



RENOVACIÓN PEDAGÓGICA EN EDUCACIÓN SUPERIOR

Rosario Isabel Herrada Valverde , Maria Trinidad Cutanda López
y Ana Torres Soto (Eds.)

RENOVACIÓN PEDAGÓGICA EN EDUCACIÓN SUPERIOR

Vol. I

Editoras:

Rosario Isabel Herrada Valverde

M^a Trinidad Cutanda López

Ana Torres Soto

1º Edición, 2016

©Universidad de Murcia, Servicio de Publicaciones, 2016



ISBN: 978-84-608-8854-3

Diseño de portada: David López Ruiz y Antonio Ortíz Martínez

| | |
|---|------------|
| VARIABLES MOTIVACIONALES GENERADORAS DE ENGAGEMENT: CLAVES PARA LA INNOVACIÓN DOCENTE | 316 |
| GONZÁLEZ-RAMÍREZ, TERESA. UNIVERSIDAD DE SEVILLA; REYES-DE CÓZAR, SALVADOR. UNIVERSIDAD DE SEVILLA; PEDRAZA-NAVARRO, INMACULADA, UNIVERSIDAD DE SEVILLA | |
| PERCEPCIÓN DE LA DOCENCIA SEMIPRESENCIAL COMO ALTERNATIVA EN LOS CURSOS UNIVERSITARIOS DE ESPECIALIZACIÓN EN MICROBIOLOGÍA | 322 |
| CRUZ GONZÁLEZ, XAVIER. UNIVERSIDAD DE SALAMANCA (USAL); GARCÍA FRAILE, PAULA. ACADEMY OF SCIENCES OF CZECH REPUBLIC. INSTITUTE OF MICROBIOLOGY; RIVAS GONZÁLEZ, ISABEL. USAL; FLORES FÉLIX, JOSÉ DAVID. USAL; MARTÍNEZ MOLINA, EUSTOQUIO. USAL; MATEOS GONZÁLEZ, PEDRO FRANCISCO. USAL; VELÁZQUEZ PÉREZ, M ^a DE LA ENCARNACIÓN. USAL; RIVAS GONZÁLEZ, RAÚL. USAL | |
| EL E-PORTAFOLIO COMO ESTRATEGIA METODOLÓGICA EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR | 326 |
| GUTIÉRREZ-SANTIUSTE, ELBA. UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA; HINOJOSA-PAREJA, EVA. UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA; GÁMIZ-SÁNCHEZ, VANESA. UNIVERSIDAD DE GRANADA | |
| LA SIMULACIÓN AVANZADA EN LA FORMACIÓN POSTGRADUADA DE ENFERMERÍA: UNA HERRAMIENTA EN EXPANSIÓN | 331 |
| GUIX-COMELLAS, EVA MARIA; SANCHO-AGREDANO, RAÚL; ESTRADA-MASLLORENS, JOAN MARIA; GALIMANY-MASCLANS, JORDI; MORÍN-FRAILE, VICTORIA; SARRIA-GUERRERO, JOSÉ ANTONIO; BASCO-PRADO, LUIS. UNIVERSIDAD DE BARCELONA | |
| USO INTEGRADO DE JUEGOS DE SIMULACIÓN Y REDES SOCIALES PARA RESOLVER PROBLEMAS COMPLEJOS Y DINÁMICOS | 335 |
| RODRIGUEZ-CARO, ROBERTO C; GIMENEZ CASALDUERO, ANDRÉS. UNIVERSIDAD MIGUEL HERNÁNDEZ | |
| REFLEXÕES SOBRE AS TECNOLOGIAS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL NA FORMAÇÃO DOCENTE..... | 340 |
| DAL MOLIN, BEATRIZ HELENA. UNIVERSIDADE ESTADUAL DO OESTE DO PARANÁ; GRANETTO MOREIRA, JULIA CRISTINA. UNIVERSIDADE ESTADUAL DO OESTE DO PARANÁ/UNIVERSIDAD DE BARCELONA (UB). MARQUES DE AGUIAR, LEIDIANE. UNIVERSIDADE ESTADUAL DO OESTE DO PARANÁ; MOTTER LUDOVICO, FRANCIELI. UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ | |
| LA VALORACIÓN DEL ALUMNADO UNIVERSITARIO ANTE UNA EXPERIENCIA COOPERATIVA EN EL AULA | 343 |
| LOZANO MARTÍNEZ, JOSEFINA; CEREZO MÁIQUEZ, M ^a CARMEN; CASTILLO RECHE, IRINA SHEREZADE; SARAI MERINO RUIZ. UNIVERSIDAD DE MURCIA | |
| PROFESSOR PESQUISADOR: RENOVAÇÃO PEDAGÓGICA NO ENSINO UNIVERSITÁRIO | 347 |
| EHLERT DE SOUZA, ARLETE. FURB; PAULO, SILVIA; HEINZLE, MARCIA REGINA SELPA, FURB | |
| O PROGRAMA DE BOLSAS DE INICIAÇÃO À DOCÊNCIA (PIBID): UMA POLÍTICA DE RENOVAÇÃO PEDAGÓGICA NOS CURSOS DE LICENCIATURA NO BRASIL | 352 |
| AGUIAR BITTENCOURT, ZORAIA; MARTELET, MICHELE. PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL (PUCRS/BRASIL) | |
| PLANEJAMENTO E ORGANIZAÇÃO DE ATIVIDADES A DISTÂNCIA: UMA RENOVAÇÃO PEDAGÓGICA DA FURB | 357 |
| ANDRADE REBELO, RAQUEL; ANDRADE REBELO, ROSANA. FURB | |
| APRENDIZAJE ACTIVO: IMPLICACIONES EN EL APRENDIZAJE Y LAS CONCEPCIONES DE ESTUDIANTES Y PROFESORES | 364 |
| FRAILE, JUAN. UNIVERSIDAD FRANCISCO DE VITORIA; GIL, MARÍA. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID; SÁNCHEZ, JOSÉ MANUEL. UNIVERSIDAD FRANCISCO DE VITORIA; MEDINA, EVA. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID | |

VARIABLES MOTIVACIONALES GENERADORAS DE ENGAGEMENT: CLAVES PARA LA INNOVACIÓN DOCENTE

González-Ramírez, Teresa. Universidad de Sevilla; Reyes-de Cózar, Salvador. Universidad de Sevilla; Pedraza-Navarro, Inmaculada, Universidad de Sevilla.

Resumen

El objetivo de esta investigación es identificar las variables motivacionales que presentan los estudiantes universitarios de cara a la creación de propuestas innovadoras favorecedoras de engagement. Para ello, se ha diseñado y aplicado una escala de construcción ad-hoc. La población objeto de estudio se compone de 57624 alumnos matriculados en la Universidad de Sevilla. La muestra se selecciona mediante un muestreo aleatorio, estratificado y por cuotas, asumiendo un error del 5% y un nivel de confianza del 95%. La muestra se compone de 382 sujetos de ambos sexos. Los resultados obtenidos confirman la consistencia interna de la escala ($\text{Alpha} = .844$), así como la validez de constructo. Finalmente, se identifican las variables motivacionales claves para el desarrollo de estrategias innovadoras a través del engagement.

Resumo

O objetivo desta pesquisa é identificar as variáveis motivacionais que apresentam os estudantes universitários para a criação de propostas inovadoras que favoreçam o engagement. Para este fim, se desenhou e implementou uma construção de escala ad hoc. A população do estudo é constituída por 57624 alunos matriculados na Universidade de Sevilla. A amostra é selecionado por uma amostragem estratificada e quota aleatória, assumindo um erro de 5% e um nível de confiança de 95%. A amostra é constituída por 382 indivíduos de ambos os sexos. Os resultados confirmam a consistência interna da escala ($\text{Alpha} = 0,844$) e validade de construto. Finalmente, as variáveis motivacionais-chave para o desenvolvimento de estratégias inovadoras são identificados através de engagement.

Introducción

En educación, el estudio del engagement nace como resultado del intento de la comunidad educativa por mejorar tanto los resultados académicos como las actitudes del alumnado y, de la misma manera, fomentar un sentimiento de pertenencia adecuado y generativo (Gilbert, 2007; Harris, 2008; Willms, Friesen, y Milton, 2009; Parsons y Taylor, 2011). La idea en la que se sustenta estos orígenes, es la de reenganchar a una porción minoritaria de alumnos que se encontraban en riesgo de abandono mediante la creación de climas positivos para el aprendizaje, donde puedan sentirse parte de una comunidad (Parsons y Taylor, 2011).

El constructo de engagement en educación se ha ido enriqueciendo en entendimiento y en intenciones hasta convertirse en una meta en sí mismo y una constante en planes

de estudio e investigaciones ([Gilbert, 2007](#); Dunleavy y Milton, 2009, Parsons y Taylor, 2011). Aun así, para Fredricks et al. (2004), se necesitan más estudios multidimensionales que proyecten luz sobre el resto del constructo que todavía hoy desconocemos y las dimensiones o factores que inciden en él (Blumenfeld, Modell, Bartko, Secada, Fredricks, Friedel, et al., 2005; [Harris, 2008](#); Parsons y Taylor, 2011). De esta manera, y para una mayor comprensión de este constructo, se hace necesario profundizar, de manera empírica, en el estudio de ciertas variables o dimensiones que, según la literatura especializada, se consideran predictivas del engagement. Este trabajo pretende ahondar en dos de ellas como son: las motivaciones y los valores personales del alumnado, con el propósito de poder entender su influencia e impacto sobre el engagement.

Marco teórico

Sagiv y Schwartz (2000), basándose en el estudio de Schwartz (1992), definen los valores como objetivos deseables o principios que guían la vida de las personas ([Schwartz, 1992](#); [Williams, 1968](#)). A la hora de distinguir los valores, los investigadores ponen el énfasis en el tipo de motivaciones que expresan. Schwartz (1992) distingue diez tipos motivacionales diferentes asociados a los valores que tratan de abarcar el total de los posibles valores y motivaciones primitivas de la existencia humana ([Schwartz, 1994](#); [Schwartz & Sagiv, 1995](#), Sagiv y Schwartz, 2000). Para Lekes, N., Hope, N. H., Gouveia, L., Koestner, R. y Philippe, F. L. (2012), la relevancia no se encuentra tanto en el tipo de motivación asociadas a los valores sino, más bien, en las prioridades del sujeto a la hora de implicarse más o menos en dichos valores. En cualquier caso, los investigadores tienen claro que existe una correlación directa entre los valores y el bienestar subjetivo o engagement ([Lekes et al., 2012](#)). Asimismo, consideran que existen perfiles de valores tipo o motivaciones que, en términos generales, tienden a relacionarse con un sentimiento personal de bienestar subjetivo más elevado. No obstante, uno de los datos más significativos de su estudio es el hecho de establecer una relación directa entre la consecución de las metas y el bienestar subjetivo: es decir, las personas que consiguen alcanzar sus motivaciones en un determinado contexto, independientemente de los valores a las que estén asociadas, presentan valores más alto de bienestar subjetivo y engagement (Sagiv y Schwartz 2000).

Bilsky y [Schwartz \(1994\)](#), además, señalan que, a medida que las personas van siendo capaces de alcanzar los objetivos que se relaciona con unos valores determinados, sucesivamente van dándole más valor a los mismos. De igual modo, los autores advierten que la ausencia de éxito en la consecución de objetivos degenera en que la persona acaba por perder las motivaciones (Sagiv y Schwartz, 2000). Este hecho cobra mayor relevancia en el ámbito universitario. Un contexto adecuado permitirá un refuerzo efectivo en los valores de los alumnos, mientras que si éstos no tienen la posibilidad de satisfacer sus motivaciones, es probable que puedan acabar perdiendo sus valores primitivos y, por consiguiente, terminar abandonando la universidad. A su vez, muestra la naturaleza voluble de los valores de las personas, lo que incide directamente en la posibilidad de que la universidad moldee de manera positiva a aquellos alumnos que puedan presentar valores “no saludables”, ofertando un

contexto educativo rico en posibilidades, tanto académicas como vitales (Kohn & Schooler, 1983; Sagiv y Schwartz, 2000).

Así pues, el bienestar subjetivo puede formar parte de un ciclo: generar un espacio que fomente las necesidades de crecimiento, ancladas en valores ‘saludables’ llevará a generar estrategias para conseguir las metas planteadas provocando bienestar subjetivo que, a su vez, generará más interés en los valores o dará más importancia en la necesidad de alcanzar los objetivos, y así sucesivamente (Schwartz & Bardi, 2000).

Metodología

El objetivo principal de este estudio es identificar las variables motivacionales que presentan los estudiantes universitarios de cara a la creación de propuestas innovadoras favorecedoras de engagement.

El estudio se ha desarrollado aplicando una metodología exploratoria de tipo Survey con el propósito de conocer la opinión del alumnado acerca de las motivaciones y valores que llevan a los universitarios a cursar sus estudios. Para ello, se diseña, aplica y valida una escala de construcción ad-hoc. La población objeto de estudio se compone 57624 universitarios que corresponde al número total de alumnos matriculados en Grados y 1er y 2º ciclo en el curso 2012/2013 en la Universidad de Sevilla. Se ha seleccionado una muestra estadísticamente representativa asumiendo un error del 5% y un nivel de confianza del 95% mediante un procedimiento de muestreo aleatorio por cuotas. La muestra obtenida supone un total de 382 alumnos y alumnas. La fiabilidad de la escala se ha realizado mediante el análisis del alfa de Cronbach que arroja un coeficiente de .844. El análisis factorial de componentes principales nos propone ocho factores cuyo autovalor es superior a 1 y que justifican el 64,3% de la varianza (Tabla 1 y 2).

Tabla 1. Factores obtenidos del análisis factorial.

| | |
|----------|-----------------------------|
| Factor 1 | Obligación |
| Factor 2 | Solidaridad Social |
| Factor 3 | Desarrollo intelectual |
| Factor 4 | Superación personal |
| Factor 5 | Expectativas laborales |
| Factor 6 | Búsqueda de la excelencia |
| Factor 7 | Desarrollo de la autoimagen |
| Factor 8 | Componente social |

Tabla 2. Estructura escala Motivaciones y Valores.

| Factor | Varianza Total 64.3% | Ítems | Peso factorial |
|----------|-------------------------|---|----------------|
| Factor 1 | 22.05% | Una obligación: Es lo que espera mi familia. | .881 |
| | | Porque es lo que espera mi familia. | .851 |
| | | Porque es mi obligación. | .776 |
| Factor 2 | 12.02% | Un ejercicio de igualdad, participación y respeto | .773 |

| | | | |
|----------|-------|--|------|
| | | Experimentar y fomentar la amistad. | .764 |
| | | La posibilidad de ayudar a los demás (Solidaridad). | .623 |
| | | Porque quiero aportar algo a la sociedad. | .481 |
| | | Una responsabilidad (personal y social). | .412 |
| Factor 3 | 6.35% | Porque me resulta muy atractiva la carrera que voy a estudiar. | .759 |
| | | Por el gusto de aprender. | .741 |
| | | Satisfacer una curiosidad intelectual. | .497 |
| | | Una forma de desarrollo/crecimiento personal. | .445 |
| Factor 4 | 5.95% | Como un reto personal. | .804 |
| | | Una superación personal. | .726 |
| | | Como un medio para conseguir reconocimiento social. | .401 |
| Factor 5 | 5.23% | Como un medio para conseguir un trabajo. | .685 |
| | | Construir un futuro próspero. | .660 |
| | | La posibilidad de alcanzar el éxito. | .617 |
| Factor 6 | 4.52% | Para desarrollar mi capacidad crítica con los recursos que tengo a mi alcance (Libros, TV, Internet, Radio, Prensa, etc.). | .777 |
| | | Poder expresar y desarrollar mi creatividad. | .627 |
| | | Como un medio para tener una educación de nivel superior. | .573 |
| Factor 7 | 4.18% | Un ejercicio de libertad y autonomía. | .719 |
| | | La posibilidad de alcanzar la excelencia. | .701 |
| | | La posibilidad de afianzar mi seguridad y autoestima. | .619 |
| Factor 8 | 3.92% | Como un medio para salir de mi contexto (pueblo, ciudad, país, etc.) y conocer lugares y experiencias nuevas. | .819 |
| | | Por tener la oportunidad de conocer personas con inquietudes parecidas. | .639 |

Resultados

Para ponderar las valoraciones obtenidas por parte de los estudiantes, se han calculado ocho índices que representan la media aritmética de cada uno de los factores obtenidos del análisis factorial. Tal como se observa en la Tabla 3, que se expone a continuación, podemos afirmar que existe una gran variabilidad motivacional a la hora de cursar los estudios por partes de los estudiantes universitarios. Atendiendo al valor de sus medias, se observa como las motivaciones más valoradas son aquellas relacionadas con las Expectativas laborales (siendo la mejor valorada con un 4.14 sobre 5) así como aquellas que hacen referencia al Desarrollo personal y la Solidaridad social, ambas cercanas al 4. En la parte media podemos observar factores como la Superación personal, la Búsqueda de la excelencia y el Desarrollo de la autoimagen. Por último, en las motivaciones menos valoradas se encuentran la Componente Social y la realización de sus estudios por Obligación., ambas por debajo del 3.

Tabla 3. *Puntuaciones medias de los factores obtenidos desde el punto de vista de los estudiantes*

| | |
|-----------------------------|------|
| Búsqueda de la Excelencia | 3.67 |
| Desarrollo de la Autoimagen | 3.34 |
| Componente Social | 2.94 |
| Obligación | 2.72 |
| Superación Personal | 3.70 |

Conclusiones

En primer lugar, consideramos que se presenta un instrumento fiable y válido y que cumple los objetivos propuestos. No obstante, estudios futuros podrían incorporar nuevos ítems que representen un espectro más amplio de las variables motivacionales que se dan en las aulas universitarias. Así, una vez identificadas las variables motivacionales, sería interesante, de cara a innovaciones didácticas en las aulas universitarias, tomar como referencia estas dimensiones para satisfacer las expectativas de los universitarios, mejorando así la implicación con sus estudios y, en consecuencia, mejorar su rendimiento académico a través de una enseñanza de calidad. Por último, de cara a futuras investigaciones y superando las limitaciones de nuestro estudio, consideramos que el enfoque utilizado, basado en las variables motivacionales generadoras de engagement, aporta una base teórica que puede servir como modelo para impulsar y desarrollar estrategias innovadoras de aula basadas en los hallazgos que aquí se presentan.

Referencias

- [Bilsky, W. & Schwartz, S. H. \(1994\). Values and personality. *European Journal of Personality*, 8, 163-181.](#)
- [Blumenfeld, P., Modell, J., Bartko, W.T., Secada, W.G., Fredricks, J.A., Friedel, J., et al. \(2005\). School engagement of inner-city students during middle childhood. In C.R. Cooper, C.T.G. Coll, W.T. Bartko, H. Davis y C. Chatman \(Eds.\), *Developmental pathways through middle childhood* \(pp 145-170\). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.](#)
- Dunleavy, J. & Milton, P. (2009). What did you do in school today? Exploring the Concept of Student Engagement and its Implications for Teaching and Learning in Canada. Toronto: Canadian Education Association
- Fredericks, J. A., Blumenfeld, P. C. & Paris, A. H. (2004). School engagement: Potential of the concept, state of the evidence. *Review of Educational Research*, 74(1), 59-109.
- [Gilbert, J. \(2007\). Catching the Knowledge Wave: Redefining knowledge for the post-industrial age. *Education Canada*, 47\(3\), 4-8. Canadian Education Association. \[www.cea-ace.ca\]\(http://www.cea-ace.ca\) \(2010\)](#)
- [Harris, L. R. \(2008\). A Phenomenographic Investigation of Teacher Conceptions of Student Engagement in Learning. *The Australian Educational Researcher*, 5\(1\), 57-79](#)
- [Kasser, T. \(2011\). Cultural Values and the Well-Being of Future Generations: A Cross-National Study. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 42, 206 \(2011\)](#)
- Kohn, M. & Shooler, C. (1983). *Work and personality*. Norwood, NJ: Ablex.
- [Lekes, N., Hope, N. H., Gouveia, L., Koestner, R. y Philippe, F. L. \(2012\). Influencing value priorities and increasing well-being: The effects of reflecting on intrinsic values. *The Journal of Positive Psychology*, 7, \(3\), 249–261.](#)

- Sagiv, L. & Schwartz, S. H. (2000). Value priorities and subjective well-being: direct relations and congruity effects. *European Journal of Social Psychology, 30*, 77-198.
- Schwartz, S. H. & Sagiv, L. (1995). Identifying culture-specics in the content and structure of values. *Journal of Cross-Cultural Psychology, 26*, 92-116.
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology, 25*, (1-65). New York: Academic Press
- Schwartz, S. H. (1994). Are there universal aspects in the content and structure of values? *Journal of Social Issues, 50*, 19-46.
- Schwartz, S. H. and Bardi, A. (2000). Moral dialogue across cultures: An empirical perspective. In E. W. Lehman (Ed.), *Autonomy and order: A communitarian anthology*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Taylor, L. & Parsons, J. (2011). Improving Student Engagement. *Current Issues in Education, 14*(1). Retrieved from <http://cie.asu.edu>
- Williams, R. M. Jr (1968). Values. In E. Sills (Ed.), *International encyclopedia of the social sciences* (). New York: Macmillan.
- Willms, J. D., Friesen, S. & Milton, P. (2009). *What did you do in school today? Transforming classrooms through social, academic and intellectual engagement*. (First National Report) Toronto: Canadian Education Association