantidad de ítems, el número de respuestas y la proporción de la varianza del test, afectando así la confiabilidad; mientras que el coeficiente omega trabaja con las cargas factoriales, las cuales son la suma de las variables estandarizadas, cuyo transformación hace más estable los cálculos, y así reflejando un verdadero nivel de fiabilidad (Ventura- León & Caycho-Rodríguez, 2017), verificando así que la prueba posee un alto nivel de confiabilidad. Por lo cual se concluyendo que la escala de actitudes hacia los realities demuestra validez y confiabilidad; siendo este el primer instrumento que fue creado para medir la variable de estudio propuesta y que cuenta con datos que demuestran su eficacia para medir las actitudes hacia los realities.

Por otro lado, para las normas de interpretaciones se optó por usar puntajes percentiles en general, debido a que no se ajustó los datos a la distribución normal; además se

demonstró que no existe diferenciación entre sexo ya que proporciona valores mayores a 0.05 (Sánchez, 2015) estipulando establecer puntajes percentiles generales apropiados tanto para hombres y mujeres. Para ello, se conservó las tres categorías de actitudes hacia los realities, cuyos puntajes percentiles en general, indican si el sujeto presenta o no una actitud positiva o negativa hacia los realities.

De manera que, la escala diseñada tiene un alto nivel de importancia debido a que en la actualidad existen pocas investigaciones que hablen sobre el tema en el Perú, más aún que se encuentren enfatizadas a medir fundamentalmente esta variable; en muchas de ellas se crearon instrumentos que carecen datos de confiabilidad y validez, lo que impide que dichos instrumentos sean confiables; por lo cual se realizó esta investigación que tenga como propósito ser una escala que pretende medir la actitud positiva, neutra o negativa de los estudiante hacia los realities. En síntesis hay evidencia estadística suficientes que la escala de actitudes hacia los realities reúne validez y confiabilidad, ya que manifiesta existir relación entre dimensiones y sus ítems, siendo así un instrumento congruente, preciso; sin embargo se recomienda realizar nuevas investigaciones en distintas poblaciones, las cuales servirían para el desarrollo global de la prueba.

V. CONCLUSIONES

De los resultados encontrados se extrajeron las siguientes conclusiones:

PRIMERA

Se logró demostrar la validez de contenido dado que la V de Aiken, logrando el 97%.

SEGUNDA

Se logró examinar el análisis descriptivo de los ítems, obteniendo 10 ítems que presenta, índices aceptables.

TERCERA

Se consiguió demostrar la validez de constructo, la cual se consiguió mediante el análisis factorial confirmatorio, donde se registró datos de CFI =.954, RMRS=.039, RMSEA=.050.

CUARTA

La prueba reveló una alta confiabilidad (Alfa de Cronbach, .70 y Coeficiente Omega .80).

QUINTA

Se elaboraron normas de interpretación basadas en puntajes percentiles para la aplicación la escala en la población de estudio.

SEXTA

Se elaboró el manual de la Escala de actitudes hacia los realities de competencias juveniles en estudiantes de tercero a quinto de secundaria de tres instituciones educativas- Puente Piedra. Lima, 2018.

VI. RECOMENDACIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos se recomienda lo siguiente:

1. Continuar con la creación de instrumentos que permitan brindar evidencias cualitativas y cuantitativas de futuros indicadores de problemas relacionados con la influencia de los realities en los adolescentes para que integren un funcionamiento general más global.
2. Aplicar el método de la estabilidad por test-retest para mejorar la prueba, equivalencia por serie paralela
3. Analizar la validez por estructura interna del test
4. Ampliar la muestra para lograr un mejor análisis de los resultados, y así poder realizar más estudios asociados a la actitud hacia los realities, dirigidos a otros tipos de población (distritos) que presenten las mismas características.

VII. REFERENCIAS

- Alarcón, R. (2013). *Métodos y diseños de investigación del comportamiento*. (3.ª ed.) Lima: Editorial Universitaria.
- American Educational Research Association, American Psychological Association & National Council on Measurement in Education. (2014). *Standards for educational and psychological Testing*. Washington, DC: Author.
- American Psychological Association. (2010). *Publication Manual of the American Psychological Association*. (6.ª ed.). Washington, DC.
- Anguiano, L. (2009). *Telerrealidad el mundo tras el cristal*. Sevilla: Comunicación Social. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=a8dpptlyf3EC&pg=PA14&dq=realities+definicion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiJkY20q7vbAhWEgJAKHXJYAQEQ6AEILzAB#v=onepage&q&f=false>
- Arnau, L., y Montané, J. (2010). Aportaciones sobre la relación conceptual entre actitud y competencia, desde la teoría del cambio de actitudes. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 8 (3), 1283-1302.
- Barrera, C. (1994). La crítica de los reality show en la prensa. *Communication & Society*, 7(2), 1-8.
- Blanco, N. y Alvarado, M. (2005). Escala de actitud hacia el proceso de investigación científico social. *Revista de Ciencias Sociales*, XI (3), 537 – 544.
- Caice, L. y Ordoñez, A. (2016). Influencia de los reality shows de tv: programas Calle7 y Combate, en la conducta de los adolescentes entre 12 a 16 años del colegio Jaime Roldós Aguilera (Tesis de Licenciatura). Recuperado de: <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1382/1/T-ULVR-1393.pdf>
- Campos, A. (1985). *Introducción a la psicología social*. San José: EUNED
- Carrasco, S. (2008). *Metodología de la investigación científica*. (2.ª ed.). Lima: San Marcos
- Condemaita, C. (2017). El programa de reality Calle 7 – Doble tentación y su influencia en el comportamiento de los estudiantes de décimo curso de la unidad educativa Bolívar (Tesis de Licenciatura). Recuperado de: <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/26885/1/FJCS-CS-505.pdf>

- Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV). (2015). *Colegio de Psicólogos del Perú solicita retiro de Esto es Guerra y Combate*. Recuperado de: <http://www.concortv.gob.pe/noticias/solicitan-retiro-de-la-tv-de-esto-es-guerra-y-combate/>
- Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV). (2016). *Estudio Cuantitativo sobre consumo televisivo y radial en niños, niñas y adolescentes (004-2016 –MTC/32)*. Recuperado de: <http://www.concortv.gob.pe/wp-content/uploads/2017/04/Informe-final-estudio-NNA.pdf>
- Cortés, J. (2009). *Administración de la demanda eléctrica: Propuesta de tarifas horarias* (Tesis de Licenciatura). Recuperado de: <http://www.ptolomeo.unam.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/132.248.52.100/1531/Tesis.pdf?sequence=1>
- Cortez, Y. y Ticse, C. (2014). *Programas televisivos de concurso en el comportamiento de los estudiantes de la IE N° 1233 Manuel Fernando Cabrel Nicho* (Tesis de Licenciatura). Recuperado de: <http://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/UNE/204/267%20TESIS%202014.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cueva, M. (2004). *Los Reality Show: su atractivo* (Tesis de Licenciatura). Recuperado de: <http://repositorio.uisek.edu.ec/bitstream/123456789/134/1/Los%20reality%20shows.pdf>
- Del Villar, E. y Robles, M. (2014). *Percepción de los programas televisivos y las capacidades comunicativas de los estudiantes del segundo grado de educación secundaria Red 03 Ugel 07- 2013*. (Tesis de Maestría). Universidad Cesar Vallejo, Perú. (Acceso el 3 de Mayo)
- Díaz, J. (2015). *Contenido del Reality Show “Bienvenida la tarde” y la aceptación en los estudiantes del quinto de secundaria del colegio Clemente Althaus del distrito de San Miguel, Agosto 2015*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Cesar Vallejo, Perú. (Acceso el 5 de Mayo)
- Díaz, V. (2001). *Diseño y elaboración de cuestionarios para la investigación comercial*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Escalante, E., Repetto, A., y Mattinello, G. (2012). Exploración y análisis de la actitud hacia la estadística en alumnos de psicología. *Liberabit. Revista de Psicología*,

- 18 (1), 15-26.
- Ezcurra, L. (1988). Cuantificación de la validez de contenido por criterio de jueces. *Revista de Psicología PUCP*, 3 (1-2), 103-111.
- Faicán, M. y Hernández, K. (2014). Influencia de los Reality Show en el Comportamiento de adolescentes de los colegios Réplica Aguirre Abab, IPAC y Sagrados Corazones de Guayaquil, durante el primer semestre del 2014 (Tesis de Licenciatura). Recuperado de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/2917/1/T-UCSG-PRE-ART-IPDA-12.pdf>
- Fernández, M., Cayssials, A. y Pérez, A. (2009). *Curso básico de psicometría: Teoría clásica*. Buenos Aires: Lugar Editorial.
- Ferrando, P., y Anguiano-Carrasco, C. (2010). El análisis factorial como técnica de investigación en psicología. *Papeles del Psicólogo*, 31 (1), 18-33.
- García, R., González, J. y Jornet, M. (2010). SPSS: Pruebas No Paramétricas. Recuperado de http://www.uv.es/innomide/spss/SPSS/SPSS_0802A.pdf
- González, C., Rodiño, S., Gorís, A., y Carballo, M. (2008). Consumo de medios de comunicación en una población infantojuvenil. *Pediatría Atención Primaria*, X (38), 53-67.
- Gutiérrez, I., y Del Barrio, Á. (2015). Los adolescentes y el uso de la televisión. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 1 (1), 133-144.
- Hernández, R., Fernández, C. y Bautista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). México: Mc Graw Hill Education.
- Herrero, J. (2010). El Análisis Factorial Confirmatorio en el estudio de la Estructura y Estabilidad de los Instrumentos de Evaluación: Un ejemplo con el Cuestionario de Autoestima CA-14. *Psychosocial Intervention*, 19 (3), 289-300.
- Hu, L. & Bentler, P. (1998). Fit indices in covariance structure modeling: Sensivity to under parameterized model misspecification. *Psychological Methods*, 3(4), 424-453.
- Ibáñez, T., et al. (2004). *Introducción a la psicología social*. Barcelona: UOC
- Ipsos Apoyo Opinión y Mercado (23 de Agosto del 2007). Hábitos y actitudes hacia la televisión 2007. *Marketingdata*, 7(101), 1-3. Recuperado de: https://www.ipsos.com/sites/default/files/2017-02/MKT_Data_Television_2007.PDF

- Katz, M. (2006). *Multivariable analysis* (2.^a ed.). Cambridge: Cambridge University Press.
- Lamprea, J. y Gómez, C. (2007). Validez en la evaluación de escalas. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, XXXVI (2), 340-348.
- León, J. y Malca, M. (2014). Percepción de los reality shows “Combate y Esto es Guerra y su influencia en el comportamiento de los estudiantes de secundaria de las I.E N° 80820 “Víctor Larco” y N° 81025 “José Antonio Encinas”, Víctor Larco (Tesis de Licenciatura). Recuperado de: <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/4251/TESIS%20LEON%20DANCE-MALCA%20ALCANTARA%28FILEminimizer%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Liberio, M. (2015). Análisis de la influencia de los realitys shows nacionales en la formación de estereotipos en los adolescentes de la ciudad de Guayaquil (Tesis de Licenciatura). Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/9049/1/Tesis%20completa.pdf>
- Maestre, D. (2005). «Reality shows»: el verdadero cerdo mediático. *Comunicar*, (25), 1-10.
- Martínez, R. (2005). *Psicometría: Teoría de los test psicológicos y educativos*. Madrid: Síntesis Psicología.
- Mena, C. (2015). Los Realitys shows y su papel en la formación de valores de los Jóvenes de acuerdo al Sumak Kawsay (Tesis de Licenciatura). Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7489/1/TESIS%20CARLOS%20MENA%20%20de%20julio.pdf>
- Meneses, J., Barrios, M., Bonillo, A. y Cosculluela, A. (2013). *Psicometría*. Barcelona: UOC
- Ministerio de educación. (2 de Mayo del 2018). *Unidad de estadística educativa - Escala*. Recuperado de: <http://escale.minedu.gob.pe/padron-de-ieee>
- Montero, I. y León, O. (2007). Clasificación y descripción de las metodologías de investigación en Psicología. *Revista Internacional de Psicología Clínica y de la Salud / International Journal of Clinical and Health Psychology*, 7, 847-862.
- Morales, J., Moya, M., Gaviria, E. y Cuadrado, I. (2007). *Psicología social* (3era ed.). Madrid: McGRAW-HILL.
- Morales, P. (2012). *Tamaño necesario de la muestra: ¿Cuántos sujetos necesitamos?*

- Madrid: Universidad pontificia Comillas. Recuperado de:
<http://web.upcomillas.es/personal/peter/investigacion/Tama%fl0Muestra.pdf>
- Morales, V., Hernández, A. y Blanco, A. (2005). Evaluación de la calidad en los programas de actividad física. *Psicothema*, 17(2), 311-317.
- Morata, M., Holgado, F., Barbero, I. y Méndez, G. (2015). Análisis factorial confirmatorio. Recomendaciones sobre mínimos cuadrados no ponderados en función del error tipo I de Ji- cuadrado y RMSEA. *Acción Psicológica*, 12(1), 79-90.
- Muñiz, J. (1996). Las Teorías de los Tests: Teoría Clásica y Teoría de Respuesta a los ítems. *Papeles del Psicólogo*, 31 (1), 57-66.
- Nunnally, J. (1987). *Teoría Psicométrica*. México: Trillas.
- Ovejero, A. (1993). La teoría de la disonancia cognoscitiva. *Psicothema*, 5 (1), 201-206.
- Prieto, G., y Delgado, A. (2010). Fiabilidad y Validez. *Papeles del Psicólogo*, 31 (1), 67-74.
- Reidl, L. (2013). Confiabilidad en la medición. *Investigación en Educación Médica*, 2 (6), 107-111.
- Ríos, K. y Ríos, C. (2016). Los programas televisivos y niveles de agresividad en estudiantes del 3er. Grado de secundaria de la institución educativa experimental UNAP, San Juan bautista- 2015 (Tesis de Licenciatura). Recuperado de:
http://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/4001/Karen_Tesis_T%C3%ADtulo_2016.pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rodríguez, A. (1987). *Psicología de las actitudes y estructuras cognitivas*. Colección Universitaria Universidad Nacional de San Luis. Recuperado de:
<http://es.scribd.com/doc/37676022/ActitudesRodriguez-Kauth-Unidad-3#scribd>
- Rojas, G. (2015). *Relación entre el contenido del programa “Esto es Guerra” y el comportamiento estereotipado de los alumnos del 4°, 5° y 6° grado del colegio privado Señor de los Milagros, Ventanilla, 2015*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Cesar Vallejo, Perú. (Acceso el 7 de Mayo)
- Rosenberg, M. (1960). A Structural Study of Attitudes Dynamics. *Public Opinion Quarterly*, 24, 319-340.
- Rosenberg, M. & Hovland, C. (1960). *Cognitive, Affective and Behavioral*

- Components of Attitudes. In Attitude Organization and Change: An Analysis of Consistency among Attitude Components.* New Haven: Yale University Press.
- Sánchez, R. (2015). Prueba de Wilcoxon-Mann-Whitney: mitos y realidades. *Revista mexicana de endocrinología, metabolismo & nutrición*, 2, 18-21. Recuperado de <http://132.248.9.34/hevila/Revistamexicanadeendocrinologiametabolismo&nutricion/2015/vol2/no1/3.pdf>
- Sandoval, M. (17 de Julio 2006). Los efectos de la televisión sobre el comportamiento de las audiencias jóvenes desde la perspectiva de la convergencia y de las prácticas culturales. *Universitas Psychologica*, 2(5). Recuperado de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-92672006000200002
- Santisteban, C. (2009). *Principios de Psicometría*. Madrid: SINTESIS
- Sulbarán, D. (2017). Enseñanza interdisciplinar de la estadística en psicología: una propuesta de formación por competencias. *Revista de Psicología*, 26 (1), 1-14.
- Steiger, J., & Lind, J. (1980). *Statistically based tests for the number of common factors*. Iowa, IA: Psychometric Society.
- Toribio, L., González, N., Valdez, J., González, S., y Van Barneveld, H. (2012). Validación de la Escala de Felicidad de Alarcón para adolescentes mexicanos. *Psicología Iberoamericana*, 20 (1), 71-79.
- Vadillo, J. (10 de Marzo del 2018). ¿Qué vemos? *El peruano*. Recuperado de: <http://elperuano.pe/noticia-%C2%BFque-vemos-66247.aspx>
- Vallejo, K., Lara, G. (13 de Julio del 2017). Estudio de caso influencia de los reality shows en los adolescentes de zonas agrícolas del Ecuador, *Caribeña de Ciencias Sociales*. Recuperado de: <http://www.eumed.net/rev/caribe/2017/07/influencia-reality-shows.html>
- Ventura-León, J. y Caycho-Rodríguez, T. (2017). El coeficiente Omega: un método alternativo para la estimación de la confiabilidad. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 15(1), 625-627.
- Wheaton, B., Muthen, B., Alwin, D., & Summers, G. (1977), Assessing Reliability and Stability in Panel Models. *Sociological Methodology*, 8 (1), 84-136.
- Worchel, S., Cooper, J., Goethals, G. y Olson, J. (2009). *Psicología Social*. Madrid: Paraninfo

ANEXOS

ANEXO 01					
MATRIZ DE CONSISTENCIA					
TÍTULO: “Construcción de la Escala de actitudes hacia los realities juveniles de competencia en estudiantes de tercero a quinto de secundaria-Puente Piedra. Lima, 2018”					
AUTOR: Angulo Salazar Fanny Janeli					
PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE E INDICADORES			
<p>Problema principal:</p> <p>¿Se podrá construir la escala de actitudes hacia los realities juveniles de competencia en estudiantes de tercero a quinto de secundaria de tres Instituciones Educativas-Puente Piedra. Lima, 2018?</p>	<p>Objetivo general:</p> <p>Construir la escala de actitudes hacia los <i>realities</i> juveniles de competencia en estudiantes de tercero a quinto de secundaria de tres Instituciones Educativas- Puente Piedra. Lima, 2018.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> Determinar la validez de contenido de la escala de actitudes hacia los realities juveniles de competencia en estudiantes de tercero a quinto de secundaria de tres Instituciones Educativas-Puente Piedra, 2018. Determinar la validez de constructo de la escala de actitudes hacia los realities juveniles de competencia en estudiantes de tercero a quinto de secundaria de tres Instituciones Educativas-Puente Piedra, 2018. Determinar el análisis descriptivo de la escala de actitudes hacia los realities juveniles de competencia en estudiantes de tercero a quinto de secundaria de tres Instituciones Educativas- Puente Piedra. Lima, 2018. Analizar la confiabilidad de la escala de actitudes hacia los realities juveniles de competencia en estudiantes de tercero a quinto de secundaria de tres Instituciones Educativas-Puente Piedra, 2018. Elaborar normas de interpretación de la escala de actitudes hacia los realities juveniles de competencia en estudiantes de tercero a quinto de secundaria de tres Instituciones Educativas-Puente Piedra, 2018. 	Variable: Actitud hacia los realities		Escala de Medición	
		Dimensiones	Indicadores	Ítems	Ordinal tipo Likert TOTALMENTE EN DESACUERDO
		Cognitiva	Contenido	1,2,3	
			Personajes		
		Afectiva	Personaje	4,5,6	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO
Lenguaje					
Intención comercial					
Conductual	Lenguaje	7,8,9	DE ACUERDO TOTALMENTE DE ACUERDO		

	6. Elaborar el manual de la escala de actitudes hacia los realities juveniles de competencia en estudiantes de tercero a quinto de secundaria de tres Instituciones Educativas-Puente Piedra, 2018.		Intención comercial		
<p align="center">TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN</p> <p>DISEÑO: La presente investigación se ubicó en el diseño instrumental, la cual se basa en la creación, desarrollo y adaptación de pruebas y/o instrumentos que tengan la finalidad de evaluar alguna parte cognitiva, afectiva y conductual de la persona (Montero & León, 2007, p. 855).</p> <p>TIPO: Tiene como objetivo demostrar la validez y confiabilidad en base a las puntuaciones cuantitativas del instrumento que se haya construido (Alarcón, 2013).</p> <p>Nivel de estudio Ya que posee propósitos prácticos inmediatos bien definidos, es decir, se investiga para actuar, transformar al producir cambios en un determinado sector de la realidad (Carrasco, 2008, p.43).</p> <p>Enfoque de investigación El enfoque fue de tipo cuantitativo, ya que según Hernández, Fernández y Bautista (2014, p.4) es un conjunto de procesos, en donde se derivan objetivos y preguntas de investigación, la cual busca probar el diseño al medir la variable en un determinado contexto, se analizan las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos</p>	<p>POBLACIÓN Y MUESTRA</p>	<p>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS</p>			
	<p>POBLACIÓN: La población estuvo conformada por 1112 estudiantes del nivel secundario de ambos sexos, los cuales se encuentran entre tercero grado a quinto grado de secundaria de tres Instituciones Educativas públicas en Puente Piedra, según el último Censo que realizó el Ministerio de Educación (ESCALE, 2017).</p> <p>TIPO DE MUESTRA: Se usara como muestra a tres colegios los más representativos de la población el cual se elegirá mediante el muestreo probabilístico de tipo de estratificado, Morales (2012) expresa que este tipo de muestreo es recomendable, para poblaciones grandes las cuales las divide en estratos los cuales se constituyen en función a las características, estos pueden ser sexo, edad, grado entre otros; para esta investigación se divido en 36 estratos</p> <p>TAMAÑO DE MUESTRA: 830 adolescentes de tercero a quinto de secundaria en instituciones públicas en Puente Piedra, 2018</p>	<p>Variable: Actitud hacia los realities</p> <p>Técnicas: Directa mediante la aplicación de una <u>escala</u>.</p> <p>Instrumento: Escala de actitud hacia los realities- EAR, contiene 9 ítems, mide tres dimensiones lo cognitivo, afectivo y conductual; tiene como finalidad determinar el nivel de aceptación o rechazo</p> <p>Autor: Angulo Salazar, Fanny Janeli</p> <p>Año: 2018</p> <p>Ámbito de Aplicación: Individual y colectiva, nivel secundario.</p>			

Anexo 02: Instrumento: Escala de actitudes hacia los realities (Versión original)

Escala EAR

Angulo (2018)

Nombres:.....
 Edad:Sexo: Grado:.....Fecha:

INSTRUCCIONES

- Los resultados serán secretos y confidenciales.
- Marca con aspa (X) en los siguientes enunciados, que creas conveniente
- No hay respuestas buenas o malas.
- Lo importante es que seas sincero (a) al responder
- No emplee mucho tiempo en cada frase
- Use la siguiente tabla para responder:

Realities: Son programas que hacen espectáculo de la realidad, de uno o un grupo de personas, presentando aspectos íntimos de su vida, llevando a cabo intercambio de opiniones, siendo esto situaciones de una realidad televisada, la cual puede estar basada en hechos reales o ficticios

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de acuerdo
1. Los realities incentivan a la violencia física y verbal					
2. Quienes compiten en los realities no son inteligentes					
3. Los realities son programas que entretienen sanamente					
4. Los participantes de los realities, muchas veces utilizan un lenguaje grosero					
5. El contenido de los realities me incomoda					
6. Los participantes de los realities me cae mal porque son creídos					
7. Las palabras usadas en los realities me desagradan e incomodan					
8. Me desagradan los productos que se promocionan en los realities					
9. Apoyo a los competidores de los programas realities					
10. Utilizo las frases que se usan en los realities con mis amigos y familiares					
11. Consumo los productos de los realities					
12. Me dejo llevar por la moda que traen los competidores de los realities					

Anexo 03: Instrumento corregido por el presente estudio

Escala EAR

Angulo (2018)

Nombres.....
 Edad:Sexo: Grado.....Fecha:

INSTRUCCIONES

Este instrumento está dirigido para adolescentes. Los resultados serán secretos y confidenciales. Marca con aspa (X) en los siguientes enunciados, que creas conveniente No hay respuestas buenas o malas; lo importante es que seas sincero (a) al responder. No emplee mucho tiempo en cada frase. Use la siguiente tabla para responder:

Realities: Son programas que hacen espectáculo de la realidad, de uno o un grupo de personas, presentando aspectos íntimos de su vida, llevando a cabo intercambio de opiniones, siendo esto situaciones de una realidad televisada, la cual puede estar basada en hechos reales o ficticios. De los cuales en nuestro país tenemos a **Esto es Guerra y Combate**

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de acuerdo
1. Los realities incentivan la violencia física y verbal					
2. Quienes compiten en los realities no son inteligentes					
3. Los realities son programas que entretienen sanamente					
4. Los participantes de los realities me cae mal porque son creídos					
5. Las palabras usadas en los realities me desagradan e incomodan					
6. Me desagradan los productos que se promocionan en los realities					
7. Utilizo las frases que se usan en los realities con mis amigos y familiares					
8. Consumo los productos de los realities					
9. Me dejo llevar por la moda que traen los competidores de los realities					

Anexo 04: Cartas de presentación



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

"Año del Dialogo y la Reconciliación Nacional"

Los Olivos, 20 de setiembre de 2018

CARTA INV. N° 794 - 2018/EP/PSI. UCV LIMA-LN

Sr. (a)
Victor Requis Quispe
Director
INSTITUCIÓN EDUCATIVA 5168
Jr. Las Orquideas 319 – Rosaluz 1era Etapa – Puente Piedra

Presente.-

De nuestra consideración:

*Es grato dirigirme a usted, para expresarle mi cordial saludo y a la vez solicitar autorización para la Srta. **ANGULO SALAZAR, FANNY JANELI** estudiante de la carrera de psicología, quien desea realizar su trabajo de investigación realizando una aplicación de una prueba psicológica para fines de su Licenciatura , agradecemos por antelación le brinde las facilidades del caso, en la entidad que está bajo su dirección.*

En Esta Oportunidad Hago Propicia La Ocasión Para Renovarle Los Sentimientos De Mi Especial Consideración Y Estima Personal.

Atentamente,



Mgtr. Melisa Sevillano Gamboa
Coordinadora Académica de la
Escuela Profesional de Psicología
Filial Lima Campus Lima Norte

MSG/ALF

Somos la universidad de los
que quieren salir adelante.



ucv.edu.pe



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

"Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional"

Los Olivos, 11 de junio de 2018

CARTA INV. N° 490 - 2018/EP/PSI. UCV LIMA-LN

Sr. (a)
Enríquez Oliveros Eulogio Aníbal
Director
INSTITUCIÓN EDUCATIVA N° 2067 LEONCIO PRADO
Carretera Panamericana S/N – Puente Piedra

Presente.-

De nuestra consideración:

Es grato dirigirme a usted, para expresarle mi cordial saludo y a la vez solicitar autorización para la Srta. **ANGULO SALAZAR, FANNY JANELI** estudiante de la Carrera de Psicología, quien desea realizar su trabajo de investigación sobre: **"DESARROLLO DE LA ESCALA DE ACTITUDES HACIA REALITIES PARA ADOLESCENTES DE 3RO A 5TO DE SECUNDARIA EN INSTITUCIONES PÚBLICAS DE ZAPALLAL – PUENTE PIEDRA, 2018 "**, agradecemos por antelación le brinde las facilidades del caso, en la entidad que está bajo su Dirección.

En esta oportunidad hago propicia la ocasión para renovarle los sentimientos de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,



Mgtr. Melisa Sevillano Gamboa
Coordinadora Académica de la
Escuela Profesional de Psicología
Filial Lima Campus Lima Norte



Rec. 15/06/18

MSG/ALF

LIMA NORTE Av. Alfredo Mendiola 6232, Los Olivos. Tel.: (+511) 202 4342 Fax.: (+511) 202 4343
LIMA ESTE Av. del Parque 640, Urb. Canto Rey, San Juan de Lurigancho Tel.: (+511) 200 9030 Anx.: 2510
ATE Carretera Central Km. 8.2 Tel.: (+511) 200 9030 Anx.: 8184
CALLAO Av. Argentina 1795 Tel.: (+511) 202 4342 Anx.: 2650



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

"Año del Dialogo y la Reconciliación Nacional"

Los Olivos, 05 de junio de 2018

CARTA INV. N° 453 - 2018/EP/PSI. UCV LIMA-LN

Sr. (a)
Silvar Melchor Liberato
Sub Director
INSTITUCIÓN EDUCATIVA 3070 MARÍA DE LOS ÁNGELES
Av. Buenos Aires Cuadra 17 – Puente Piedra

Presente.-

De nuestra consideración:

Es grato dirigirme a usted, para expresarle mi cordial saludo y a la vez solicitar autorización para la Srta. **ANGULO SALAZAR, FANNY JANELI** estudiante de la Carrera de Psicología, quien desea realizar su trabajo de investigación sobre: **"DESARROLLO DE LA ESCALA DE ACTITUDES HACIA REALITIES PARA ADOLESCENTES DE 3RO A 5TO DE SECUNDARIA EN INSTITUCIONES PÚBLICAS DE ZAPALLAL – PUENTE PIEDRA, 2018 "**, agradecemos por antelación le brinde las facilidades del caso, en la entidad que está bajo su Dirección.

En esta oportunidad hago propicia la ocasión para renovarle los sentimientos de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,



Mgtr. Melisa Sevillano Gamboa
Coordinadora Académica de la
Escuela Profesional de Psicología
Filial Lima Campus Lima Norte


Sr. Silvar Melchor Liberato
SUB DIRECTOR - SECUNDARIA

MSG/ALF

LIMA NORTE Av. Alfredo Mendiola 6232, Los Olivos. Tel. :(+512) 202 4342 Fax. :(+511) 202 4343
LIMA ESTE Av. del Parque 640, Urb. Canto Rey, San Juan de Lurigancho Tel. :(+511) 200 9030 Anx.: 2510
ATE Carretera Central Km. 8.2 Tel. :(+511) 200 9030 Anx.: 8184
CALLAO Av. Argentina 1795 Tel. :(+511) 202 4342 Anx.: 2650

Anexo 05: Consentimiento Informado al padre de familia



CONSENTIMIENTO INFORMADO

Padre de familia:

.....

Con el debido respeto me presento a usted, mi nombre es **Fanny Janeli Angulo Salazar**, interno de psicología de la Universidad César Vallejo – Lima Norte. En la actualidad me encuentro realizando una investigación sobre **“Construcción de la Escala de actitudes hacia los realities juveniles de competencia en estudiantes de tercero a quinto de secundaria de tres instituciones educativas-Puente Piedra. Lima, 2018”**; y para ello quisiera contar con su valiosa colaboración. El proceso consiste en la aplicación de una escala: **EAR**.

Gracias por su colaboración.

Atte. Fanny Janeli Angulo Salazar

ESTUDIANTE DE LA EAP DE PSICOLOGÍA
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Yo.....
con número de DNI: acepto que se realice la aplicación de la investigación **“Construcción de la Escala de actitudes hacia los realities juveniles de competencia en estudiantes de tercero a quinto de secundaria de tres instituciones educativas-Puente Piedra. Lima, 2018”**; de la interna de psicología Fanny Janeli Angulo Salazar.

Día:/...../.....

Firma

Anexo 06: Resultado piloto

3.1. Análisis descriptivo de los ítems

Análisis descriptivo de los ítems de la Escala de actitudes hacia los realities juveniles.

Ítems	fr					M	DE	g1	g2	IHC	h2	ID	Aceptable
	1	2	3	4	5								
P1	16.0	37.0	33.0	12.0	2.0	2.5	1.0	0.29	-0.33	0.52	0.53	0.00	Sí
P2	14.0	15.0	49.0	13.0	9.0	2.9	1.1	0.01	-0.20	0.50	0.48	0.00	Sí
P3	25.0	34.0	34.0	6.0	1.0	2.2	0.9	0.26	-0.46	0.40	0.56	0.00	Sí
P4	14.0	32.0	36.0	9.0	9.0	2.7	1.1	0.46	-0.21	0.49	0.63	0.00	Sí
P5	17.0	21.0	44.0	10.0	8.0	2.7	1.1	0.20	-0.30	0.41	0.35	0.00	No
P6	34.0	26.0	30.0	10.0	0.0	3.3	1.1	0.00	-0.31	0.46	0.51	0.00	Sí
P7	10.0	23.0	38.0	14.0	15.0	3.0	1.2	0.17	-0.65	0.41	0.61	0.00	Sí
P8	8.0	13.0	52.0	15.0	12.0	3.1	1.0	0.02	0.04	0.50	0.69	0.00	Sí
P9	35.0	31.0	27.0	6.0	1.0	2.07	0.98	0.52	-0.47	0.61	0.69	0.00	Si
P10	50.0	30.0	15.0	5.0	0	1.75	0.89	0.95	-0.03	0.54	0.60	0.00	Si
P11	57.0	26.0	13.0	3.0	1.0	1.65	0.89	1.37	1.51	0.49	0.48	0.00	Si
P12	42.0	18.0	32.0	8.0	0	2.06	1.03	0.33	-1.29	0.50	0.47	0.00	Si

Nota: FR: Formato de respuesta; M: Media; DE: Desviación estándar; g¹: coeficiente de asimetría de Fisher; g²: coeficiente de curtosis de Fisher; IHC: Índice de homogeneidad corregida; h²: Comunalidad; ID: Índice de discriminación.

En la tabla se estima que el porcentaje de las 5 opciones de la escala no supera el 80%, lo que indica que los participantes contestaron correctamente, sin sesgo ni deseabilidad social, a las preguntas. Las medidas de asimetría están próximas a 1.5, solo hay una que sobrepasa a 1,62 y las medidas de curtosis cercanas a 3, lo que revela que estos datos no se alejan drásticamente de la distribución normal. Todos los ítems en los valores de la correlación ítem-test corregida que son superiores a 0.30, lo que señala que esas premisas tienden a medir la misma variable. En los valores de las comunalidades, existe un ítem que no es superiores a 0.40, lo que evidencia de que

aquella premisa no logra captar los indicadores de la variable. Finalmente, todos los reactivos mostraron capacidad discriminativa por el método de grupos extremos ($p < 0.05$). En resumen, 11 ítems de la escala de actitud hacia los realities son aceptables para realizar el análisis factorial exploratorio.

3.2. Validez de constructo

3.2.1. Análisis factorial confirmatorio

Índices de bondad de ajuste del modelo según el análisis factorial confirmatorio en un estudio preliminar a 100 estudiantes.

Índice de ajuste del modelo	Valor
Índice de ajuste absolutos	
CMIN/gl	1.167
RMSEA	.041
RMRS	.074
CFI	.969

Nota: RMSEA: Error cuadrático medio de estimación
 CMIN/gl: Discrepancia mínima por grado de libertad
 CFI: Índice de ajuste Comparativo
 RMRS: Índice de la raíz del cuadrado medio del residuo

En la tabla se aprecian los valores de ajuste global, obteniendo un CFI y AGFI mayor al mínimo aceptable de .90, del mismo modo, los valores de RMRS deben ser menores o iguales al 0.05 para que este índice sea óptimo o ser menores al 0.80 para que sea aceptable, (Morales, Hernández & Blanco, 2005); a igual que los valores de RMSEA no deben de exceder de 0.80 para que sean aceptables (Morata, Holgado, Barbero & Méndez, 2015); en tanto en el CFI indican valores aceptables, siendo estos mayores a 0.90

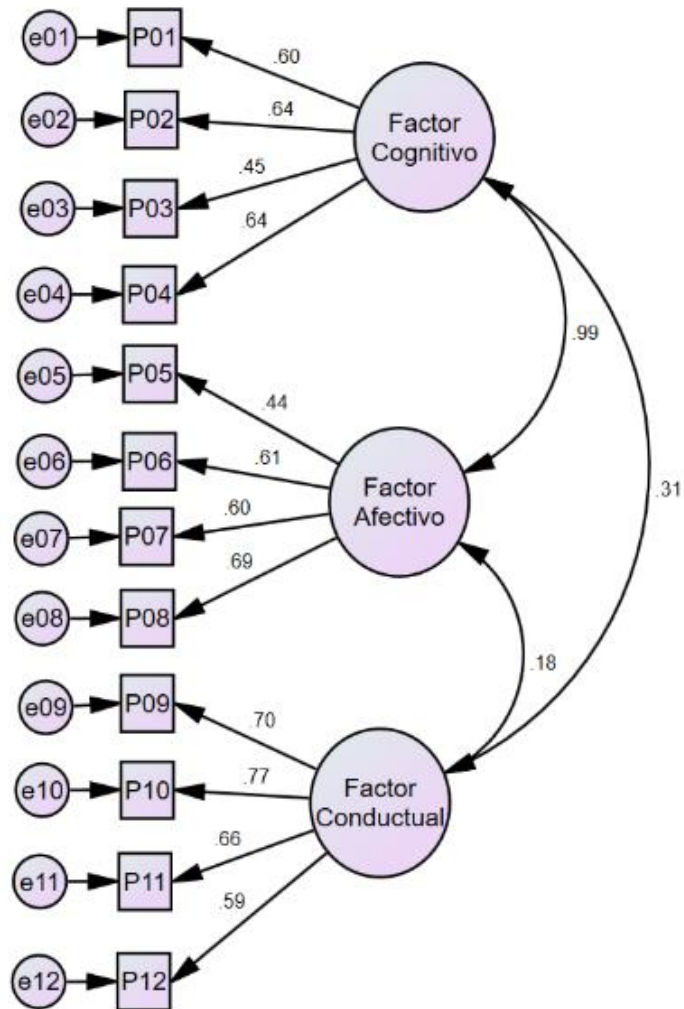


Figura 2. Modelo de tres factores de la Escala de actitudes hacia los realities juveniles de competencia en estudiantes de tercero a quinto de secundaria- Puente Piedra, 2018.

Se evidenció adecuados índices de ajuste: CFI=0.969, RMSEA=0.041, RMRS =0.074, consecutivamente se eliminó cuatro preguntas por dimensión, dicha supresión se hizo en comparación con el análisis descriptivo.

3.4. Confiabilidad por consistencia interna

Análisis de fiabilidad por consistencia interna mediante el Alfa de Cronbach del estudio piloto

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Coficiente Omega de McDonald	N de elementos
,79	,88	12

En la tabla se puede evidenciar el Coeficiente de Alfa de Cronbach, en donde se muestra un valor de .79, ya que se aceptan como confiables a los valores alfa iguales o mayores a .65 (Reidl, 2013). A la par se evidencia una confiabilidad de .80 mediante el coeficiente Omega, demostrando así una alta confiabilidad pues para Katz (2006) también se consideran aceptables desde .65.

Anexo 07: Lista de Criterios de jueces



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Cornejo del Carpio, Manuel

DNI: 08827488

Especialidad del validador: Clínica educativa

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Manuel Cornejo Del Carpio
PSICOLOGO
C.P.R. 6016



Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. Mg. RUIZ VALENCIA FLOR DE MARIA.....

DNI: 07383222.....

Especialidad del validador: Psicóloga Orientadora en Sexualidad Humana; Mta. en Docencia Universitaria.....

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Mg. Flor de María Ruiz Valencia
Psicóloga
Orientadora en Sexualidad Humana
C.Ps.P. N° 3451



Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [✓] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: *Ayón Espinoza, Hazlett Jesús*

DNI: *46650110*

Especialidad del validador: *Psicólogo Clínico / Psicoterapeuta.*

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Hazlett Jesús Ayón Espinoza
Hazlett Jesús Ayón Espinoza
Psicólogo
C.Ps. P-26105



Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: *Cano Quevedo, Jaquelin Kory*

DNI: *41190816*

Especialidad del validador: *Psicóloga Educativa*

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Ps. *Jaquelin Cano*

C.B.P. 21494

Mg. Jaquelin Kory Cano Quevedo
PSICÓLOGA
C.Ps.P. 21494



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: LARA GRADOS CARLOS ENRIQUE

DNI: 06595199


Especialidad del validador: MAESTRO EN INVESTIGACIÓN Y DOCENCIA UNIVERSITARIA

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.


.....
Lic. Carlos Enrique Lara Grados
C.Ps.P. 2093
Mg. en Investigación y Docencia
Universitaria



Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Sánchez Planos Karina

DNI: 40639063

Especialidad del validador: Problemas de Aprendizaje

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Karina Sánchez Planos
PSICÓLOGA
CPSP. 23810



Observaciones:

Corregir sólo un ítem

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg. *Elsa Butaempo Rojas*

DNI: *45897614*

Especialidad del validador: *Clinico - Educativo*

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Elsa Butaempo
Mg. Elsa Maria Butaempo
PSICOLOGA
C.Ps.P. 26119



Observaciones:


Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador ^{Dr.} Mg: Barboza Zelada Luis Alberto

DNI: 07068974

Especialidad del validador: Asesor Pedagógico

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Luis Alberto Barboza Zelada
Doctor en Psicología
C.Ps.P. 3516



Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Dominóez De la Cruz Rosma

DNI: 08493565

Especialidad del validador:

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Mg. Rosma Dominguez de la Cruz
PSICOLOGA
Colegiatura N° 6840



Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: JIMÉNEZ NORIEGA RICARDO

DNI: 08453191

Especialidad del validador: Mg. PROBLEMAS APRENDIZAJE

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



RICARDO E. JIMÉNEZ NORIEGA
PSICOLOGO
CPP 12584

Anexo 08: Manual de la Escala de actitudes hacia los realities.

ESCALA DE ACTITUD HACIA LOS REALITIES “EAR”

Autor: ANGULO SALAZAR FANNY JANELI

MANUAL

Lima, 2018
Universidad César Vallejo-Sede Lima Norte
ÍNDICE

	Pág.
Introducción	72
I. DESCRIPCIÓN GENERAL	74
1.1 Ficha técnica	74
1.2 Marco Teórico	74
1.3 Definición de Constructo	77
1.4 Áreas o Componentes del Constructo	77
1.5 Población Objetivo	78
1.6 Campo de aplicación	78
1.7 Materiales de la prueba	78
1.8 Reactivos de la prueba	79
II. NORMAS DE LA PRUEBA	79
2.1 Instrucción para la administración	79
2.2 Instrucción para los examinados	79
2.3 Instrucciones para su calificación	79
2.4 Instrucciones para su interpretación	80
III. JUSTIFICACIÓN	81
3.1 Análisis de Ítems por Jueces y validez	81
3.2 Confiabilidad	81
IV. NORMAS INTERPRETATIVAS	82

INTRODUCCIÓN

En la actualidad la televisión es un medio de comunicación que forma parte de la estructura de un hogar, el cual está expuesto primordialmente a niños y adolescentes ya que tienen, mayor tiempo libre para tener contacto con este medio, y no tanto a los padres ya que están sumergidos en su ámbito laboral. La televisión no distingue clase social, pues lo puede poseer tanto familias de nivel socioeconómico alto como del bajo; así lo demostró Gutiérrez y Del Barrio (2015) el cual realizo una investigación con 2371 adolescentes en España, el cual indico que un 89,54 % (1228 sujetos) manifiesta tener dos o más televisores en casa, pertenecientes a un nivel socioeconómico alto; asimismo tan solo 0,17 % siendo 4 encuestados expresan no tener ninguna televisión, los cuales presentan un nivel socioeconómico bajo, demostrando que existe mayor consumo televisivo en los adolescentes, demostrando que, los niños a medida que crecen exigen más a sus padres obtener un televisor en sus dormitorios; expresa además que existe adolescentes que ven televisión más de siete horas, todas la semana siendo este 9.78% (232 sujetos).

Existe diversos programas de preferencia del televidente, pues las personas buscamos el entretenimiento, la diversión, estar actualizado en la moda de las emisiones televisivas; tal como en la actualidad uno de los tipos de programas con más audiencia son los realities, los cuales son una tendencia en nuestro país, teniendo como fans a niños, adolescentes, e incluso a adultos quienes siguen día a día cada historia. Sin embargo, muchos de los programas presentan contenido que vulneran: el derecho a la intimidad o al honor, los del público infantil y juvenil a una protección eficaz de su sensibilidad; pues los creadores de estas transmisiones llegan a mostrar contenido falso y hasta la manipulación si es preciso (Barrera, 1994).

Ipsos Apoyo Opinión y Mercado (2007) señala que, en el Perú, en promedio las personas de 12 a 70 años son mayormente consumidores de la televisión los cuales ven alrededor de tres horas diarias de televisión; siendo los bloques televisivos de 8:00 a 10:00 pm y de 10:00 a 12:00 pm en los que se

acostumbra ver más televisión; observándose un incremento de sintonía los días de semana frente a los fines de semana.

La plataforma televisiva se ha vuelto un instrumento el cual nos brinda información actual, noticias y entretenimiento, lo que hace que el adolescente este más al contacto con dicho medio, para enriquecerse con todo lo que le ofrece; muchos de ellos dejan de lado sus actividades primordiales, creando un uso excesivo o sobreconsumo de televisión en estas edades, las cuales se relaciona con diversos efectos negativos para la educación, la salud, las relaciones interpersonales en el ámbito familiar y social de los niños y adolescentes; el mal uso, contribuye a la reducción del tiempo dedicado a la lectura, realización de trabajos escolares, afectando así el rendimiento escolar, la comunicación familiar, las relaciones interpersonales, el desarrollo de sus habilidades sociales y su desenvolvimiento como niño/o adolescente (González, Rodiño, Gorís & Carballo, 2008). Para el adolescente juega un papel importante los medios de comunicación ya que componen recursos simbólicos con las cuales los adolescentes empiezan a crear su propia identidad, comparando y contrarrestando el mundo de la televisión con su propio mundo social (Vallejos & Lara, 2017)

El Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV, 2015) en su estudio determinó que los programas de reality Esto es Guerra tiene como televidentes a adolescentes y niños lo cual revela que es el programa más visto con un 50% y seguido de Combate con un 29%; Asimismo manifiestan que la decana del colegio de psicólogos del Perú pidió que saquen del aire a dichos programas y a Amor, Amor, Amor ya que infringen el horario familiar y normalizan la violencia al transmitirla como algo superficial y cotidiano. El realismo en las transmisiones de los realities incrementa de manera trágica, las escenas de agresión, el pensamiento de que el mundo es un lugar peligroso, así como la desensibilización, especialmente en adolescentes. Por lo cual es posible que los niños y adolescentes que ven estos programas se vean más afectados en su comportamiento que aquellos niños y adolescentes que no los ven (Sandoval, 2006).

Posterior al estudio anterior (CONCORTV, 2016) realiza una investigación a 9 148 niños y adolescentes sobre el consumo televisivo y radial en

niñas, niños y adolescentes, donde se encontró que el 98.8 % ven televisión y el 93.6% escucha radio, demostrando que presentan un gran fanatismo a personajes de realities de competencia (14.8%) y queriendo ser como ellos (52.8%). Existiendo a su vez programas que presentan un lenguaje grosero y vulgar son las películas (41.6%), programas de espectáculos (35.6%), realities de competencia (34.2%) y las telenovelas (32.6%); índice de percepción de violencia en los programas son películas (44.8%), telenovelas y finalmente en contenido sexual son las películas (30.2%) y telenovelas (33.4%) La Escala de Estilos de Socialización Parental "PASS" pretende ser una herramienta de evaluación útil en el ámbito clínico y educativo que permita identificar los estilos de socialización parental empleados por padres de hijos adolescentes, de tal modo que brinde indicadores para entender el porqué de una determinada conducta.

Dicho test psicológico fue elaborado tomando como referencia la innovación del modelo teórico de Rosenberg y Hovland, el cual enfatiza tres dimensiones globales básicas: "Cognitivo", "Afectivo", "Conductual". Partiendo de dichas dimensiones se identificaron cuatro indicadores que presenta los realities: Contenido, Lenguaje, Personajes e Intención Comercial.

Esta escala en constante desarrollo tiene como meta perfeccionarse, con el fin de satisfacer las necesidades que se van generando como resultado de los avances científicos y sociales.

I. DESCRIPCIÓN GENERAL

1.1. FICHA TÉCNICA

Nombre: Escala de actitud hacia los realities juveniles de competencia (EAR).

Autor: Fanny Janeli Angulo Salazar.

Procedencia: Universidad César Vallejo, Perú.

Aparición: 2018.

Significación: Determinar el nivel de aceptación o rechazo que presentan los estudiantes a estos programas juveniles

Aspectos que evalúa: Los tres componentes:

-Cognitivo

-Afectivo

-Conductual

Administración: Individual y colectiva.

Aplicación: Adolescentes de ambos sexos, con un nivel cultural promedio para comprender las instrucciones y enunciados del test.

Duración: Esta escala no precisa un tiempo determinado; no obstante, el tiempo promedio es de 10 minutos.

Tipo de ítem: Enunciados con alternativas politómicas tipo escala Likert.

Ámbitos: Clínico, Educativo e Investigación.

Materiales: Manual de registros y hoja de respuestas.

Criterios de calidad: Validez y confiabilidad.

1.2. MARCO TEÓRICO

1.2.1. Psicometría

La psicometría es la descripción, que pretende establecer normas o principios generales, para la predicción y explicación de los fenómenos empíricos del área de interés, las ciencias deben recoger datos para establecer correlaciones, ecuaciones, etc. Tiene como objetivo desarrollar modelos de índole cuantitativa, para lograr así la transformación de los hechos en datos, asignándoles valores numéricos generalmente a las personas o sujetos (Martínez, 2005).

1.2.2. Teoría Clásica de los Test

Spearman presenta tres supuestos, el primero es supuesto es definir la puntuación verdadera como la esperanza matemática de la puntuación verdadera: $v = e(x)$, significando esto, que la puntuación verdadera es el resultado de la aplicación del test en distintas ocasiones como resultado de la media. El segundo supuesto es asume que no existe relación entre el error y la puntuación verdadera, pues no influye en la puntuación, existiendo así puntuaciones altas con errores bajos o altos: $r(v,e) = 0$. El tercer supuesto establece que los errores de las personas en un test no están relacionados con los errores de medida de otro test, lo cual significa que cualquier error cometido en una ocasión vaya a ser realizado en otra ocasión: $r(e_j, e_k) = 0$. Presenta una definición de los test paralelos el cual son aquellos test que miden las mismas variables, pero, presentan distintos ítems y la puntuación verdadera va a ser la misma (Muñiz, 1996).

1.2.3. Tripartito de la Actitudes

En la presente investigación estamos usando el modelo tripartito de la actitud el cual ha sido desarrollado por Rosenberg y Hovland (1960), los que luego de diversas investigaciones concluyen que la actitud se define como predisposiciones para responder a una clase de estímulos con ciertas repuestas, presentando también tres componentes que engloban o forman una actitud. Por lo cual se puede decir que, las ideas, los comportamientos y las emociones influyen directamente en la forma de actuar; ya que, de alguna u otra forma, si se mejora las destrezas los hábitos de comportamiento y la información, y se brinda emociones y sentimientos favorables, se mejorarán los resultados de la actitud y la predicción del comportamiento (Arnau y Montané, 2010, p.1288). Las actitudes no componen una identidad observable, sino que son construcciones teóricas que interfieren en ciertos comportamientos, pensamientos, y sentimientos; para medir las actitudes, se basa en las respuestas que presenta, las cuales son reacciones valorativas ante opiniones, sentimientos y/o conductas (Escalante, Repetto & Mattinello, 2012, p. 16).

Los modelos actitudinales en donde los objetivos no son conocidos o los cuales no poseen información, no pueden crear actitudes; en el componente cognitivo puede ser pensamientos u opiniones erróneos, si esto sucede no afectara en la intensidad del afecto; en el componente afectivo la persona puede experimentar distintas experiencias, las cuales pueden ser sentimientos de agrado, simpatía y hasta el amor por el objeto, pero también puede ser sentimientos negativos en la cual será de desagrado, fastidio y hasta odio; y por último en el componente conductual indica la conducta que puede ser

anticipada por el reconocimiento de los dos componentes anteriores (Rodríguez, 1987, p.5-6).

Las actitudes presentan un carácter de mediador, sobre los aspectos afectivos, cognitivos y comportamentales y la relación entre estos, debido a parte del supuesto de cierta coherencia entre las opiniones o pensamiento, las emociones y la forma o manera de actuar de las personas, a su vez presenta un poder de vinculación entre el mundo personal y el mundo social las cuales se pueden reflejar en la decisión grupal; las actitudes puede explicar a partir de principios científicos, el comportamiento humano como racional y lógico (Ibáñez, Botella, Doménech, et al, 2004, p. 183-184). La actitud puede ser entendida como una especie de programa anticipado, ante alguna situación socialmente significativa, la cual se desenvuelve en una manera significativa de actuar, asimismo es un estado mental y neural de disposición a través de la experiencia, que actúa sobre la conducta de la persona ante situaciones u objetos con los que se relaciona (Campos, 1985, p. 401-403)

Rosenberg y Hovland explican que, para que se forme la actitud es necesario de tres componentes, pueden variar en un sentido u otro dependiendo del estímulo del que se trate, presentando así conductas favorables u hostiles, pensamientos favorables o desfavorables y sentimientos placenteros o desagradables, estos componentes son (Worchel, Cooper, Goethals & Olson, 2009, p. 129-135):

a) Componente Cognoscitivo o Cognitivo: Representación cognitiva que se tiene sobre el objeto de la actitud, lo constituyen ideas u opiniones, creencias, percepciones; pueden ser producto del conocimiento científico, creencias transmitidas por la tradición, superstición o de las

experiencias, es posible que estas informaciones sean vagas o erróneas, por lo cual puede o no corresponder con la realidad.

b) Componente afectivo o emocional: Hace alusión a las emociones o sentimientos ligados con el objeto de actitud, siendo las preferencias y afectos que experimenta una persona sobre su objeto social, siendo este el componente el más característico de las actitudes sociales.

c) Componente Conductual: Aquel que incorpora la disposición conductual del individuo a responder al objeto de actitud, son las acciones manifiestas y declaraciones de intenciones que el sujeto desarrolla entorno al objeto. Esta manera de actuar es una consecuencia de la relación del afectivo y conductual.

La relación entre conducta y actitud se refleja en la unión de un grupo de variables las cuales están relacionadas con la toma de decisiones a nivel conductual; cuando los componentes afectivos y cognitivos de una actitud son mutuamente permanentes la actitud tiene un estado estable, cuando los componentes cognitivos y afectivos son inconsistentes, hasta exceder la tolerancia de una persona a tal inconsistencia; la actitud está en estado de inestabilidad y sufrirá una espontánea modificación hasta que ésta vuelva a crear un estado de estabilidad, ya sea mediante el logro de la compatibilidad afectivo-cognitivo o disponer de una incompatible inconsistencia del conocimiento activo; por ejemplo si alguno de las personas siente desagrado por las personas de color de piel oscura, pero a su vez sabe que éstos son personas trabajadores, honestos, igual a las personas blancas en todo, menos en la piel, esa persona difícilmente ponga mucho empeño en superar la contradicción, ya que sus contactos ocasionales con las personas de piel oscura, no son tan

frecuentes que no representa esa inconsistencia perceptiva ni incómodo (Rodríguez, 1987, p.7-8).

1.2.4. Otras teorías: Disonancia Cognitiva

Una de las teorías sobre las actitudes más resaltantes, es la de disonancia cognitiva, esta teoría fue creada por el psicólogo estadounidense Leon Festinger en 1957, el cual expresa esta teoría se basa en una acción para reducir la disonancia. Festinger piensa que las opiniones y las actitudes de un sujeto son consonantes las unas con las otras, creando así conexiones entre las actitudes políticas, sociales, entre otras; existiendo el mismo modo de consistencia (consonancia) de lo que una persona sabe o cree y lo que hace; la información extra que se nos viene a la imaginación, nosotros lo tomaremos como inconsistente (disonancia), lo correcto sería racionalizar esos tipos de información, al no lograr la racionalización, sigue existiendo la disonancia (dos procesos cognitivos que no concuerdan), lo que formaría una incomodidad psicológica, dando como resultado, que la persona trate de reducirla, evitando así, informaciones que podrían aumentarla. Se puede encontrar dos situaciones en las que ocurre la disonancia (Ovejero, 1993, p. 201-206):

a) A la persona le gusta leer, investigar, recibir información, y estar actualizado sobre algo, creándose así una disonancia con el conocimiento existente, con las opiniones o la creencia de una conducta, ya que nadie puede controlar la información que le llega.

b) Aunque no exista acontecimientos nuevos y la información sea la misma, la presencia de la disonancia es

algo que pasa todos los días, donde se forma una opinión y tomar una decisión es casi inevitable que surja una disonancia en la cognición de la acción de ese momento y las opiniones y conocimiento que señalan una acción diferente.

1.3. DEFINICIÓN DEL CONSTRUCTO

1.3.1. Definición Conceptual

Actitud:

Rosenberg y Hovland (1960), los que luego de diversas investigaciones concluyen que la actitud se define como predisposiciones para responder a una clase de estímulos con ciertas repuestas, presentando también tres componentes que engloban o forman una actitud.

Para Arnau y Montané (2010, p. 1286) “la actitud es una tendencia a actuar de una manera determinada, hacia un objeto ya sea de manera a positiva o negativa, siendo condicionada por la incidencia de los elementos cognitivos, afectivos y conductuales”.

Para Morales, Moya, Gaviria y Cuadrado (2007, p.459) las actitudes son “evaluaciones globales y relativamente estables que las personas hacen sobre otros sujetos, ideas o cosas que reciben la denominación de objetos de actitudes”, al hablar de las actitudes se hace referencia a los grados tanto positivo como negativo con que las personas tienden a juzgar cualquier aspecto de la realidad u objeto de actitud.

Realities:

Para Anguiano (2009, p.6) “son programas que hacen espectáculo de la realidad, de uno o un grupo de personas, presentando aspectos íntimos de su vida, llevando a cabo intercambio de opiniones, siendo esto situaciones de una realidad televisada, la cual puede estar basada en hechos reales o ficticios”.

Actitud hacia los realities:

Rosenberg y Hovland (1960), define a la actitud como predisposiciones para responder a una clase de estímulos con ciertas repuestas, presentando también tres componentes que engloban o forman

una actitud; los componentes de la actitud, pueden variar en un sentido u otro dependiendo del estímulo del que se trate, presentando así conductas favorables u hostiles, pensamientos favorables o desfavorables y sentimientos placenteros o desagradables. Los reality show son un tipo de género televisivo en el cual el personaje principal no son actores, son simplemente personas normales, anónimas; es una telerealidad que es ficticia; presentando contextos ficticios en donde los elementos están manipulados para crear un efecto deseado y pedido; para crear una plataforma de reality debe de existir: El contenido, los personajes, el lenguaje, intención comercial (Maestre, 2005).

1.3.2. Definición Operacional

La actitud son las opiniones, creencias y respuestas intencionadas, las cuales pueden poseer tres valores (positivo, neutro y negativo) que tienen una persona hacia los realities, dicha actitud está compuesta por las dimensiones: cognitivo, afectivo, y conductual. Esta variable se medirá a través de los puntajes obtenidos en la Escala de actitudes hacia los realities (EAR)

1.4. ÁREAS O COMPONENTES DEL CONSTRUCTO

1.4.1. Componentes del constructo

Entre los componentes que forman las actitudes hacia los realities se encuentran:

1.4.1.1. Cognitivo

Representación cognitiva que se tiene sobre el objeto de la actitud, lo constituyen ideas u opiniones, creencias, percepciones; pueden ser producto del conocimiento científico, creencias transmitidas por la tradición, superstición o de las experiencias, es posible que estas informaciones sean vagas o erróneas, por lo cual puede o no corresponder con la realidad (Worchel, Cooper, Goethals & Olson, 2009, p. 129-135).

1.4.1.2. **Afectivo**

Hace alusión a las emociones o sentimientos ligados con el objeto de actitud, siendo las preferencias y afectos que experimenta una persona sobre su objeto social, siendo este el componente el más característico de las actitudes sociales (Worchel, Cooper, Goethals & Olson, 2009, p. 129-135).

1.4.1.3. **Conductual**

Aquel que incorpora la disposición conductual del individuo a responder al objeto de actitud, son las acciones manifiestas y declaraciones de intenciones que el sujeto desarrolla entorno al objeto. Esta manera de actuar es una consecuencia de la relación del afectivo y conductual (Worchel, Cooper, Goethals & Olson, 2009, p. 129-135).

1.4.2. **Elementos que forman parte de un reality**

Para crear una plataforma de reality debe de existir Maestre (2005):

El contenido el cual es variabilidad temática dentro de este programa, el cual busca satisfacer la demanda del público en general.

Los personajes los cuales son una pieza fundamental, para los reality, ya que son los actores principales.

El lenguaje utilizado dentro del programa las reacciones verbales, y opiniones que brindan ante cada situación.

Intención Comercial para vender un producto, tratar de generar ingresos económicos, como publicidad para el personaje y el canal

1.5. **Población Objetivo**

El presente test psicológico está dirigido a adolescentes, de ambos sexos, que estén cursando 3ero a 5to grado de educación secundaria, residan en el

Departamento de Lima y cuenten con un nivel cultural promedio para comprender las instrucciones y enunciados de la prueba psicológica.

1.6. **Campo de aplicación**

La Escala de actitud hacia los realities ha sido diseñada para determinar la actitud que presenta el adolescente hacia estos programas juveniles, de tal manera que se pueda saber su opinión, sentimiento y su conducta ante estas plataformas, razón por la cual puede ser aplicada en el ámbito clínico y educativo (centros educativos y universidades).

1.7. **Materiales de la Prueba**

El presente test psicológico consta de los siguientes materiales:

1.7.1. **Manual de aplicación**

En el cuál encontraremos toda la información necesaria para la administración, calificación e interpretación, así como también los baremos para los adolescentes.

1.7.2. **Hoja de respuestas**

En la hoja de respuestas está contenido tanto el protocolo con las instrucciones para los examinados y los reactivos como los respectivos casilleros para que el evaluado marque con un aspa "X" en las columnas enumeradas del 1 a 5, que representan las alternativas de respuesta desde "Totalmente en desacuerdo" hasta "Totalmente de acuerdo", las cuales van a permitir identificar la actitud de los adolescentes antes los realities juveniles.

1.8. **Reactivos de la Prueba Psicológica**

Esta escala consta de 9 ítems distribuidos en 3 dimensiones que a continuación se detallarán:

DIMENSIÓN I: *Cognitivo*

Constituido por 3 ítems

DIMENSIÓN II: *Afectivo*

Presenta 3 ítems

DIMENSIÓN III: *Conductual*

Incluye 3 ítems

II. NORMAS DE LA PRUEBA

2.1. Instrucciones para su administración

Para la administración de la prueba, el examinador puede leer en voz alta las instrucciones a los examinados y ellos seguir con la vista las instrucciones impresas en su hoja de respuestas, o bien pueden hacerlo ellos mismos. Para llevar a cabo una buena aplicación, es necesario explicar de manera concisa y clara los objetivos de la prueba, la forma cómo ha de responderse a cada uno de los enunciados, enfatizando las alternativas de respuesta con las que cuentan y ejemplificando el modo adecuado de cómo hacerlo. Asimismo, resulta relevante despejar cualquier duda que tenga el examinado y motivarlo a que responda todos los ítems sin excepción y de la manera más verás, puesto que de ello dependerá la interpretación correspondiente.

2.2. Instrucciones para los examinados

En la hoja de respuestas, el examinado cuenta con las instrucciones necesarios para responder de manera adecuada a cada uno de los enunciados. En dichas instrucciones, se pide al examinado que lea cada frase y conteste de acuerdo a cómo piensa, siente y cree respecto de las actitudes y comportamientos de sus padres frente a su crianza. Para lo cual, debe marcar con un aspa (X) en el cuadro que considere es el más conveniente según su caso, siendo las alternativas de respuesta: “Totalmente en desacuerdo”, “Desacuerdo”, “Ni en desacuerdo ni de acuerdo”, “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”. De igual modo, se le indica que si se equivoca deberá borrar primero la alternativa que marcó y luego trazar con un aspa la nueva respuesta.

BAREMOS GEN-ERAL PARA ESTUDIANTES

2.3. Instrucciones para su calificación

Una vez que el examinado ha concluido la prueba, se verifica que todos los enunciados hayan sido contestados, para proseguir con su calificación. Las respuestas se califican politómicamente del 1 al 5. Para ello, se realiza la sumatoria de las alternativas de respuesta asignadas a los ítems correspondientes a cada estilo. Al obtener los puntajes respectivos por estilo, se ubica cada uno de ellos en la categoría correspondiente según los Baremo. Identificando así la actitud que presenta el estudiante ante los realities.

2.4. Instrucciones para su puntuación

Los ítems 2, 3, 7, 8, 9 de la escala de actitud hacia los realities son del 1 al 5; es decir, enunciados que van desde Totalmente en desacuerdo a Totalmente de acuerdo, van a ser calificados de forma creciente, para determinar la actitud positiva que presentan. Los ítems 1, 4, 5, 6 se van a corregir inversamente, en donde Totalmente en desacuerdo a totalmente de acuerdo serán calificados de 5 al 1 siendo los puntajes más altos del instrumento, los que van a permitir identificar que componente predomina en los adolescentes frente a los realities y si sus actitudes negativas o positivas son elevadas o no. Para ubicar la actitud hacia los realities se ha utilizado como normas de puntuación, los percentiles que se dividen en 5 las cuales no se derivan de la curva de distribución normal. Al respecto, no se han de computar las pruebas que estén incompletas o que tengan más de dos alternativas de respuesta por ítem. Los puntajes varían de acuerdo a la interacción que tienen los estudiantes con este tipo de plataforma, siendo el cuadro de baremos el siguiente:

ACTITUD HACIA LOS REALITIES	COGNITIVO	APECTIVO	CONDUCTUAL	CATEGORÍAS
9-17	1-5	1-6	1-3	MUY BAJO
18-20	6-7	7-8	4-5	BAJO
21-24	8-9	9	6	PROMEDIO O NORMAL
25-27	10-11	10-12	7-8	ALTO
28-45	12-15	13-15	9-15	MUY ALTO

ESTILOS PARENTALES	ÍTEMS
Cognitivo	1,2,3
Afectivo	4,5,6
Conductual	7,8,9

III. JUSTIFICACIÓN ESTADÍSTICA

3.1. Análisis de Ítems por Jueces

Para llevar a cabo dicho análisis, se seleccionó 10 jueces expertos en el tema, que ostentaban el Título de Licenciado, Grado de Maestro o Doctor en la especialidad de Psicología Clínica, Educativa y Psicometría, a quienes se les entregó una solicitud pidiéndoles que acepten formar parte del panel de expertos para evaluar la prueba en mención. Asimismo, se les hizo entrega de una Hoja de Datos para cada juez (nombres y apellidos, grado académico, especialidad), del marco teórico del constructo, de una Cartilla de Instrucciones Generales, en donde se brindó información referida a los objetivos del instrumento, y del formato de validación de los reactivos para evaluar la Bondad, Claridad y Gramática de los mismos, como también brindar sugerencias y manifestar el porqué de sus objeciones.

Una vez obtenidos los resultados de validación por criterio de jueces, se procedió a establecer el criterio de aceptación de cada reactivo para cada juez. Finalmente, se estableció el criterio de aceptación de cada reactivo para los jueces en su conjunto, obteniendo como resultado un Índice de Acuerdo promedio mayor a 80% respecto al total de ítems.

3.1.2 Validez

El instrumento fue sometido a Validez de Contenido a través del método de Criterio de Jueces, para lo cual se utilizó la V Aiken, en el programa Excel

Tabla 1
Validez de Contenido de la Escala EAR

Item	1° Juez			2° Juez			3° Juez			4° Juez			5° Juez			6° Juez			7° Juez			8° Juez			9° Juez			10° Juez			Aciertos	V. de Aiken						
N°	P	R	C	P	R	C	P	R	C	P	R	C	P	R	C	P	R	C	P	R	C	P	R	C	P	R	C	P	R	C	P	R	C	P	R	C		
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30	100%			
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30	100%			
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30	100%			
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30	100%			
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30	100%			
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30	100%			
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30	100%			
8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30	100%			
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30	100%			
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30	100%			
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30	100%			
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30	100%			

0= está de acuerdo = 0 Si está de acuerdo = 1 / Criterios de calificación: P = Pertinencia R = Relevancia C = Claridad

3.2. Confiabilidad

La confiabilidad se obtuvo a través del método de Consistencia Interna, utilizando para ello, el coeficiente de Alfa de Cronbach, y el Coeficiente Omega, para establecer la relación entre cada ítem con el resultado total de la escala para padres y madres. Del análisis realizado, se encontró que existe una confiabilidad de .70 mediante el Alfa de Cronbach y .80 mediante el Coeficiente Omega.

Tabla 2
Confiabilidad por consistencia interna

Estadísticos de fiabilidad

Estadísticos de fiabilidad		
Coefficiente Alfa de Cronbach	Coefficiente Omega de McDonald	N de elementos
,70	0.80	9

IV. NORMAS INTERPRETATIVAS

4.1. Interpretación de las Puntuaciones

Las puntuaciones obtenidas para cada componente de la actitud se trasladarán a los Baremos Dispersigráficos para conocer el tipo de actitud que presenta.

Los adolescentes que se ubican MUY ALTO, indican que en ellos, predomina una determinada actitud, ya sea por presentar una opinión y pensamiento, que le hace actuar de una manera positiva hacia los realities, identificando los como una parte muy fundamental para su desarrollo personal.

Los adolescentes que se ubican en la categoría ALTO, expresan que de manera significativa que esos programas son de su agrado y son entretenidos, formando parte de su rutina diaria.

Por otra parte, los adolescentes que se sitúan en la categoría NORMAL O PROMEDIO, señalan que dichos programas no forman parte de su rutina, no les agrada ni desagrada este tipo de programas.

Finalmente, los adolescentes que se ubican en la categoría MUY BAJO o BAJO, manifiestan que ese tipo de programas son de su desagrado y no influyen en su desarrollo personal.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anguiano, L. (2009). Telerrealidad el mundo tras el cristal. Sevilla: Comunicación Social. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=a8dpptlyf3EC&pg=PA14&dq=realities+definicion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiJkY20q7vbAhWEgJAKHXJYAQE Q6AEILzAB#v=onepage&q&f=false>
- Arnau, L., y Montané, J. (2010). Aportaciones sobre la relación conceptual entre actitud y competencia, desde la teoría del cambio de actitudes. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 8 (3), 1283-1302.
- Barrera, C. (1994). La crítica de los reality show en la prensa. *Communication & Society*, 7(2), 1-8.
- Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV). (2015). Colegio de Psicólogos del Perú solicita retiro de Esto es Guerra y Combate. Recuperado de: <http://www.concortv.gob.pe/noticias/solicitan-retiro-de-la-tv-de-esto-es-guerra-y-combate/>
- Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV). (2016). Estudio Cuantitativo sobre consumo televisivo y radial en niños, niñas y adolescentes (004-2016 –MTC/32). Recuperado de: <http://www.concortv.gob.pe/wp-content/uploads/2017/04/Informe-final-estudio-NNA.pdf>
- Maestre Delgado, D. (2005). «Reality shows»: el verdadero cerdo mediático. *Comunicar*, (25), 1-10.
- Martínez, R. (2005). *Psicometría: Teoría de los test psicológicos y educativos*. Madrid: Síntesis Psicología.
- Muñiz, J. (1996). Las Teorías de los Tests: Teoría Clásica y Teoría de Respuesta a los ítems. *Papeles del Psicólogo*, 31 (1), 57-66.
- Ovejero, A. (1993). La teoría de la disonancia cognoscitiva. *Psicothema*, 5 (1), 201-206.
- Rosenberg, M. & Hovland, C. (1960). Cognitive, Affective and Behavioral Components of Attitudes. In *Attitude Organization and Change: An Analysis of Consistency among Attitude Components*. New Haven: Yale University Press.
- Worchel, S., Cooper, J., Goethals, G. y Olson, J. (2009). *Psicología Social*. Madrid: Paraninfo.

Anexo N° 01

ESCALA DE ESCALA DE ACTITUDES HACIA LOS REALITIES

- Este instrumento está dirigido para adolescentes. Los resultados serán secretos y confidenciales.
- Marca con aspa (X) en los siguientes enunciados, que creas conveniente
- No hay respuestas buenas o malas; lo importante es que seas sincero (a) al responder.
- No emplee mucho tiempo en cada frase. Las alternativas de respuesta son:
 1. Totalmente en desacuerdo
 2. En desacuerdo
 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 4. De Acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

Por ejemplo, si la frase fuera “Quienes compiten en los realities no son inteligentes” y se marca como alternativa de respuesta “5”, significa que “está totalmente de acuerdo que los competidores no son inteligentes”.

- Trate de responder exacta, sincera y francamente. Recuerde que no hay respuestas “buenas” ni “malas”, o “correctas” e “incorrectas”.
- Si se equivoca o quiere cambiar alguna respuesta, borre primero la respuesta que desea cambiar y luego trace un aspa (X) en la nueva respuesta.
- No hay límite de tiempo para contestar todas las preguntas, pero lo mejor es hacerlo con rapidez sin meditar mucho sus respuestas.

POR FAVOR, NO VOLTEE LA PÁGINA HASTA QUE SE LE INDIQUE

ESCALA DE ACTITUDES HACIA LOS REALITIES

Hoja de Respuestas

Escala EAR

Angulo (2018)

Nombres.....

Edad: Sexo: Grado..... Fecha:

INSTRUCCIONES


Este instrumento está dirigido para adolescentes. Los resultados serán secretos y confidenciales. Marca con aspa (X) en los siguientes enunciados, que creas conveniente No hay respuestas buenas o malas; lo importante es que seas sincero (a) al responder. No emplee mucho tiempo en cada frase.

Realities: Son programas que hacen espectáculo de la realidad, de uno o un grupo de personas, presentando aspectos íntimos de su vida, llevando a cabo intercambio de opiniones, siendo esto situaciones de una realidad televisada, la cual puede estar basada en hechos reales o ficticios. De los cuales en nuestro país tenemos a **Esto es Guerra y Combate**

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de acuerdo
1. Los realities incentivan la violencia física y verbal					
2. Quienes compiten en los realities no son inteligentes					
3. Los realities son programas que entretienen sanamente					
4. Los participantes de los realities me cae mal porque son creídos					
5. Las palabras usadas en los realities me desagradan e incomodan					
6. Me desagradan los productos que se promocionan en los realities					
7. Utilizo las frases que se usan en los realities con mis amigos y familiares					
8. Consumo los productos de los realities					
9. Me dejo llevar por la moda que traen los competidores de los realities					

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 09: Acta de aprobación de originalidad

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo, Lincol Orlando Olivas Ugarte, docente de la Facultad de Humanidades y Escuela Profesional de Psicología de la Universidad César Vallejo-Los Olivos, revisor de la tesis titulada: "Construcción de la Escala de actitudes hacia los realities juveniles de competencia en estudiantes de tercero a quinto de secundaria-Puente Piedra, 2018", de la estudiante: Fanny Janeli Angulo Salazar, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 15 %, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, 04 de febrero de 2019



Firma

Lincol Orlando Olivas Ugarte

DNI: 43102056

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

Anexo 10: Print de pantalla del turnitin

Feedback Studio - Google Chrome
 https://ev.turnitin.com/app/carta/es/?ro=1038&s=3&u=1051130514&o=1072100639&lang=es

Construcción de la Escala de actitudes hacia los realidades juveniles de competencia en estudiantes de tercero a quinto d.

Resumen de coincidencias

15 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

1	Entregado a Pontificia ... Trabajo del estudiante	1 %
2	www.scielo.org.mx Fuente de Internet	1 %
3	dspace.unitrn.edu.pe Fuente de Internet	1 %
4	repositorio.unapiquitos... Fuente de Internet	1 %
5	www.papelesdelpsicol... Fuente de Internet	1 %
6	www.redalyc.org Fuente de Internet	1 %

15

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

FACULTAD DE HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA

“Construcción de la Escala de actitudes hacia los realites juveniles de competencia en estudiantes de tercero a quinto de secundaria de tres instituciones educativas-Puente Piedra. Lima, 2018”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN PSICOLOGÍA

AUTORA:
 ANGULO SALAZAR, Fanny Janeli

Página: 1 de 100 Número de palabras: 22476

Text-only Report | High Resolution | Activado

ES 12:55 p.m. 04/02/2019

Anexo 11: Autorización para la publicación de tesis en el repositorio institucional UCV

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV	Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	---	---

Yo Fanny Janeth Angulo Salazar.....
 identificado con DNI N° 47945425....., egresado de la Escuela Profesional de
 Psicología de la Universidad César Vallejo, autorizo (X) , No autorizo () la
 divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado
 "Construcción de la escala de actitudes hacia las realidades.....
juveniles de competencia en estudiantes de tercero a quinto.....
de tres Instituciones Educativas Puente Piedra, Lima,.....
2018.....";
 en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo
 estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art.
 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....


 FIRMA

DNI: 47945425.....

FECHA: 19 de Febrero..... del 2019.....

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

Anexo 12: Formulario de autorización para la publicación electrónica de las tesis



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA
PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: Angulo Salazar Fanny Janeli
D.N.I. : 47945425
Domicilio : Mz D.s. Lt 108 Calle los Higos, Zapallar, Puente Piedra
Teléfono : Fijo : Móvil: 933 554023
E-mail : janeli927.fjas@gmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : Humanidades
Escuela : Psicología
Carrera : Psicología
Título : licenciada en Psicología

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado :
Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor Apellidos y Nombres:

Angulo Salazar, Fanny Janeli

Título de la tesis:

"Construcción de la escala de actitudes hacia los realidades juveniles de competencia en estudiantes de tercer a quinto de secundaria de tres Instituciones Educativas - Puente Piedra - Lima, 2018"

Año de publicación : 2018

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN
ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

Firma :

Fecha:

19-02-19

Anexo 13: Autorización de la versión final del trabajo de investigación



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR LA PRESENTE, EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL
ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE LA ESCUELA DE PSICOLOGÍA*

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Angulo Salazar, Fanny Janeli

INFORME TITULADO:

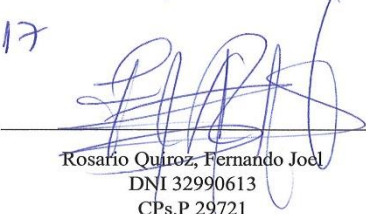
Construcción de la escala de actitudes hacia los realities juveniles de competencia en estudiantes de tercero a quinto de secundaria de tres Instituciones Educativas-Puente Piedra. Lima, 2018

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciada en Psicología

SUSTENTADO EN FECHA: 19/02/2019

NOTA O MENCIÓN: 17


Rosario Quiroz, Fernando Joel
DNI 32990613
CPs.P 29721



*El presente documento tiene como único fin verificar que el informe del trabajo de investigación cumple con los estándares establecidos por el equipo de investigación de la E.P de Psicología. Carece de validez para otro tipo de usos.

Versión: 08/02/2019