

## **ANÁLISIS MULTIDIMENSIONAL DE LA ESCALA DE DOMINIOS DE VALORES TELEVISIVOS (EDVT)**

**Maria Concepción Medrano Samaniego**

**Santiago Palacios Navarro**

**Ana Aierbe Barandiaran**

Universidad del País Vasco

### **RESUMEN:**

La adaptación de instrumentos de medida a las necesidades de investigación suponen un reto. De su éxito dependerá la coherencia con la que el marco teórico permitirá interpretar los datos empíricos. En esta comunicación se presenta los resultados obtenidos en la Escala de Dominios de Valores Televisivos (EDVT), una adaptación de la escala de valores de Schwartz (SVS) realizada con el fin de utilizarla en el marco de una investigación sobre hábitos televisivos y valores. Los resultados de validez han sido obtenidos mediante el análisis multidimensional y permiten hablar de que la EDVT es estructuralmente una réplica casi exacta del modelo original. Estos resultados permiten avanzar con seguridad en la investigación de los valores personales y los televisivos al contar con una herramienta basada en un modelo asentado cuya validez ha sido refrendada estadísticamente.

**PALABRAS CLAVES:** Adolescencia, valores, validez, escala, análisis multidimensional

### **INTRODUCCIÓN**

En esta comunicación se presentan los resultados obtenidos en el análisis de fiabilidad y validez de la Escala de Dominios de Valores Televisivos (EDVT) elaborada en el marco del estudio de la comprensión de las narrativas televisivas de los

adolescentes y jóvenes. La Escala de Dominios de Valores Televisivos ha sido creada con el fin de determinar la consistencia entre los valores personales y aquellos que los adolescentes y jóvenes observan en los contenidos televisivos.

Con el fin de poder analizar los valores implícitos y explícitos que subyacen a los contenidos televisivos se propone el modelo elaborado por Schwartz y Bilsky (1987; 1994). Estos autores conceptualizan los valores como representaciones cognitivas con origen en las necesidades biológicas básicas, en las de interacción social y en las demandas de las distintas institucionales sociales. Aunque también se interpretan como una construcción individual de una meta transituacional (valores finales/instrumentales) donde las metas expresan intereses (individuales/colectivos/ambos) que tienen que ver con un dominio motivacional (disfrute, seguridad, logro, autodirección, conformidad, prosocialidad, poder social y madurez) y que estos intereses son evaluados dentro de un rango de importancia/no importancia como principios de actuación del individuo. A partir de este planteamiento inicial, se proponen hacer una exploración intercultural de valores que pretende responder a tres cuestiones fundamentales: a) ¿cómo afectan las experiencias sociales a las prioridades de valor de los sujetos?; b) ¿cómo afectan la prioridad de valor en el comportamiento?; c) ¿qué diferencias transculturales existen y cuáles son sus causas y efectos? Para ello ha de atenderse a los aspectos como el contenido, la comprensividad, la equivalencia de significado y la estructura de valores.

El modelo de Schwartz y Bilsky puede considerarse como una integración del modelo de Rokeach (1979) y las perspectivas más culturalistas que se han centrado en categorizar los valores en dominios motivacionales y/o de contenido con el objetivo de conocer la estructura subyacente a los sistemas de valores. En opinión de estos autores hay aspectos universales de la psicología humana y de los sistemas de interacción que se encuentran en todas las culturas y, a la vez, se constituyen en ejes articuladores universales de los sistemas de valores humanos. En nuestra opinión, este modelo tiene la enorme ventaja de ofrecer una clasificación sólida no sólo desde el punto de vista teórico- conceptual, sino que también posee un refrendo estadístico-experimental que nos puede facilitar enormemente el análisis de valores, en las narraciones televisivas, de manera cuantitativa.

A partir de esta estructura, Schwartz y Bilsky establecen relaciones de proximidad y antagonismo entre dominios. Encuentran evidencia de una serie de dimensiones bipolares o dominios opuestos (autodirección versus conformidad, logro versus seguridad, logro versus prosocialidad, disfrute versus prosocialidad).

No obstante, y ante la imposibilidad de refrendar empíricamente, este modelo ha sido reformulado al igual que el propio instrumento de medida creando una nueva escala de valores, más amplia (56 valores) y que, como afirman, “es más comprensiva y menos prescriptiva” (Boehnke, Dettenborn y Schwartz, 1994).

De la aplicación transcultural de este instrumento y recurriendo a la técnica de análisis del espacio mínimo encuentran que el sistema de valores presumiblemente se estructura en dos dimensiones básicas (autobeneficio o autoperfeccionamiento versus autotranscendencia y apertura a los cambios versus conservador del status quo) en las que se situarían 10 tipos de valores, antes denominados dominios motivacionales (universalismo, benevolencia, tradición, conformidad, seguridad, poder, realización, hedonismo, estimulación y autodirección).

Estas propuestas que intentan dar cuenta de la estructura axiológica básica de un mayor estudio encaminado tanto a comprobar la validez de las dimensiones propuestas como a establecer qué relaciones se dan entre estas dimensiones y los dominios motivacionales subyacentes y, finalmente, entre estos y otros conceptos psicológicos como los índices de desarrollo moral, el uso de criterios de conducta, de categorías de justificación o de creencias pseudoconceptuales.

Molpeceres (1994) retoma esta propuesta y profundiza en la estructura de los valores estableciendo las compatibilidades y los conflictos que se dan entre estos dominios o tipos de valores.

En cualquier caso, estos modelos pueden considerarse un intento de integración de la conceptualización de Rokeach y los planteamientos más culturalistas al interesarse más por categorizar los valores en dominios motivacionales y/o de contenido con el fin de desvelar la estructura subyacente a los sistemas de valores (Musitu, 1995).

Recientemente (Schwartz y Boehnke, en prensa), han realizado un intento de validación transcultural del modelo “circunferencial” para lo que recurren al análisis factorial confirmatorio. Es este caso la propuesta “circunferencial” evaluada sufre algunas leves modificaciones como se observa en el siguiente gráfico. Concretamente, la posición de los dominios de tradición y conformidad aparecen en el mismo lugar, ángulo o polo pero tradición está en la parte exterior de la conformidad.

**Gráfico 1. Modelo circunferencial de Schwartz**



Como investigadores, la validez y la fiabilidad de los instrumentos que utilizamos son dos elementos básicos que añaden credibilidad y veracidad a los resultados que encontramos. Así, el análisis de fiabilidad y validez permitirá determinar el grado en que los elementos de la escala se relacionan entre sí, obtener un índice global de la replicabilidad o de la consistencia interna de la escala en su conjunto e identificar elementos problemáticos que deberían ser excluidos de la escala.

Por ello, es preciso que el investigador atienda estos aspectos en el diseño de la investigación y obtenga los índices respectivos durante la fase piloto. Finalmente, su publicación estará en función de que los mismos puedan ser objeto de interés para otros investigadores por su original diseño o por los instrumentos utilizados.

Así, en nuestro caso la fiabilidad de la escala ha sido analizada a partir de la obtención de medidas repetidas en formato diferente (escala y ordinal) y para abordar la cuestión de la validez se ha utilizado el ALSCAL o análisis multidimensional como técnica de análisis estadístico.

Los resultados obtenidos permiten señalar que la Escala de Dominios de Valores Televisivos alcanza una alta fiabilidad y validez de constructo. Estos resultados vienen a indicar que no sólo con el aumento del número de preguntas y/o ítems es posible mejorar el índice de validez sino mediante una reducción de los mismos si ésta adaptación atiende los aspectos teóricos y a los datos empíricos previos.

En efecto, el autor de la escala original (SVS) compuesta por 56 ítems señala algunos aspectos a tener en cuenta en el uso de la misma que, en nuestro caso, se han procurado aplicar a la escala EDVT. Así, es esencial cribar los datos antes de realizar

cualquier análisis. El objeto de esta criba han sido aquellos sujetos que no discriminan entre los valores, dejan sin responder demasiados items o deliberadamente los responden de forma aleatoria.

Igualmente resulta deseable realizar el análisis estructural de cada muestra y se considera que las diferencias individuales han de ser controladas mediante el uso como covariante de la media individual de todos los items.

Por otro lado, si el análisis es a nivel personal o grupal conlleva efectuar algunas correcciones y si finalmente las comparaciones se harán entre grupos se señala que existen dos posibles índices. Esto es, pueden ser usados, como en nuestro caso, los 10 dominios de valores a nivel individual o bien las 7 orientaciones de valores a nivel cultural y en función del uso de uno u otro el análisis difiere sustancialmente. Basado en la primera de las opciones se ha elaborado la escala de Dominios de Valores Televisivos (Cuadro1).

**Cuadro 1. Dominios presentes en la escala EDVT**

<p><b>— Autodirección</b> Elegir las propias metas (objetivos de vida) con independencia y libertad; guiarse en la vida por la curiosidad y por la creatividad.</p>
<p><b>— Estimulación</b> Tener audacia para (atreverse a) llevar una vida variada y excitante.</p>
<p><b>— Hedonismo</b> Llevar (tener) una vida placentera.</p>
<p><b>— Logro</b> Proponerse metas exigentes (ambiciosas) en la vida y tener inteligencia para conseguirlas (triunfar).</p>
<p><b>— Poder</b> Ser una persona socialmente reconocida, tener autoridad, tener riqueza e influencia social.</p>
<p><b>— Seguridad.</b> Sentirse miembro aceptado en la sociedad, que haya orden en la sociedad y seguridad tanto en el país como en la familia.</p>
<p><b>— Conformidad</b> Respeto hacia los padres y personas mayores, relaciones cordiales entre las personas, que la gente respete las normas y sepa comportarse.</p>
<p><b>— Tradición</b> Respetar las tradiciones y que las personas sean prudentes y no engreídas (soberbias).</p>
<p><b>— Benevolencia</b> Amistad y capacidad de perdonar, sinceridad y fidelidad a la palabra, responsabilidad.</p>
<p><b>— Universalismo</b> Sabiduría y armonía interior, apertura a los demás, respeto hacia el medio ambiente, sentido de la igualdad y de la justicia.</p>

## INVESTIGACIÓN

### Participantes

Esta escala fue completada por 144 estudiantes. De ellos, 74 con edades comprendidas entre los 12 y 16, otros 53 sujetos con edades comprendidas entre los 17 y 25 años y, el resto, 17 sujetos, con edades comprendidas entre los 25 y 40.

### Instrumento

Como ya se ha señalado la Escala de Dominios de Valores Televisivos es una adaptación de la Escala de Valores original creada por Schwartz y consiste en dos subescalas en cada una de las cuales se presenta el listado de 10 ítems acompañados de una pequeña descripción de los ítems donde se pretende recoger su significado (Cuadro 1).

La primera subescala cuenta con dos sistemas de recogida de datos. Por un lado los sujetos otorgan una valoración cada uno de los 10 dominios o ítems en forma de escala Likert con 5 opciones (desde totalmente de acuerdo a totalmente en desacuerdo). Posteriormente los sujetos ordenan los 10 dominios en función de la importancia que tiene cada uno para ellos mismos.

En la segunda subescala, este mismo proceso se repite pero ahora considerando el programa de televisión que más le gusta a cada uno de los sujetos.

De esta forma se obtienen dos series de datos sobre valores personales y televisivos lo que permite aproximarnos a la validez y fiabilidad de este instrumento.

## RESULTADOS

### Sobre la validez y fiabilidad de la subescala de valores personales

El estadístico habitual o más conocido para medir la fiabilidad es el alfa de Combrach y básicamente está basado en las correlaciones de las medias de entre los distintos ítems. En nuestro caso el índice obtenido ( $\alpha=,615$ ) no es muy elevado.

Esto quiere decir que las correlaciones entre los distintos dominios de valor es moderada, es decir que tenemos al fin y al cabo ítems que miden cosas distintas unos de otros. Si hubiera una alta fiabilidad estaríamos frente a unos ítems altamente correlacionados esto es que quien valora muy positivamente un dominio (ítem) también lo hará con otro u otros dominios.

Respecto a la interpretación de la Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados ( $,628$ ), al ser muy similar al alfa de Combrach quiere decir que las varianzas de los ítems son bastante comparables. Si las varianzas hubieran sido muy diferentes las dos alfas hubieran sido también muy diferentes.

Otro de los estadísticos habituales es el conocido como de dos mitades ya que divide la escala en dos partes y examina la correlación entre dichas partes. Carece de interés aplicarlo a escala. Tendría sentido si tuviéramos muchos items midiendo el mismo dominio como la escala original de Schwartz. Recordar que la fiabilidad aumenta cuando el numero de items es mayor

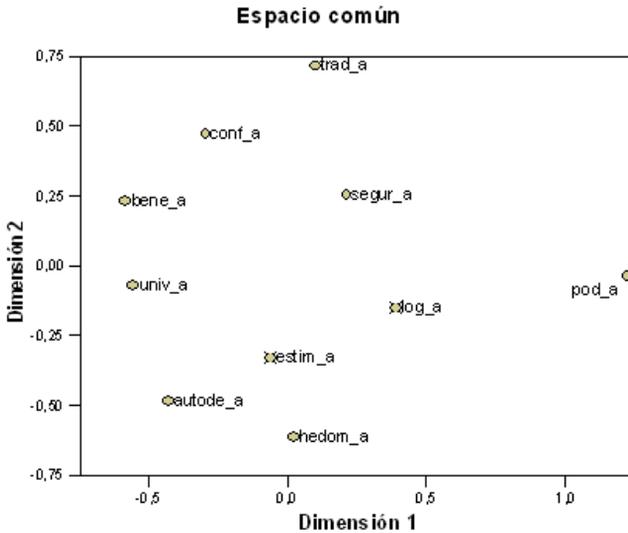
**Análisis multidimensional de la EDVT**

La aplicación de la técnica de análisis multidimensional adquiere un sentido especial en este caso ya que originalmente Schwartz utilizó una prueba similar conocida como Análisis del espacio mínimo. Si bien hoy en día este autor apuesta por el análisis factorial como técnica para validar y obtener la fiabilidad de su escala, el análisis multidimensional es una técnica de gran interés ya que tras el análisis cuantitativo interpela al investigador a realizar uno más cualitativo.

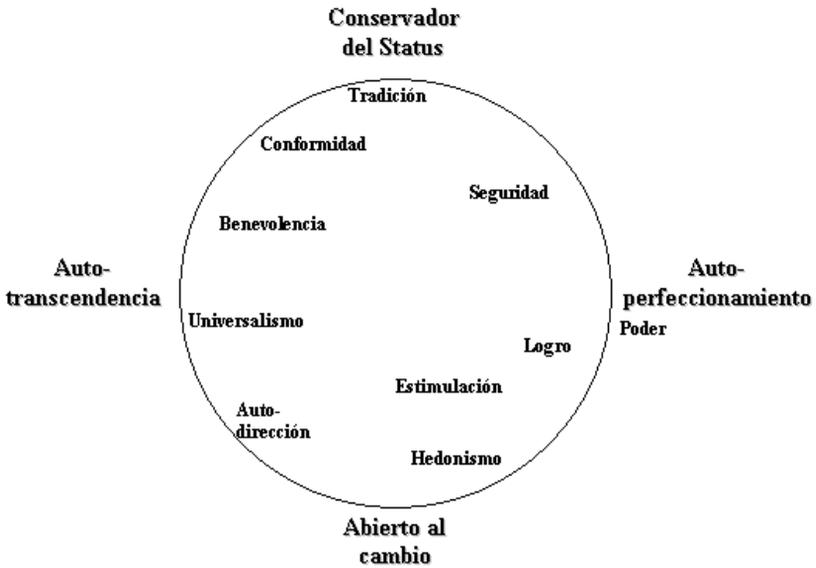
En efecto, tanto en el análisis multidimensional como en el análisis del espacio mínimo, el resultado estadístico cobra su significatividad a partir de la representación gráfica que ofrece de las relaciones entre los items analizados.

En nuestro caso, el resultado (Gráfico 2 y 3) muestra una gran similitud con el obtenido por Schwartz. Para apreciar esta similitud hemos hecho la transformación de los resultados originales al mapa de Schwartz como queda reflejado en el gráfico 3

**Gráfico 2. Resultado del análisis multidimensional de EDVT**



**Gráfico 3. Adaptación al mapa de Schwartz del análisis multidimensional**



Esta adaptación ya es comparable con la propuesta de Schwartz. Como se puede apreciar la estructura básica se mantiene pudiendo afirmar que nuestra escala con 10 ítem (10 valores de dominio de valor propuesto por Schwartz) mantiene una alta similitud con la escala de Schwartz. Este resultado es un claro indicativo de la fiabilidad de la escala. Así aunque de forma rotada (Gráfico 4) se mantienen la proximidad y oposición entre los dominios como señala el modelo teórico.



del modelo original propuesto por Schwartz. El análisis multidimensional de la EDVT muestra semejanzas y diferencias entre los dominios que permiten concluir que tanto la EDVT como la SVS de Schwartz están midiendo el mismo constructo: la axiología personal básica.

En cualquier caso, la verdadera validez de la escala se obtiene cuando sirve como elemento sensible ante adolescentes y jóvenes con diferentes hábitos y valores televisivos.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Bohenke, K.; Dettenborn, H.; Horstmann, K.; Schwartz, S. (1994). Values priorities in the United Germany: Teachers and student from East and West compared. *European Journal of Psychology of Education*, 3, 191-202.
- Musitu, G. (1995). Familia, identidad y valores. *Infancia y Sociedad*, 30, 230-262.
- Schwartz, S. H.; Bilsky, W. (1987). Toward a universal Psychological structure of human values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 3, 550-562.
- Schwartz, S. H. (1994). Beyond individualism/collectivism: New cultural dimensions of values. En U. Kim y H. Triandis (Eds.), *Individualism and collectivism: Theory, method, and applications. Cross-cultural research and methodology series* (pp. 85-119). Thousand Oaks: Sage
- Schwartz, S. H.; Boehnke, K. (2004).. Evaluating the structure of human values with confirmatory factor analysis *Journal of Research in Personality*.
- Rokeach, M. (1979). *Understanding human values. Individual and societal*. New York: Free Press.