

MOTIVACIÓN

Querer aprender

Juan Antonio Huertas

*Colección dirigida por Mario Carretero
Catedrático de Psicología Cognitiva
de la Universidad Autónoma de Madrid
y FLACSO, Argentina.*

**AIQUE**

Prólogo	15
Capítulo 1. Los principales marcos de referencia del estudio de la motivación. Un paseo histórico por la psicología de la motivación humana	
Por: J. A. Huertas	19
1. La tradición del instinto-motivo	19
1.1. Del instinto animal al motivo humano	19
1.2. La teoría de McDougall	20
1.3. De la borrachera de instintos a su resaca	21
1.4. Lo que queda del instinto en las teorías actuales	22
2. La tradición psicoanalítica	23
2.1. El deseo y la pulsión en Freud	23
2.2. Las primeras disidencias: Jung y Adler	24
3. La tradición humanista	25
4. La tradición empírico-factorial	27
4.1. La Clasificación de Motivos de H. Murray	27
4.2. La Teoría Factorial de los Motivos de R. B. Cattell	28
5. La motivación en la tradición conductista	30
5.1. Durante el conductismo clásico: el reino del impulso	30
5.2. Durante el neoconductismo: auge y caída de la obra de ingeniería de Hull	31
5.3. Reinterpretación del impulso	33
6. La tradición cognitiva	35
6.1. Características de la revolución cognitiva	35
6.2. El papel de los procesos cognitivos en la motivación	36
6.3. Teoría de la atribución y motivación	37
6.4. Formación de creencias y planes	39
6.5. La disonancia cognitiva	40
6.6. El mantenimiento del autoconcepto	43
Capítulo 2. ¿Qué es esa cosa llamada motivación?	
Por: J.A. Huertas	45
1. Los determinantes de la acción	46
2. Hacia una definición de trabajo de motivación	47

2.1. ¿Qué entendemos por motivación?	47
2.2. Problemas para el análisis y conceptualización de la motivación	49
2.2.1. ¿Cuántos motivos actúan en una persona?	49
2.2.2. ¿Cómo se combinan los motivos cuando actuamos?, ¿lo hacemos por una sola razón o por varios intereses?	50
2.2.3. ¿Se trata de un proceso jerarquizado en diferentes niveles?	50
2.2.4. El problema básico de la psicología: ¿qué procedimiento de evaluación utilizamos para conocer auténticamente lo que se supone que desea e impulsa a una persona?	50
2.3. Aspectos importantes de la acción motivada	50
3. La acción voluntaria, la agencialidad humana y la causalidad personal	51
4. Elementos y fases del proceso motivacional	54
4.1. La interpretación de la situación, de los escenarios que vivimos	54
4.2. Los elementos motivacionales, el concepto de motivo y de meta El concepto de motivo	55
El concepto de meta	56
4.3. El control cognitivo o consciente de la acción	57
5. La organización jerárquica de los motivos	58
6. ¿Cómo se conforma y actúa la motivación en la conciencia humana?	60
6.1. Del guion motivacional a su uso dramático	61
6.2. El problema de lo que se dice y lo que se hace, el discurso como el magma de la vida psíquica	66
6.3. La psicología popular y la científica: dos caminos compatibles	67
 Capítulo 3. Génesis y desarrollo del proceso motivacional humano Por: J.A. Huertas	 71
1. Diferentes versiones del desarrollo de los motivos	71
1.1. El desarrollo como camino de perfección	72
1.2. Una visión genética más completa	72
2. El origen de los motivos: los protomotivos o los incentivos naturales	73
2.1. Los primeros gustos o placeres	74
2.2. Los primeros disgustos: el dolor	75
2.3. Protomotivos sociales o intersubjetivos	76

2.4. Protomotivos de curiosidad y de variedad: el gusto por la exploración	77	7
2.5. El protomotivo de impacto: el deseo de causar efectos en el entorno	78	
2.6. Los protomotivos que surgen del contacto	79	
2.7. Protomotivos que guían o limitan la cognición: la coherencia y la consistencia	80	
3. ¿Existen estos protomotivos o incentivos naturales?	80	
4. El desarrollo ontogenético de la motivación: el problema de la internalización	81	
4.1. Modelos tradicionales de internalización	81	
4.2. La complejidad del proceso de internalización de valores y motivos	83	
a) El orden social es muy complejo	83	
b) El proceso de internalización es complicado	84	
5. La naturaleza de los modelos socioculturales en la internalización	84	
5.1. Del modelo cultural a su asimilación por el sujeto	86	
El agente y la fuente del modelo	86	
El contenido y el formato del discurso que transporta el modelo	87	
El proceso de la recepción por el sujeto del modelo	89	
La asimilación o la internalización	90	
6. Distintos grados de internalización de guiones sociales	90	
7. Lo internalizado siempre cambia. El valor de la experiencia ...	92	
8. Ejemplos de modos de internalización de motivos	94	

Capítulo 4. ¿Por qué queremos hacer lo que nos da la gana?:

Los elementos y condiciones para la motivación intrínseca o extrínseca

Por: J. A. Huertas	99	
1. La motivación intrínseca o autorregulada	99	
1.1. Definición	99	
1.2. Desarrollo histórico del concepto de motivación intrínseca	100	
2. La motivación extrínseca	101	
2.1. Distinción entre impulso, incentivo y refuerzo	102	
2.2. El precio oculto de la recompensa	103	
2.3. El papel de las metas extrínsecas en la motivación	105	
3. Elementos implicados en la motivación intrínseca	106	
3.1. La autodeterminación o la autonomía	107	

3.2. Los sentimientos de competencia	108
3.3. El reto óptimo de una actividad	109
3.4. La curiosidad	111
3.5. Una receta para un videojuego adictivo	111
4. El desarrollo y el cambio hacia lo intrínseco	112
4.1. En la microgenia, el cambio hacia lo interno	112
4.2. En la ontogenia, la internalización de lo intrínseco	114

Capítulo 5. El control consciente de la motivación.

Las confusas relaciones entre pensamientos y deseos.

Por: Juan Antonio Huertas y María Rodríguez Moneo 117

1. Un repaso de los elementos cognitivos en el proceso motivacional	118
1.1. Las metas	118
1.2. Los planes de una acción	119
1.3. Las expectativas	120
1.4. Las explicaciones o atribuciones causales	121
2. El planteamiento de propósitos conscientes, de metas	122
2.1. Distintos tipos de metas, según su naturaleza o contenido	122
2.2. Metas conscientes y metas específicas	123
2.3. El efecto de la amplitud y de la dificultad de la meta	124
3. Patrones motivacionales en el proceso de enseñanza-aprendizaje	125
3.1. Orientación al aprendizaje u orientación al resultado, la teoría de Dweck y Elliot	126
Motivación por el aprendizaje	127
Motivación por la búsqueda de juicios positivos de competencia	128
Motivación por el miedo al fracaso	129
3.2. Tendencias concretas cuando buscamos aprender. Las metas epistémicas de Kruglanski	131
4. Atribuciones y motivación	132
4.1. Recapitulación de la teoría atribucional de Weiner	132
Del resultado a la formación de la atribución	133
Consecuencias cognitivas y emocionales de la atribución	135
4.2. En el océano de la comprobación empírica, el modelo de Weiner hace agua	136
4.3. El motivo de autovaloración de Covington	137
5. El control consciente de la acción	137
5.1. La teoría de Kuhl: la autorregulación	138
5.2. Orientación al proceso, orientación al resultado	139

5.3. Consecuencias de un deficiente control consciente	141
5.4. Los modos de socialización que conducen a orientaciones de acción desadaptadas	142
 Capítulo 6. Cultura, sociedad y motivación.	
Los principales motivos sociales	
Por: J.A. Huertas	145
 Introducción. Esto de los motivos sociales, ¿qué es lo que es?	
A. La motivación por el logro	148
1. El desarrollo histórico de la teoría de la motivación de logro . .	148
2. La teoría clásica de la motivación de logro	149
3. Las objeciones a la formulación clásica de la motivación de logro	151
4. La génesis y el desarrollo de la motivación de logro	153
4.1. La socialización de la motivación de logro	153
4.2. Algunos trabajos transculturales e históricos sobre la motivación de logro	155
5. ¿Qué ocurre cuando tendemos hacia el logro?	156
B. Los motivos de afiliación	157
1. La afiliación como una necesidad básica	158
2. La afiliación como una tendencia motivacional	159
2.1. ¿Qué nos ocurre cuando nos movemos por la afiliación? .	159
3. ¿Cuál es el origen de la tendencia hacia la afiliación?	160
3.1. De la construcción del significado a la comparación social	160
3.2. El otro origen de la afiliación: el miedo y la incertidumbre	162
4. La génesis de los motivos de afiliación	163
5. ¿Es el sexo un motivo... ?	164
6. ¿A qué se le llama amor cuando queremos decir amor?	166
6.1. Son muchos los amores	166
6.2. El amor apasionado merece unas líneas	170
6.3. Algunas explicaciones a eso tan ignoto del amor	172
C. Los motivos de poder	175
1. Características del motivo de poder	175
2. ¿Qué ocurre cuando nos movemos por las ganas de ejercer poder?	176
3. Origen y desarrollo del motivo de poder	177
4. El poder y otras características psicosociales	178
4.1. Poder y agresividad	178
4.2. Poder y liderazgo	179

Capítulo 7. Procedimientos de la evaluación de la motivación humana
 Por: J. A. Huertas, Ignacio Montero y Jesús Alonso Tapia 181

1. Introducción	181
2. Indicadores directos del comportamiento motivado	184
3. El análisis temático de la fantasía	186
3.1. El procedimiento de análisis de la motivación con el TAT	187
3.2. El aluvión de críticas que recibió el TAT	188
3.3. Otras variantes del TAT	190
4. Medidas de autoinforme	191
4.1. Cuando hay que preguntar lo que no se ve	191
4.2. Cuestionarios que evalúan repertorios generales de motivos	193
4.3. Evaluación de factores relacionados con la motivación de logro	194
4.4. Evaluación de atribuciones y expectativas	196
4.5. Evaluación de variables motivacionales en el contexto educativo	198
5. El análisis del habla y del discurso	203
5.1. El análisis motivacional del habla privada	203
5.2. Otros procedimientos para el análisis motivacional del discurso	205
5.3. Precauciones metodológicas al análisis del discurso	208

Capítulo 8. Motivación en el aula

Por: Ignacio Montero y Juan Antonio Huertas 211

1. Introducción	211
2. Origen social de la actividad escolar	211
Métodos ancestrales	213
3. Sociedad, currículum y desarrollo personal	217
3.1. Teoría curricular	218
3.2. Cultura pública, cultura educativa y cultura personal	219
4. Modelos teóricos de la motivación en el aula	220
4.1. Modelos realistas y mecanicistas	222
4.2. Modelos organicistas	223
4.3. Modelos contextualistas	224
5. Modelo sociocultural	225
5.1. Conceptos generales	225
5.2. Una teoría sociohistórica de la motivación en el aula	227

Capítulo 9. Principios para la intervención motivacional en el aula

Por: J. A. Huertas, Ignacio Montero y Jesús Alonso Tapia 235

11

1. Análisis crítico de los principales modos de intervención motivacional en el aula	235
1.1. Las propuestas de intervención del grupo de McClelland y colaboradores	235
1.2. Programas que inciden en la autonomía (Proyecto Carnegie, de DeCharms)	237
1.3. Programas de entrenamiento atribucional	238
1.4. El entrenamiento instrumental hacia metas de aprendizaje	240
2. Cultura del profesor y modos de motivar	242
2.1. Parámetros para la intervención motivacional en clase: el modelo TARGET	243
3. Cultura personal y motivación por el aprendizaje	249
3.1. Distintos planteamientos de metas en la actividad académica	249
3.2. Otras condiciones que influyen en el desarrollo de un patrón motivacional en el aula	251
4. Motivación y organización grupal de la actividad	257
5. Componentes para una correcta intervención motivacional	263
5.1. Lo primero, un planteamiento general, teórica y metodológicamente sustentado	263
5.2. Lo segundo, una evaluación completa de la situación	264
5.3. Lo tercero, determinar la dirección del cambio motivacional	265
5.4. En cuarto lugar, planificar el modo de intervención	267
Principios para la organización de la instrucción en la motivación	268
Bibliografía	273