

I INTRODUCCIÓN

1. Descripción General

Actualmente el interés del niño por aprender fútbol se va incrementando día a día. Este deporte puede convertirse en un importante medio educativo para el niño y el joven, ya que guiado adecuadamente, lleva al logro de una educación integral. Esta forma de educación requiere un proceso, que utiliza al juego y al deporte como un camino de facilitación para estimular la manifestación de habilidades y destrezas (Rubalcava, 2001)

Como el Fútbol es una actividad que promueve el desarrollo integral del individuo, requiere del tratamiento de una inteligencia táctica, de un espíritu de grupo, de una actitud de paciencia y voluntad para conseguir un objetivo. Como se está trabajando con seres humanos, además de poner atención en el área técnica, es importante también tener en cuenta las necesidades del individuo. En el área de la iniciación deportiva, existe un aspecto fundamental y destacable por encima de los demás: la motivación. De aquí el interés por realizar el estudio de la incrementación al logro por medio de la presentación de diferentes videos de modelos futbolistas significativos. Independientemente de las distintas formas en que se puede motivar al alumno, en este estudio se cree interesante hacer uso de la tecnología, y tomar parte de ella, para realizar producciones de videos que puedan ser utilizados como factor para el incremento de la motivación al logro.

En la historia de los medios, la imagen en pantalla es una verdadera ruptura con el pasado porque la imagen en video establece un nuevo vínculo entre la información y su soporte; la imagen se convierte en una nueva visión del mundo. El mundo del lenguaje y el de la imagen ayuda a expresarse, a dar a conocer y a fortalecer los conocimientos.

Desde una visión educativa, el video es un instrumento, entre muchos otros, para ser usado como parte de una estrategia educativa que facilite el aprendizaje.

El aprender resulta más sencillo cuando se puede observar lo que se va explicando, y no hay mejor maestro que el video puesto que es un medio que nos proporciona información por dos sentidos: el visual y auditivo.

Una forma de ver el aprendizaje, es considerar que éste se ha dado a partir de un cambio de conducta observable en una persona, para una situación igualmente observable. Tradicionalmente se dice que el cambio de la conducta es relativamente permanente una vez que ha sido aprendido el conocimiento (Schemeck, 1988).

La gente tiene una gran capacidad de aprendizaje y adaptación. En el aprendizaje influye decisivamente el ambiente en el cual la gente vive y se desarrolla (Bolman y Deal, 1995).

Un elemento importante para la realización de este estudio es el aprendizaje por observación, se refiere al proceso por el que la conducta de una persona, el observador, cambia al observar la conducta de otra, un modelo. A los componentes específicos de la conducta de un modelo se les llama Claves de modelamiento, que pueden presentarse en vivo o de manera simbólica. (Liebert, 1990)

Con lo que respecta a la motivación es constante, inacabable, fluctuante y compleja. Las personas están motivadas e influenciadas por ciertas necesidades, tan pronto logran satisfacer una necesidad aparece otra en su lugar y así sucesivamente a lo largo de toda su vida; el individuo es un todo integrado y organizado, cuando surge en él una necesidad, tanto la necesidad como la satisfacción se da en todo su ser; la motivación no se realiza de manera independiente en la conducta de la persona, tiene relación con su entorno, con su situación, con las personas que le rodean y con su medio cultural. Para comprender la motivación del ser humano es necesario estudiar todas sus motivaciones entre sí (Maslow, 1991).

El constructo de motivación al logro se concibe en forma general como tendencia o expectativa hacia el éxito.

Murray postuló que las personas tienen veinte necesidades básicas, entre las más importantes se encuentra la necesidad de logro.

McClelland (1985) sostiene que el deseo de logro se adquiere en el ser humano a muy temprana edad, entre los 8 y 10 años; los niños que son educados con gran necesidad de logro interiorizan las normas de excelencia y llegan a ser adultos independientes. (Liebert, 1999).

Spence y Helmreich (1993) integran un nuevo modelo sobre el concepto de motivación de logro, al cual identifican como Orientación al Logro en el que contemplan tres dimensiones, definiéndolas como. a) Maestría, relativa a una preferencia por tareas difíciles y por hacer cosas intentando la perfección; b) Trabajo, ejemplificada por una actitud positiva hacia el trabajo en sí; c) Competitividad, que describe el deseo de ser el mejor en situaciones interpersonales.

El estudio de esta investigación se basa en la Teoría de los Impulsos Motivacionales de McClelland (1953), enfocándose exclusivamente a la motivación de logro. Tiene como objetivo general : Medir el incremento de la motivación de logro de los alumnos de fútbol, por medio de la presentación de modelos en videos. Se utiliza el Instrumento de medición: Motivación al Logro en Niños (MOLONI) de Rebeca Berrini (2001). Entre los objetivos específicos se producen 3 videos que contengan modelos apreciados por los niños de futbolistas profesionales:

- a. Video que contenga modelos significativos de futbolistas profesionales del equipo de Chivas del Guadalajara.
- b. Video que contenga modelos a seguir de futbolistas de la Selección Mexicana.
- c. Video que contenga modelos de futbolistas a seguir de un equipo que no se encuentra en su mejor momento como el Puebla.

Se lleva a cabo la proyección de los videos y se determina si existe relación causal entre la variable independiente, Videos de modelos significativos de futbolistas profesionales, y la variable dependiente, motivación al logro. Se compara el incremento de la motivación de logro entre los grupos 1, 2,3, y 4 y

finalmente se determina que tanto influye la posición del jugador profesional con la posición del niño.

En cuanto a las hipótesis manejadas en este estudio tenemos:

H1. La motivación de logro de los alumnos de fútbol, se incrementará ante la proyección de videos con modelos significativos de futbolistas profesionales.

H2. La motivación de logro de los alumnos de fútbol, se incrementará ante la proyección de videos con modelos significativos de futbolistas profesionales, que juegan la misma posición que el alumno.

2. Motivación

El comportamiento es causado, orientado hacia metas y motivado. Cada individuo es único, su personalidad va más allá de su comportamiento externo, en su esencia se incluye su actitud, sus valores, su manera de interpretar el medio que lo rodea además de variables internas y externas que contribuyen a cierto patrón de comportamiento que presenta (Kohrs, Haimann y Hilgert, 1983).

Según Hellriegel, Slocum y Woodman (1999) la motivación son las fuerzas que actúan sobre una persona o en su interior y provocan que se comporte de manera específica, encaminada hacia las metas.

El proceso de motivación se inician con la identificación de las necesidades de una persona, las cuales le crean tensión interna, y esta incomodidad hace que despierte en ella el deseo por reducirlas o eliminarlas; la motivación encamina hacia las metas a la persona considerándolas como fuerzas impulsoras ya que hacen que actúe el individuo para eliminar esa tensión (Hellriegel, Slocum y Woodman,1999).

La motivación no se realiza de manera independiente en la conducta de la persona, tiene relación con su entorno, con su situación, con las personas que le rodean y con su medio cultural. Para comprender la motivación del ser humano es

necesario estudiar todas sus motivaciones entre sí y no concebirlas como unidades aisladas (Maslow, 1991).

Las Teorías de la personalidad tratan el tema fundamental de la motivación: qué “mueve” a la gente a actuar. La motivación contiene factores que impulsan a la conducta –lo que nos hace “movernos”- así como aspectos que determinan la dirección, intensidad y persistencia del comportamiento.

La motivación es constante, inacabable, fluctuante y compleja, no es un estado especial y peculiar diferenciado de otros acontecimientos del organismo. Las personas están motivadas e influenciadas por ciertas necesidades, siendo el ser humano un ser necesitado raramente alcanza un estado de completa satisfacción, tan pronto logra satisfacer una necesidad aparece otra en su lugar y así sucesivamente a lo largo de toda su vida.

La motivación es un impulso dirigido hacia el logro de un fin, es una fuerza interna que mueve a las personas a alcanzar sus metas a través de estar convencidos de que ello es lo que se desea, ya que la naturaleza del hombre esta diseñada para alcanzar lo que se propone, sin embargo debe luchar por ello mediante el esfuerzo, la entrega y el tiempo. Es la capacidad para continuar entusiasmado venciendo todos los obstáculos que se le presenten (Díaz, 2002).

Dentro del tema de motivación es importante mencionar a Henry A. Murray considerado el padre de la teoría moderna de las necesidades; insistía en que las fuerzas internas del individuo, conocidas como necesidades, y los factores ambientales, presiones, se combinan para determinar cómo se ha de conducir una persona. Los términos necesidades y pulsiones, en los escritos de Murray, se refieren a las fuerzas inconscientes de la motivación: lo que realmente hace que el individuo actúe. Así mismo Blue y Taylor (1976) comentan que los cambios psicológicos y las experiencias pasadas interactúan en todo momento, por lo que la motivación puede originarse desde el interior de un individuo o por factores que actúan sobre él desde el exterior. Liebert (1991) menciona en su texto de personalidad que las tareas motivadas internamente parece que generan la mayor motivación y, en última instancia, la máxima satisfacción personal.

McClelland realizó un trabajo original sobre motivación. Desarrolló un esquema de clasificación donde destaca los tres impulsos más dominantes, recalcando su importancia para la motivación. Sus estudios revelaron que cada persona tiende a desarrollar impulsos motivacionales como producto del medio cultural en el que vive, y éstos afectan la manera en que el individuo ve su trabajo y maneja su vida. Establece cuatro impulsos motivacionales: motivación para el logro, motivación por afiliación, motivación por poder y motivación por competencia (Gordon, 1997).

2.1 Teorías de motivación

Las teorías a tratar: La Teoría de Adler, La Teoría de la Jerarquía de Necesidades de Maslow, La Teoría ERG de Alderfer, La Teoría de los Impulsos Motivacionales de McClelland, La Teoría de las Pulsiones, Necesidades Múltiples de Murray y La Teoría General Social-Cognitiva de Motivación de Pintrich; se refieren a la motivación en el ser humano, hacen hincapié a los factores que fortalecen, dirigen y detienen el comportamiento de una persona y explican los elementos específicos dentro del individuo o del exterior que lo motivan. Estas teorías se basan en el pensamiento y en el sentimiento del individuo es decir en la cognición, se relacionan con el yo interno y con la manera en que el estado interno de las necesidades del sujeto determinan su comportamiento.

Teoría de la motivación de Adler:

Alfred Adler (1964) realiza investigaciones sobre la inferioridad y el complejo de inferioridad. Para sus estudios parte de la inferioridad orgánica que se refiere a las personas que tienen problemas de salud desde su nacimiento. Menciona que la personalidad de estos sujetos se ve afectada por este tipo de enfermedad.

El complejo de inferioridad se da por un sentimiento psicológico en el que la persona se siente inferior.

Adler decía que las personas son motivadas por dos fuerzas en forma cíclica:

- La necesidad de superar la inferioridad
- El deseo de hacerlo y volverse superiores

En el desarrollo normal la lucha por la superioridad compensa los sentimientos de inferioridad. (Liebert, 1991).

Teoría de la Motivación Humana de Maslow:

La teoría de Maslow citada Liebert (1999) por hace hincapié principalmente a los factores que motivan la conducta. Investigó los motivos de autorrealización, incluyendo la forma en que estos se manifiestan en los niveles más altos de funcionamiento humano. Hace énfasis en el individuo, en la naturaleza idiosincrásica de la motivación humana y en el progreso sistemático a través de un sistema de necesidades organizadas de forma jerárquica. Para él la fuente de la motivación humana reside en necesidades que son comunes a todos los seres humanos. Afirma que las necesidades no satisfechas son motivadores y que la siguiente necesidad del nivel más alto no se activa sino hasta satisfacer el nivel anterior.

Dentro de la jerarquización de las necesidades humanas fundamentales, dividió 5 niveles ordenándolas en una lista de las más fuertes a las más débiles:

Tabla 1. <u>Jerarquía de Necesidades de Maslow</u> . (Liebert, 1999)
--

1. Fisiológicas básicas	necesidades más fuertes
2. Seguridad	
3. Pertenencia y amor	
4. Estima	
5. Autorrealización	necesidades más débiles

1. Necesidades Fisiológicas Básicas.- Son las necesidades físicas fundamentales para la supervivencia del ser humano: alimentación, descanso, agua, oxígeno, excreción, vestido y vivienda, entre otras. Como se relacionan con la supervivencia son las necesidades humanas más fuertes.

2. Necesidad de Seguridad.- Atañen al bienestar físico, así como a la seguridad psicológica. Comprenden exigencias fundamentales, como el refugio y el calor, lo mismo que la seguridad fisiológica derivada de la estabilidad, la predicción y la estructura en las rutinas diarias. Las personas después de cubrir sus necesidades fisiológicas básicas desean cierta seguridad de que estas necesidades estarán cubiertas en el futuro. La necesidad de estar protegido de amenazas y peligro para así controlar y protegerse de las incertidumbres de la vida.

3. Necesidad de Pertenencia y Amor.- Se relaciona con la afiliación y el afecto. Es la necesidad del individuo de sentirse aceptado y necesario en un grupo en el que desea interactuar, de tener amigos, afecto, amor y respeto.

4. Necesidad de Estima.- Hay dos tipos de necesidades de estima: estima de otros y la autoestima. En la primera los individuos necesitan sentir que otros los respetan y valoran por sus logros y aportaciones, además de ser reconocidos. En la segunda comprende el deseo personal de tener sensaciones de competencia, dominio, logro, confianza e independencia para que así la persona se sienta valiosa, confiada, capaz útil y necesaria; si las necesidades se frustran, se siente inferior, débil e indefensa. Una autoestima sana y duradera se basa en el respeto ganado por uno mismo y de los demás; esto es, el

reconocimiento obtenido por los esfuerzos de la persona, más que por el simple nivel socioeconómico o del prestigio.

5. Necesidad de Autorrealización.- Estas necesidades son de autosatisfacción, las necesidades humanas más altas que a la mayoría de los individuos les gustaría tener satisfechas como resultado de sus experiencias en la vida. La persona que lucha por su autorrealización se acepta así misma y a los demás, e incrementa sus capacidades para solucionar problemas. Significa convertirse en todo lo que se es capaz de llegar a ser, utilizando las habilidades que se tienen al máximo, mediante el aprovechamiento del talento, alcanzando las metas de la vida. (Maslow, 1991)

Teoría ERG (necesidades existenciales de relaciones y crecimiento) de Alderfer:

Alderfer propone una jerarquía de necesidades fundamentales de sólo tres niveles:

1º. Necesidades de Existencia o Básicas.- incluye las necesidades fisiológicas y de seguridad de Maslow.

2º. Necesidades de Relaciones.- comprende el ser entendido y aceptado por las personas que se encuentran arriba, debajo y en torno al individuo en el trabajo y fuera de él. Corresponde a las necesidades de pertenencia y amor de Maslow.

3º. Necesidades de crecimiento.- Deseo de autoestima y autorrealización. Corresponde a las necesidades de estima y autorrealización de Maslow.

El mecanismo de satisfacción de estas necesidades funciona diferente al de Maslow con respecto a que la necesidad del nivel más alto no se activa sino hasta satisfacer el nivel anterior. Para Alderfer este proceso progresivo funciona más bien como proceso de frustración-regresión; manifiesta la probabilidad de que los tres niveles puedan estar activos en cualquier momento y que una persona frustrada en cualquiera de los dos niveles superiores podrá volver concentrarse en un nivel inferior surgiendo nuevamente como una fuerza motivadora ya que la frustración conducirá a la regresión (Davis y Newstrom, 1991).

Teoría de los Impulsos Motivacionales de McClelland:

McClelland (1953) clasificó tres impulsos dominantes recalcando su importancia por la motivación. Sus estudios obtuvieron que los impulsos motivacionales reflejan elementos de la cultura en que crece cada individuo, como la familia, la escuela, la iglesia, etc. Menciona que cada persona tiende a desarrollar impulsos motivacionales como producto del medio cultural en el que vive. Establece cuatro impulsos motivacionales:

1. Motivación para el Logro.- Refleja el afán del individuo por alcanzar objetivos, y demostrar su competencia y habilidad por alcanzar metas; es el impulso por superar retos y obstáculos, de avanzar y crecer.
2. Motivación por Afiliación.- es el impulso por relacionarse con las personas en un medio social de manera eficaz, es la necesidad de afecto, amor e interacción con la sociedad.
3. Motivación por Poder.- Es la necesidad de ejercer control en el trabajo personal o en el de otros, un impulso por influir en las demás personas y cambiar las situaciones.
4. Motivación por Competencia.- Desarrollar habilidad para la solución de problemas. Es el impulso por realizar un trabajo de calidad y buscan dominar su trabajo. (Liebert, 1999)

Teoría de las Pulsiones y Necesidades Múltiples de Murray:

Murray postula que las personas tienen veinte necesidades básicas. Hace una identificación entre necesidades biológicas y presiones. Las necesidades biológicas parten del cuerpo, y las presiones provienen del medio ambiente o entorno en que se desarrolla y de alguna manera hacen que el sujeto trate de alcanzar según el tiempo histórico que le toque vivir. Entre las más importantes se encuentra la necesidad de logro (Liebert 1991), autonomía, dominancia, entendimiento y la necesidad de ser cuidado. La necesidad de logro es concebida

como el deseo de completar algo difícil. Maestría para manipular u organizar objetos físicos, seres humanos o ideas; tan rápido o independientemente como sea posible. Sobrepasar obstáculos y mantener altos estándares. Superar al self. Competir y sobrepasar a otros. Incrementar el amor propio por el éxito y talento. Estos deseos de acuerdo a Murray, son acompañados por las siguientes acciones: esfuerzos intensos, prolongados y repetidos para finalizar algo difícil. Trabajar individualmente con el objetivo de alcanzar metas importantes y/o de largo plazo. Tener la determinación de ganar. Tratar de hacer todo bien. Deseo de sobrepasar a otros. Disfrute de la competencia. Esfuerzo para superar la fatiga y el aburrimiento. (Weiner, 1992)

Teoría General Social-Cognitiva de Motivación de Pintrich.

Pintrich (1993) hace referencia a tres constructos motivacionales propuestos en este modelo. El primero se refiere a las razones y creencias que el estudiante tiene acerca del valor de la realización de una tarea; es decir, cuánto interés, qué importancia y qué tan útil es la tarea. Incluye la orientación del estudiante hacia la meta, tanto intrínseca como extrínsecamente. Las orientaciones intrínsecas hacia la meta se refieren al grado en que los estudiantes se perciben en la realización de la tarea y las razones para ello tales como el reto, la curiosidad y el dominio. Menciona que una orientación intrínseca a la tarea se entiende como que el estudiante está en la tarea por ser un fin en sí mismo y no como un medio para un fin determinado. Las orientaciones extrínsecas hacia la meta complementan a las orientaciones intrínsecas y aluden al reconocimiento y aprobación de otros. Se relacionan con el grado en que se percibe el estudiante en la realización de la tarea y las razones que lo impulsan para la realización de la misma. Cuando un estudiante tiene una alta motivación extrínseca en la realización de la tarea, la realización de la misma es un medio para un fin determinado y no el fin en sí mismo.

El segundo constructo se relaciona con la expectativa y las creencias por parte del individuo en el control para lograr su aprendizaje, y al esfuerzo aplicado

para aprender. En cuanto a la expectativa, ésta presenta dos aspectos: la del éxito y la de autosuficiencia. La del éxito se refiere a las expectativas del desempeño y se relaciona específicamente al desempeño de la tarea y en consecuencia a un resultado positivo; y la de autosuficiencia se enfoca a la auto evaluación de la propia habilidad en el dominio de la tarea, incluye los juicios necesarios acerca de la propia habilidad para realizar una tarea así como la confianza en la propia habilidad para el desempeño de la tarea.

El último constructo es el del afecto a la afectividad que corresponde a las preocupaciones y ansiedades del sujeto al realizar un examen, y se han relacionada negativamente con el desempeño académico.

2.2 Motivación de logro

Para introducirnos al tema de la motivación de logro es necesario hacer referencia a la necesidad de logro donde David McClelland la define como una disposición relativamente estable para esforzarse por el éxito en cualquier situación, donde se aplique un estandar de excelencia, siendo el “motivo” una tendencia aprendida que energiza y dirige la conducta hacia metas específicas; el interés de hacer las cosas mejor, con normas de excelencia incomparables; la superación de retos y obstáculos a fin de alcanzar metas, la persona desea desarrollarse, crecer y avanzar hacia el logro es importante por sí mismo y no por las recompensas que lo acompañan.

Optó por concentrarse en los motivos individuales, particularmente en la motivación de logro, más que en examinar de manera completa la estructura motivacional de la persona (Liebert, 1999).

McClelland (1985) menciona que la necesidad de logro se crea en el ser humano desde una edad muy temprana, por lo que es elemental en la educación de los niños que esté orientada hacia el logro, ya que es primordial para despertar en el niño la confianza en sí mismo. Los padres que inculcan en sus hijos la motivación de logro les exigen un alto desempeño con altas normas de excelencia

apoyando sus esfuerzos con afecto y estímulo. Sus hijos son niños que son educados con gran necesidad de logro, llegan a ser adultos independientes; de ellos se espera que sepan cuidarse a sí mismos, que hagan las cosas por su cuenta y que adquieran confianza en sí mismos lo más pronto posible y que adquieran el dominio sobre la tarea emprendida.

Ha realizado la mayor parte de las investigaciones acerca de la forma de cómo enseñar a las personas a desear el logro; si esto no sucede en edad temprana, se puede desarrollar. Él ha diseñado programas para despertar el espíritu emprendedor tanto en niños como en adultos, donde establece seis pasos como elementos de la capacitación: 1) estudiarse así mismo, 2) considerar ideas con respecto a posibles metas, 3) fijar una meta, 4) planificar, 5) luchar y 6) evaluar. Además incluye 4 insumos que se presentan a continuación:

1.	El síndrome del éxito.
2.	Estudio de sí mismo.
3.	Fijación de Metas.
4.	Apoyos interpersonales.

Davis y Newstrom (1991) citan a McClelland para definir la motivación de logro como la superación de retos y obstáculos a fin de alcanzar metas, la persona desea desarrollarse, crecer y avanzar hacia el éxito; el logro es importante por sí mismo y no por las recompensas que lo acompañan. Las personas con alta motivación de logro trabajan más duro cuando perciben que se les dará un reconocimiento personal por sus esfuerzos, cuando solo hay un riesgo moderado de fracaso y cuando reciben retroalimentación específica sobre su desempeño anterior.

La tendencia de aproximarse a situaciones relacionadas con logro, apunta, que aunque esta es influenciada por recompensas externas (dinero, aprobación, etc.) la mayoría de los investigadores enfatizan que ha sido enfocado sobre

variables intrínsecas (internas) tales como el orgullo asociado con el logro o la pena asociada con el fracaso. La fuerza de estas emociones determina si el individuo se aproxima o se aleja a actividades orientadas al logro (Petri, 1991).

Pardo (1993) menciona que sólo existe conducta motivada cuando existe una meta hacia la cual se orienta esa conducta. Si no hay meta, no hay motivación. En contextos relacionados con el logro, la conducta motivada persigue metas relacionadas con la propia competencia. Dweck y Elliot (1983) distinguen dos de estas metas: 1) de ejecución donde los individuos intentan obtener o evitar juicios favorables o desfavorables de su competencia y 2) de aprendizaje donde los individuos intentan mejorar o incrementar su competencia. Dweck sugiere que el estar orientado hacia uno u otro tipo de meta generan pautas conductuales totalmente diferentes; tales como indefensión (helplessness) y superación (mastery). Los sujetos orientados a la indefensión se caracterizan por su tendencia a evitar el riesgo y mostrar una ejecución deteriorada al encontrarse con un obstáculo o dificultad; y los sujetos orientados a la superación se caracterizan por su tendencia a buscar el riesgo y mantener un nivel de ejecución apropiado incluso tras el fallo.

El mostrar una u otra pauta de comportamiento es completamente independiente del nivel intelectual de los sujetos. Incluso sujetos muy inteligentes pueden desarrollar con frecuencia pautas motivacionales del tipo indefensión que les lleve a obtener un mal rendimiento.

Liebert (1999) en su tratado de la motivación de logro cita a McClelland (1953), donde menciona que en general, los individuos con una elevada puntuación en el índice de márgenes de logro completaron más tareas dentro de la orientación a la realización, resolvieron más problemas sencillos con una prueba de aritmética cronometrada, mejoraron más rápidamente en su capacidad de formar anagramas, tendieron a obtener mejores calificaciones y a usar más tiempos en futuro y nombres abstractos al hablar de ellos mismos.

En los resultados de los primeros trabajos de McClelland (1953) se obtuvo que las personas con una elevada motivación de logro:

1. Les agradan los retos en su labor y prefieren el riesgo moderado
2. Desean retroalimentación concreta sobre qué tan bien lo están haciendo
3. Les gusta asumir la responsabilidad personal de cumplir con las metas de trabajo

A las personas con altos logros les gusta establecer sus propias metas, evitan de selección de metas muy difíciles y prefieren tareas que brinden retroalimentación inmediata (Hellriegel, Slocum y Woodman, 1999).

En los pasados 15 años, la investigación sobre la necesidad de logro ha arrojado más luz sobre las características de trabajo de los individuos con una elevada necesidad de logro. A continuación se muestran algunos de estos resultados:

Tabla 3. Características de sujetos de alta necesidad de logro. (Liebert, 1999)

- Informan que se esfuerzan al máximo de su potencial.
- Prefieren a los supervisores orientados al logro en lugar de los “que dan apoyo”.
- Pasan por alto con presteza las tareas fáciles para llegar a las más difíciles.
- Hacen un esfuerzo mayor en las tareas conforme el tiempo se agota.

La motivación de logro puede manifestarse en distintas formas. La excelencia académica, las habilidades en el trabajo, el esfuerzo de un atleta, la buena voluntad de trabajar fuerte para alcanzar la excelencia etc. Se enfoca principalmente en una necesidad de éxito donde se experimenta orgullo en el éxito y vergüenza en el fracaso.

Según Nash (1988) Las características personales de un sujeto con alta necesidad de logro son el no trabajar únicamente por el dinero, valoran la autonomía, tienen espíritu independiente y confianza en sí mismos, se sienten satisfechos al tener éxito, no es vital que reciban reconocimientos, son felices al decidir realizar algo difícil y llevarlo a la práctica, son optimistas, seguros, prácticos y sobreestiman sus posibilidades de éxito; este tipo de individuos basan sus apreciaciones en la realidad; responden mejor al recibir una retroalimentación concreta que una emocional; trabajan con más empeño si piensan que sus esfuerzos modifican el resultado final; se esfuerzan para realizar labores que exigen manipulación experimental u originalidad y no labores simples de rutina; se interesan por lograr más y enfrentar desafíos; si la labor se hace fácil o pierde el riesgo ya no es significativo para ellos como incentivo. Menciona que el mejor elemento para predecir el éxito de una empresa es la necesidad de logro, la cual es la fuente de motivación para aumentar la productividad.

La motivación de logro tiene relación con la productividad, hasta la fecha las organizaciones no han hecho mucho en lo referente a la capacidad sistemática en este campo. El motivo de logro es manejable, es posible estructurar el trabajo a manera que ofrezca, a los individuos motivados por el logro, mayores oportunidades para expresarse a sí mismos. Es posible desarrollar el motivo de logro, diseñando trabajos más difíciles y eliminando los sencillos, fáciles y rutinarios inferiores a la calidad del individuo; convenciendo a los sujetos que es posible el realizar aquellos trabajos que ellos creen están fuera de su alcance y que pueden realizarlos con éxito (Dunnette y Kirchner, 1984)

McClelland (1970) ha realizado la mayor parte de las investigaciones acerca de la forma en cómo enseñar a las personas a desear el logro, considera que la necesidad de logro se adquiere tempranamente en la vida, sin embargo afirma que aunque esto no suceda se puede desarrollar. Diseñó programas para despertar el espíritu emprendedor tanto en el niño como en adultos, donde establece seis pasos como elementos de la capacitación:

Tabla 4. Elementos de capacitación para despertar el espíritu emprendedor
(McClelland 1970).

1. Estudiarse así mismo
2. Considerar ideas con respecto a posibles metas
3. Fijar una meta
4. Planificar
5. Luchar
6. Evaluar

Spence y Helmreich (1993) integran un nuevo modelo sobre el concepto de motivación de logro, al cual identifican como Orientación al Logro en el que contemplan tres dimensiones, definiéndolas como. a) Maestría, relativa a una preferencia por tareas difíciles y por hacer cosas intentando la perfección; b) Trabajo, ejemplificada por una actitud positiva hacia el trabajo en sí; c) Competitividad, que describe el deseo de ser el mejor en situaciones interpersonales.

3. Aprendizaje

Schemeck (1988) considera que una forma de ver el aprendizaje, es considerar que éste se ha dado a partir de un cambio de conducta observable en una persona, para una situación igualmente observable. Tradicionalmente se dice que el cambio de la conducta es relativamente permanente una vez que ha sido aprendido el conocimiento.

De igual manera Coon (1999) menciona que el aprendizaje es un cambio relativamente permanente en el comportamiento debido a la experiencia.

Kirby (1984) habla de procesos y estrategias en el área del aprendizaje. A los primeros los clasifica como aquellas funciones cognitivas que involucran la codificación, transformación y almacenamiento de la información; las estrategias son una segunda clase de funciones responsables de controlar o planear el uso de estos procesos, es esencialmente un método para llevar a cabo una tarea o más generalmente atender una meta. Cada estrategia tendrá una variedad de procesos en el curso de su operación.

3.1 Teorías del aprendizaje

Liebert (1999) menciona que la teoría del aprendizaje social se enfoca en los factores sociales que moldean la personalidad. Esta corriente se interesa en tres temas relacionados: los procesos por los que los individuos aprenden de los modelos sociales, los modelos reales a los que todas las personas están expuestas como miembros de la familia, maestros y numerosos individuos de la cultura que los rodea, y el contenido del aprendizaje social que involucra los diversos comportamientos, creencias, opiniones y actitudes que el individuo ha aprendido.

Teoría del aprendizaje social de Neal Miller y John Dollard:

Esta teoría fue presentada por Miller y Dollard hace más de 50 años. Ellos decían que los modelos sociales son elementos cruciales en la determinación de cómo se comporta la gente. (Liebert, 1999)

Teoría del aprendizaje social de Bandura y Walters:

La teoría de Bandura y Walter hace hincapié en que los mecanismos por los que se moldea la personalidad son el condicionamiento clásico, el condicionamiento operante y el modelamiento. Ellos pensaban que una

explicación completa de la personalidad requería de algo más que el condicionamiento clásico y operante, por lo que establecieron un tercer mecanismo: el aprendizaje por observación.

3.2 Aprendizaje por observación

El aprendizaje por observación es el proceso por el que la conducta de una persona, el observador, cambia al observar la conducta de otra, un modelo. A los componentes específicos de la conducta de un modelo se les llama Claves de modelamiento, que pueden presentarse en vivo o de manera simbólica. (Liebert, 1999)

Etapas del aprendizaje por observación

El aprendizaje por observación puede considerarse como un proceso que abarca tres etapas: 1) la exposición de las claves de modelamiento, 2) la adquisición de las claves a manera de retención y recuerdo, y 3) la aceptación de las claves como guía de comportamiento (Liebert, 1973)

La exposición (observación) a las claves de modelamiento constituye la primera etapa. La persona tiene que presenciar y atender a la conducta del modelo. La adquisición (aprendizaje y recuerdo) de las claves de modelamiento constituye la segunda etapa. No es resultado automático de la exposición, pues exige que la persona preste una adecuada atención a las claves de modelamiento y las retenga; la verificación con objetividad de la adquisición se hace a través de la explicación verbal o en la reproducción física que el observador hace del comportamiento del modelo. Una vez que se llevaron a cabo estas dos etapas se da la última etapa del aprendizaje por observación: la aceptación, que atañe a que si los observadores en realidad se sirven de las claves de modelamiento como guía de sus acciones. Para medir la aceptación se observa a los sujetos en una situación en la que tienen la libertad de imitar o no el comportamiento del modelo.

La aceptación puede adoptar cualquiera de dos formas de conducta, imitación o contraimitación. La primera consiste en comportarse como lo hizo el modelo y la segunda en proceder de manera diferente, casi opuesta. (Liebert, 1999)

3.3 Consecuencias Vicarias

Liebert (1999) también hace referencia a las consecuencias vicarias, donde dice que observar a un modelo suele proporcionar información sobre 1) lo que el modelo hizo y 2) los efectos de sus acciones. Dice que las consecuencias vicarias son los resultados observados del comportamiento de un modelo. A partir de éstas, los observadores pueden inferir los resultados que quizá reciban por acciones similares. De este modo, las consecuencias vicarias son indirectas para el observador.

El reforzamiento vicario se refiere a una consecuencia que recibe el modelo y que el observador considera deseable; el reforzamiento vicario aumenta la posibilidad de que el observador imite al modelo. El castigo vicario es una consecuencia que el observador considera indeseable, y que reduce la probabilidad de que el observador imite al modelo (Liebert, 1999)

4. Modelos y Modelamiento

En la vida diaria, estamos expuestos a muchas personas diferentes y a una amplia variedad de conductas. Por lo regular, lo estamos de manera simbólica por la televisión, las películas y otros medios; además nos percatamos de las consecuencias de las acciones de otros individuos. ¿Cómo decidimos qué acciones imitar, cuáles ignorar y cuáles evitar activamente? Las consecuencias (reforzantes o punitivas) ofrecen una respuesta, pero no tratamos de copiar cada conducta a la que somos expuestos, aunque hayamos visto que los modelos fueron recompensados por su ejecución.

La investigación ha revelado diferentes características del observador, del modelo y de las situaciones circundantes que influyen en el grado de aceptación de la conducta modelada.

Un primer determinante de si se aceptarán las claves de modelamiento es si la conducta muestra un modelo que sea similar al observador. La percepción de la semejanza informa a los observadores sobre la probabilidad de que un comportamiento sea apropiado y posible para ellos, en sus propias situaciones.

Un segundo determinante de si aceptarán las claves de modelamiento es el número y consistencia de los modelos a los que se expone al observador. La exposición a múltiples modelos consistentes, que de manera sucesiva o simultánea presentan la misma conducta en una determinada situación, es más eficaz que la exposición a modelos únicos, aunque se mantenga constante la cantidad total de exposición a las claves de modelamiento. Cuando las claves múltiples de modelamiento son discrepantes, el observador elegirá entre imitar al modelo cuya conducta sea menos exigente, o bien ignorar las claves de modelamiento.

Tercero, los modelos únicos que muestran reacciones compatibles a una situación son más eficaces que los que no son congruentes o los que no practican lo que predicán.

Cuarto, en lo que respecta a las tareas que exigen destreza o juicio, es más probable que se emulen los modelos percibidos como competentes que los menos eficaces.

Entre más similar parezca el modelo al observador, y más semejantes sean sus circunstancias, más probable es que la conducta mostrada produzca consecuencias similares si la realiza el observador. Características del modelo, como el género, la edad y el nivel de destreza, proporcionan información apropiada para los observadores. (Liebert, 1999)

Así mismo, Liebert (1999) hace referencia a Ozer y Bandura (1990) quienes mencionan que el modelo dominio es un ejemplar que es audaz y capaz desde el principio. Los modelos de dominio son más eficaces para la enseñanza de habilidades.

4.1 Tipos de modelamiento

Existen dos tipos de modelamiento: Modelamiento en vivo y modelamiento simbólico.

Modelamiento en vivo: Alude a la observación de modelos reales, es decir, los que están presentes físicamente.

Modelamiento simbólico: Comprende la exposición indirecta a modelos, en películas, programas de televisión, lecturas y relatos verbales de la conducta de una persona. En nuestra cultura, el modelamiento simbólico explica un alto porcentaje de la exposición a claves de modelamiento por el impacto y la disponibilidad del cine y la televisión. Las películas de modelamiento han demostrado ser eficaces en el aumento de la interacción entre niños retraídos. Estos filmes representan a chicos que interactúan con otros pequeños y reciben las consecuencias positivas de sus acciones (ejemplo de reforzamiento vicario). (Liebert, 1999)

El automodelamiento es otra clase de modelamiento simbólico en el que los participantes sirven como su propio modelo. Se graba un modelo en el que realiza la conducta objetivo; luego éste ve la cinta del automodelamiento. Se utilizan diversas técnicas de edición para que en el video final parezca que el sujeto realiza la conducta objetivo de manera adecuada. (Dowrick, 1991)

5. Conducta

Conducta es la actividad de un organismo. En la teoría del aprendizaje es una respuesta ante un estímulo. En la teoría de Rogers es el intento dirigido hacia

un objetivo del organismo para satisfacer sus necesidades tal como éste las percibe. (Engler, 1999)

5.1 Conductismo

Para hablar de conducta es necesario hacer referencia al conductismo, que es la corriente psicológica donde se estudia el comportamiento manifiesto observable.

Coon (1999) cita a Richelle (1995) quien dice que el conductismo afectó profundamente a la psicología porque le ayudó a establecerse como una ciencia natural, en lugar de una rama de la filosofía.

Uno de los autores importantes en esta corriente fue John B. Watson, quien se percató de que podía estudiar el comportamiento animal observando la relación entre los estímulos (eventos en el ambiente) y las respuestas (cualquier acción muscular, actividad glandular u otra conducta identificable).

Otro científico importante en el conductismo moderno fue B. F. Skinner quien dijo que para entender el comportamiento humano se debe tomar en cuenta lo que el ambiente le hace a un organismo antes y después de que responda. La conducta es moldeada y mantenida por sus consecuencias. (Skinner, 1971)

El énfasis conductista en el comportamiento visible tiende a ignorar el pensamiento. Esto ha conducido a algunos observadores a acusar en forma irónica que la psicología skinneriana ha perdido la conciencia. Sin embargo, muchas de esas críticas son respondidas por el conductismo cognoscitivo, donde se combina el pensamiento y el control ambiental para explicar el comportamiento. (Sperry, 1995)

5.2 Modificación de conducta

La modificación de conducta es producto del conductismo. Se usan los principios del aprendizaje para cambiar comportamientos. Es cualquier uso del condicionamiento clásico u operante para modificar directamente el comportamiento humano. El condicionamiento clásico es una forma básica de aprendizaje en las que las respuestas reflejas existentes llegan a ser producidas por estímulos nuevos. Está basado en lo que sucede antes de una respuesta. El condicionamiento operante es el aprendizaje basado en las consecuencias de las respuestas. (Coon, 1999)

6. Video

Video es el sistema de grabación y reproducción de imágenes, acompañadas o no de sonido mediante cinta magnética.

Al hablar del video se debe tener en cuenta la relación que existe entre éste y la televisión, pues la mayor parte de esta última se encuentra constituida por el video y además se necesita de un aparato televisivo para proyectarlo.

Bates (1981) sostiene que las principales características de la televisión, que en conjunto la convierten en un medio único, pueden agruparse en tres tipos:

- a) Distribucionales y sociales, por lo que la televisión se considera un medio accesible a un gran sector de la población.
- b) De control, referidas al grado y tipo de control que tiene el sujeto sobre el tiempo y lugar de exponerse a la televisión, o al “cómo” es utilizado el medio.
- c) Simbólicas o audiovisuales, la televisión puede presentar y representar el conocimiento o la experiencia.

Menciona una serie de características audiovisuales de la televisión y los modos de representación que implican: el carácter continuo y secuencial que permite representar el movimiento y los cambios que suceden a través del tiempo; su capacidad de variar el tamaño de los objetos representados, lo que posibilita amplificarlos, explorarlos en detalle

o centrar el interés en algunas de sus características; la posibilidad de edición, que permite seleccionar y reestructurar los eventos.

6.1 Antecedentes del video

En la historia de los medios, la imagen en pantalla es una verdadera ruptura con el pasado porque la imagen en video establece un nuevo vínculo entre la información y su soporte; la imagen se convierte en una nueva visión del mundo.

La imagen no es creada necesariamente a partir de una realidad visible preexistente, sino producida por un juego de lenguaje: se puede formalizar un ir y venir entre el mundo del lenguaje y el de la imagen. Esta nos ayuda a expresarnos, a dar a conocer y a fortalecer nuestros conocimientos. Así, el video emergió con fuerza y esta fuerza viene de su estrecha relación con la revolución tecnológica de estos tiempos.

La cámara, descompone la luz que le llega en los tres colores básicos y luego, mediante un juego especial de lentes, obtiene dos tipos de señales eléctricas:

- a. Señal de luminancia (datos sobre el brillo)
- b. Señal de crominancia (datos sobre los colores)

Además, también están presentes los datos sobre el audio.

Luego estas señales son reconstruidas en la pantalla de tv, mediante el barrido constante, cada 25 segundos, de un número determinado de líneas (525 en el sistema americano). (González, 1983)

Herbert Zettl (2000) menciona en su manual de producción de televisión que la cámara de televisión o video convierte cualquier cosa que ve (imágenes ópticas) en señales eléctricas que pueden ser almacenadas temporalmente, o bien, reconvertidas de modo directo, a través de un televisor, en imágenes visibles que se muestran en una pantalla. Así mismo el micrófono convierte cualquier cosa que escucha (sonidos reales) en señales eléctricas que pueden ser almacenadas en forma temporal, o bien, directamente reconvertidas en sonidos a través de un

altavoz o bocina. En general, el sistema básico de televisión transforma (convierte) un estado de energía (imagen óptica, sonido real) en otro (energía eléctrica). Ver Figura 1

Las señales de imagen son llamadas señales de video, mientras que las señales de sonido son conocidas como señales de audio.

Las videograbadoras análogas o digitales trabajan con base en el mismo principio: graban señales de video y audio en una cinta única de videotape plástico para convertirlas después en señales que pueden ser observadas y escuchadas por medio de un aparato receptor de televisión. Las grabadoras profesionales de videotape son parecidas a una máquina casera, con la diferencia de que tienen más controles de operación y partes electrónicas más complejas para asegurar una mayor calidad de imagen y sonido.

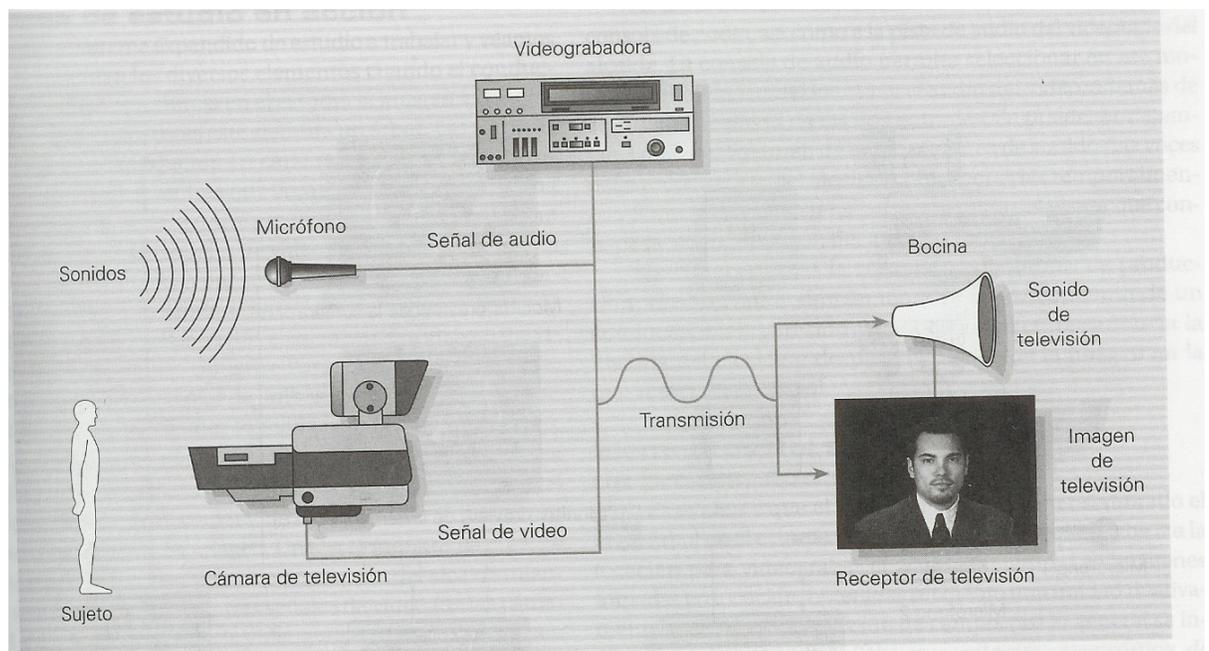


Fig. 1 Sistema Básico de Televisión y Video.

6.2 Producción en video

Para producir en video se deben aprovechar al máximo los beneficios que da la imagen.

El video tiene que ser, antes que nada, un "buen video", mejor que otros, inclusive; porque debe lograr captar toda la atención del receptor. Para ello se necesita ahondar en el dominio del lenguaje audiovisual y tener creatividad e imaginación para dar forma a los contenidos que mantendrán enganchada a la audiencia, movilizando sus conocimientos, percepciones y sentimientos

Para cumplir con los objetivos del video, el especialista en diseño de contenidos debe involucrarse en todo el proceso de la producción, a fin de garantizar que la idea, mensaje y conocimiento se traspase correctamente al lenguaje audiovisual.

Según Herbert Zettl (2000) para comprender un mecanismo específico de la producción es necesario conocer la función de la lente de una cámara, niveles de iluminación, la apertura máxima de las lentes, profundidad de campo y el comportamiento del color con la iluminación.

6.3 Etapas del proceso de producción en video

1. La pre-producción
2. La realización
3. La post- producción

1. La pre-producción

Supone a su vez un conjunto de etapas y tareas que deben tomarse en cuenta a la hora de preparar un video. Se pueden resumir en dos:

a. Elaboración del guión

La idea original es estructurada teniendo en cuenta criterios como: público objetivo, duración, financiamiento, etc. Por tanto la realización del guión implica:

- Definir el tema: Se elaboran los contenidos principales del video, se establece el punto de vista, los objetivos a lograr con su producción, tratamiento, formato, público.
- Investigación e indagación: Es el trabajo de recolección de información de base para la elaboración de los contenidos, esto lo realizan los especialistas en el tema del video.
- Guión: Se realiza una sinopsis o resumen del tema, se decide el tratamiento que tendrá el video, esto es, si será una ficción, un reportaje, documental, etc. Finalmente se realiza el guión del video.
- Plan de grabación: Se estructura un cronograma de realización según fechas, locaciones -que son los ambientes seleccionados para el registro de imágenes-, y actores disponibles.

b. Planificación de la producción

Se trata de la planificación en detalle de los recursos. Independientemente del presupuesto, se debe administrar y tener bajo control hasta el más mínimo detalle, sea éste de carácter económico, recursos humanos, material, etc. Pues si se presenta algún imprevisto o problema, la producción deberá preverlo y tener una solución que no ocasione retraso en la grabación del video. Dentro de esta etapa de planificación de la producción se ven tareas como:

- Staf: Director, camarógrafo, editor, productor, asistentes, etc.
- Redacción del proyecto: Es un documento sobre el proyecto que incluye objetivos, público objetivo, especificaciones técnicas del video, tratamiento audiovisual, presupuesto, entre otros.

- Presupuesto de producción: Personal técnico, equipo de producción, alquiler de equipo, transporte, etc.
- Financiamiento del proyecto: Recursos propios o financiación externa.
- Plan de producción: Integrar variables como requerimientos del guión, horarios, locaciones, edición, etc.
- Locaciones: Búsqueda de lugares para el registro de imágenes tanto externos como internos.
- Casting: Elección de actores y personal técnico
- Plan de grabación: Se desglosa escena por escena y se toma en cuenta las necesidades de cada una como lugar y fecha, tipo de plano, sonido, duración, etc.

2. La realización

En esta etapa se pone en práctica todo lo planificado en la pre-producción. Es el director quien tiene la función de convertir en imágenes lo que está descrito en los guiones. El Director coordina permanentemente sobre el enfoque y estilo indicado en el guión con el equipo técnico. Al iniciar el registro, el director, equipo técnico y equipo de producción se reúnen y examinan el plan de grabación del día. Se verifica el buen estado y funcionamiento de los equipos. La productora habiendo coordinado lo necesario para la grabación se mantiene atenta a cualquier imprevisto.

3. La post- producción

Edición

En esta etapa se ordenan y componen las imágenes y el sonido registrados en la realización. Este procedimiento se llama edición. Se trata de transferir electrónicamente las imágenes a un videocassette el cual se llama "master".

Antes de editar, ya se debe tener una idea del orden en que serán presentadas las imágenes. Y para saber esto se debe "bitacorear" el material. Esto es revisar cassette por cassette e identificar y clasificar por tiempo de aparición cada una de las secuencias, escenas, con sus respectivas repeticiones.

El trabajo de edición se basa en el guión original y en base a él se van estructurando las imágenes, el sonido, locución, efectos, etc. (Ramírez, (1990)

Herbert Zettl (2000) señala que para algunos, editar en post-producción es la gloria; quienes así piensan, sienten que tienen el control total para ordenar las fracciones y piezas del material pregrabado en una nueva y más expresiva secuencia. Para otros, es un mal necesario. Independientemente de lo que se piense acerca de la post-producción, por lo general es la fase más costosa y que consume más tiempo de toda la producción. En principio se seleccionan del material originalmente grabado en videotape o digital (que contienen todas las buenas y malas escenas grabadas con anterioridad), aquellas escenas que parecen ser las más pertinentes para copiarlas en otro video de acuerdo con un orden específico.

Existen dos formas de edición: una lineal y una no lineal. El sistema de edición lineal también conocido como on line normalmente requiere de dos videograbadoras que contengan el material original, grabado con una o varias cámaras, y la que graba y produce la cinta master con la edición final. En la edición no lineal u off line se transfieren todos los videocassettes a un disco de computadoras y después se editan las fracciones de video y audio con un procedimiento muy parecido al que utiliza un procesador de palabras, mediante el cual es posible traer, mover, cortar, pegar y unir las distintas tomas como si fueran palabras, frases y párrafos que se editan en un documento.

Pensar en la post-producción cuando se está en la etapa de las tomas, puede convertir el proceso de edición en una tarea relativamente más fácil y eficiente. Además, la post-producción debe considerarse como una extensión del proceso creativo y no solo como una operación para recuperar imágenes.

Según Cebrian (1994) se deben tener en cuenta los siguientes objetivos:

¿A quién va dirigido?.

¿Están claramente expresados los objetivos que se persiguen?.

¿Establecen unos niveles de dificultad y una seriación?.

¿De qué naturaleza son estos objetivos: pretenden motivar, transmiten unos conceptos, guían la base para la reflexión, pretende seguir de apoyo al discurso del profesorado o al hilo de otros soportes?.

¿Son objetivos de fácil evaluación?.

¿Están claramente presentados?.

¿Se conocen los objetivos desde su comienzo?.

¿Se satisfacen los planteamientos y las expectativas iniciales?.

6.4 Video Educativo

Desde una visión educativa, el video es un instrumento, entre muchos otros, para ser usado como parte de una estrategia educativa que facilite el aprendizaje. El aprender resulta más sencillo cuando se puede observar lo que se va explicando, y no hay mejor maestro que el video puesto que es un medio que nos proporciona información por dos sentidos: el visual y auditivo.

Michel Cartier, en su documento "Un nuevo modelo de acceso al conocimiento", comenta que el 80% de las señales recibidas diariamente por una persona son percibidas en realidad por su sistema visual. Por lo tanto, un modelo de aprendizaje en el que se pueda trabajar con imágenes facilitaría el proceso de inducción de conocimiento. (Cebriand, 1994)

Hasta hace poco, la imagen plana, como la fotografía, brindaba una grabación y percepción pasiva de lo real; pero ahora el uso del video permite directamente moldear esta representación mediante técnicas muy precisas, cuya utilización está limitada sólo por la imaginación. Así el video se constituye en la herramienta atractiva para comunicar el conocimiento. El video como recurso para el aprendizaje está siendo cada vez más utilizado. Hoy en día las instituciones

educativas más importantes cuentan con equipamiento y material audiovisual como apoyo didáctico en el proceso educativo. (Quijada, 1986)

Salomon (1979) afirma que la televisión puede facilitar el aprendizaje de tres maneras: a) activando habilidades mentales existentes, ofreciendo la oportunidad de ponerlas en práctica. Por ejemplo, cuando un programa presenta un corte a un gran acercamiento, el televidente debe ser capaz de relacionar el todo con las partes; b) acortando procesos mentales difíciles, a través de representar el conocimiento de maneras distintas. La repetición de un pasaje en cámara lenta, un esquema animado, etc. pueden contribuir a que un televidente despliegue el esfuerzo necesario para la comprensión de un concepto un proceso; c) mostrando o “modelando” las elaboraciones mentales requeridas para realizar una operación, resolver un problema, etc. La idea del “modelaje” planteada por Bates y Salomón, tiene su fundamento en las investigaciones de Bandura; cuando están presentes las condiciones de aprendizaje adecuadamente diseñadas, el sujeto adquiere una actitud que refleja la expresada o demostrada por el modelo humano. (Gagné, 1985).

Retomando a Bates (1981) es conveniente hacer una distinción entre las funciones de enseñanza y de aprendizaje de la televisión, para comprender el papel que juega el perceptor ante los mensajes televisivos. Las funciones de enseñanza consisten esencialmente en seleccionar información, estructurar información y experiencias, presentar información y experiencias, modelar una habilidad y proporcionar oportunidades para la práctica de esa habilidad. Las funciones de aprendizaje llevadas a cabo por el televidente, consisten en percibir y seleccionar información, memorizarla, relacionar nueva información y experiencias con las ya existentes y dominar una habilidad.

El mensaje televisivo dirigido a los niños debe favorecer las actividades de procesamiento de la información, siendo el estímulo perceptual un factor importante en ello; en el nivel de la interpretación, debe ser suficientemente comprensible y explícito, como para no demandar del niño grandes inferencias y atribuciones, debe favorecer la integración presentando únicamente contenidos centrales y pocos elementos secundarios. Los programas deben satisfacer dos

necesidades fundamentales: atraer y mantener la atención del niño televidente, esto es, contribuir a que su experiencia ante el televisor sea activa y a partir de ella se desarrollen las habilidades mentales y la construcción de nuevos conocimientos; por lo tanto que sean comprensibles para el niño y que logren despertar su interés. Algunos autores como Huston y Wright (1989), Lorch, Anderson y Levin (1979) sostienen que a mayor comprensión del mensaje hay mayor atención, aunque Huston y Wright junto con Calver (1987) también afirman que el aumento en la atención es un predictor de mayor comprensión. Fiske y Taylor (1991) sugieren un modelo de la atención como precursor de la comprensión, codificación y retención de eventos modelados. Así se está ante una relación cíclica muy importante: el material debe ser comprensible para captar y mantener la atención, y la atención se requiere para que el material sea comprendido (Leven, 1997)

Por lo visto anteriormente para producir un video educativo debemos preguntarnos, primero, si ya existe material similar al que queremos realizar, en el caso de que si exista, tenemos que plantearnos otra pregunta: qué nuevos aportes en lenguaje y contenido dará nuestro video. También es imprescindible, según el tema y el enfoque, seleccionar y definir el público objetivo. Debe considerarse que los intereses y necesidades de esta muestra debe ser delimitado, entonces no se puede elaborar una idea general dirigida a todo el mundo, sino una específica que alcance y motive a nuestro público objetivo manteniendo su atención.

7. Fútbol

El Fútbol es un deporte practicado sobre un campo de césped que opone dos equipos formados por 11 jugadores y un director técnico, en un espacio claramente definido; mantiene una lucha continua por la toma del balón con la finalidad de introducirlo el mayor numero de veces en la portería adversaria y evitar que éste entre en la suya propia. Está reglamentado en el campo por 4 jueces: un arbitro, dos guarda líneas y un arbitro asistente. Su

organismo rector del es la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA).

El fútbol puede convertirse en importante medio educativo para el niño y el joven, ya que adecuadamente administrado contribuye al logro de una educación integral. Proporciona un camino de desenvolvimiento para el individuo, al que iniciándolo desde niño se le inculcan hábitos de disciplina y trabajo, los que culminaran en la obtención de deportistas de primer nivel y además, en algo más importante, en personas desarrolladas cabalmente (Sistema Nacional de Capacitación E.N.D.I.T. 1999).

El niño recibe, absorbe, procesa y da respuestas a las influencias del medio ambiente en el cual se desenvuelve, con entornos totalmente variables según el caso y con una gran permeabilidad a los medios de comunicación social. Es indudable que existe un permanente aprendizaje, no solo en el alumno, sino también del líder del grupo que debe saber escuchar, observar e interpretar a los integrantes del mismo, el cual entendemos debe ser ampliamente participativo. El alumno que intenta realizar un deporte como el fútbol, necesitará un maestro que encamine sus deseos lúdicos con un conocimiento acerca de cómo se estructura el aprendizaje deportivo y sus diferentes etapas.

La aplicación del fútbol requiere un proceso eminentemente educativo que utiliza al juego y al deporte como un camino de facilitación para estimular la manifestación de habilidades y educar su transformación en destrezas, condicionante permanente del desarrollo motor y que indiscutiblemente se manifestará y repercutirá positivamente como sujetos más aptos y de mayor eficiencia (E.N.D.I.T. 1999).

En el fútbol también se aprende que a vida puede ser muy divertida cuando se gana siempre, pero la verdadera fortuna de un hombre se forjan en el esfuerzo, y con insólita frecuencia en la derrota.

“El fútbol es un juego, cierto, pero con dimensiones de grandeza, como es la vida. Y sirve para formar a los niños, a los jóvenes y a los adultos...” (Bravo, pp.5)

El sistema nacional de capacitación (1999) menciona que el deporte implica competencia, rendimiento, triunfo, derrota, exigencia al máximo de la biología humana, entrega absoluta, disciplina constante, requiere de repetición y mecanización del gesto motor hasta su consolidación, manifiesta una especificación motora indispensable si se busca la optimización y ante todo requiere tiempo, el tiempo del niño.

La meta de calidad en la formación deportiva es que el jugador alcance el logro de maximizar su posibilidad para ejecutar los elementos técnicos individuales del fútbol. Por ello el diseño de ejercicios para la práctica del golpeo, la recepción y la conducción deben de construirse sobre la preparación técnica.

“Si el fútbol se puede enseñar con orden y conocimiento, ¿por qué hacerlo por instinto? Habrá mejor respuesta y proyección al futuro.” (Griffa, pp.23)

“Hay material humano suficiente en nuestro país, jugadores con capacidad para ocupar los lugares que hoy están en manos de futbolistas extranjeros... Insisto, sólo hace falta ponerlos a jugar para observarlos detenidamente y pulirlos...” (Borgetti, pp.12)

7.1 Golpeo

El golpeo es la capacidad técnico-fisiológica del individuo para desplazar, con el cuerpo, el balón al contacto con la superficie de éste (Rubalcava, 2004)

Golpeo es proyectar la pelota controladamente con las diferentes superficies de contacto y la fuerza requerida por la distancia (Romero, 2004)

Es el elemento técnico propio del fútbol Asociación, que hace referencia al acto de impulsar el balón mediante el contacto físico con las diferentes superficies corporales permisibles por el reglamento del juego.

Así mismo se encuentra categorizado por niveles de eficiencia según la superficie de contacto con la que se golpee el balón. Las partes

corporales ideales para su práctica son el pié y la cabeza (recursos naturales). En el pié, las superficies de contacto utilizables son: parte interna, parte superior (empeine), parte externa, punta talón y planta. Por su parte con la cabeza utilizamos la parte frontal y parietales derecha, izquierda y coronilla .

Dentro del golpeo encontramos la siguiente clasificación:

- a. Golpeo de Precisión.- Donde se practica la dirección de lo balón hacia un objetivo determinado.
- b. Golpeo de Potencia.- La fuerza con que va dirigido el balón.
- c. Golpeo de Cabeza.- Dar dirección al balón con la cabeza. Existen dos tipos de golpeo con la cabeza: ofensivo y defensivo. El golpeo con la cabeza a la ofensiva se puede utilizar para rematar, dar un pase y como recurso para controlar. Y a la defensiva se hace para despejar, para anticipar a un rival, para desviar algún tiro y para interceptar algún posible pase. (E.N.D.I.T. 1999).

7.2 Recepción

Recepción es el elemento técnico componente del fútbol que se refiere al acto de amortiguar y controlar (recibir) el balón mediante el contacto físico con las partes del cuerpo permitidas por el reglamento de juego, por otro lado, se encuentra caracterizado por niveles de eficiencia de acuerdo con la superficie de contacto con la que se recibe el balón. Las partes corporales ideales para su práctica con el pie, muslo y pecho (recursos naturales) (E.N.D.I.T. 1999).

Es la capacidad técnica de la superficie del cuerpo para controlar un balón en movimiento. (Rubalcava, 2004)

La recepción es controlar, amortiguar el balón, dirigido u orientado para preparar una jugada. (Romero, 2004)

7.3 Conducción

Es el desplazamiento del balón de un punto a otro dirigido por el jugador (Rubalcava, 2004)

La conducción es llevar el balón de un punto determinado a otro controladamente con las diferentes superficies de contacto del pie (Romero, 2004).

Es el elemento técnico integrante de la técnica en el fútbol que se refiere al acto de transportar (traslado) el balón mediante la utilización de las partes corporales permitidas por el reglamento de juego. La práctica de este elemento se categoriza según la superficie del cuerpo con que se ejecute la conducción. La parte corporal ideal para su práctica la constituye el pie (recurso natural), ya que este elemento se refiere al traslado del balón a ras del piso (E.N.D.I.T. 1999).

7.4 Psicología aplicada de la iniciación al fútbol.

La psicología del deporte en los últimos tiempos ha hecho su ingreso también en el mundo del fútbol. Interviene en las edades evolutivas, autoestima, aprendizaje, motivación, personalidad, conducta, etc. Entender lo que sucede en las distintas fases del desarrollo, permite al técnico aplicar su trabajo en sintonía con las necesidades del joven atleta; de lo contrario se pueden causar daños irreversible.

La psicología evolutiva humana aspira a comprender el desarrollo de las actividades psíquicas del ser humano desde el momento de la concepción, hasta el instante en que se empiezan a considerar los caracteres definitivos de su personalidad, al traspasar la adolescencia (E.N.D.I.T. 1999)

En la edad evolutiva son muchos los factores que condicionan el éxito del aprendizaje, obviamente incluido el futbolístico, y en este caso, quien más conoce la edad evolutiva podrá equivocarse menos y no creará desventajas en el pequeño futbolista...

7.5 Psicopedagogía de la enseñanza del fútbol.

Según el E.N.D.I.T. (1999) la didáctica es una disciplina pedagógica que interactúa y da origen a la planeación, ejecución, supervisión y control de procesos de enseñanza aprendizaje, bajo una dinámica interactuante entre los protagonistas del mismo: maestro-alumno, entrenador-jugador, en una perspectiva de contenidos educativos, histórica y socialmente determinados. Por ello es que se genera una dinámica relacionada con el procesamiento, orientación, integración, guía, interrelación, corrección y objetivización de los roles a cumplir por el entrenador (educador) y el jugador (alumno) en un conjunto de acciones y compromisos que efectúan estos mismos durante el entrenamiento, ya que el se convierte en un proceso de enseñanza-aprendizaje.

La enseñanza-aprendizaje se constituyen como procesos independientes como acción personal cuyo objetivo no solo es la transmisión de información, sino el de generar cambios de conducta del educando y el educador en un acto recíproco y en concordancia con los objetivos planteados.

El fútbol se convierte en un medio técnico deportivo a través del cual se pretende incidir en el contexto educativo del ser humano, a través de aportar elementos que nutran el desarrollo cognoscitivo (conocimientos), afectivo (sentimientos- conductas) y psicomotor (movimiento corporal razonado).

Los principios pedagógicos determinativos de la didáctica del fútbol definen el alcance de la educación y su significado, y lo correlaciona con la acción derivativa para ello en el fútbol. Se nutren de distintas disciplinas: Filosofía, Psicología, Sociología y otras.

La pedagogía, como disciplina de la formación del alumno, dicta como principios generales que:

- La educación de un ser humano radica principalmente en su formación, término que por su polivalencia, define

concretamente el sentido del proceso educativo, esto supone la configuración de su personalidad, misma que se intuye sea fortalecida a través de la práctica del fútbol.

- La educación debe dirigirse a las características, capacidades, intereses y necesidades de los niños, jóvenes y adultos a los que va dirigida, todos ellos participantes sustantivos en la práctica del fútbol.
- La educación es un proceso de adquisición y ensanchamiento de la experiencia continúa e integral de la personalidad; misma que se fortalece a través de la práctica interactuante con los compañeros del equipo.
- La educación es un proceso para promover el desarrollo integral de la persona dentro de su contexto social.

Además estos principios pedagógicos se encuentran auxiliados por la psicología, donde la didáctica del fútbol propone que el aprendizaje sea un proceso vital al interior del individuo, cargado de una significación básica hacia la autoconstrucción del sujeto. El desarrollo se constituye como la solución o resolución (sentido- didáctico) de la influencia entre el potencial genético del individuo y el entorno, en una totalidad concreta que es la persona. (E.N.D.I.T. 1999)

Apoyada por la sociología, la didáctica del fútbol deberá de orientar sus principios hacia la consideración de que existe una relación entre la escuela de fútbol y la comunidad. Por lo que el contenido educativo debe estar orientado por los usos, formas y valores del quehacer comunitario y la cultura. Por ello, la educación es y tiene una función social, en donde el fútbol será auxiliar de ello.

Otro principio involucrado en esta área es el psico-social, la consideración de este principio nos conduce a que al alumno se le deje de contemplar como un simple niño que pretende tan solo reír y moverse, y a la vez dejar de sentir que éste se convierte en algo más que a un sujeto al

cual hay que llenar de información y “educarles” a través de la instrucción fuera de compromiso. Así mismo, considera que en su componente psicológico cada alumno es poseedor de irrepetibles formas, signos y características de personalidad que le permiten pensar, sentir y actuar de acuerdo a la influencia recibida por el medio natural y social en que se desenvuelve.

De esta manera, se pretende un trabajo pedagógico que vigile sus posibilidades de acuerdo a la madurez mental y por ende, a las posibilidades de desarrollo que orienten a un trabajo de acción y espontaneidad.

En este sentido podemos destacar que un trabajo centrado en el respeto a la personalidad de educando, radica en la búsqueda de las diferencias en el ritmo cinético, la madurez, desarrollo motriz, la aptitud y capacidad de resistencia y sobre todo en la dirección de sus intereses y necesidades.

El principio de la enseñanza también es tomado en cuenta en esta área. El cual es subdividido en a) principio de la actividad: donde la actividad es el resultado de haber adquirido la conciencia por alcanzar un objetivo. Se practican los movimientos (originales y atractivos) donde hay que proponer tareas al jugador, que le exijan la realización de tareas especiales. Los jugadores más activos y entusiastas influyen para que los demás se motiven. b) principio de la sistematización: cumple tanto para el proceso de los entrenamientos como para la educación del jugador, en el proceso didáctico aplicado por el entrenador. Es una de las condiciones básicas para el éxito en su trabajo ya que es necesario durante el aprendizaje de los ejercicios. La aplicación de este método es una ventaja ya que los jugadores se interesan constantemente por el entrenamiento y se acostumbran a solucionar obligatoriamente las tareas.

7.6 Medios e implementos didácticos en el fútbol.

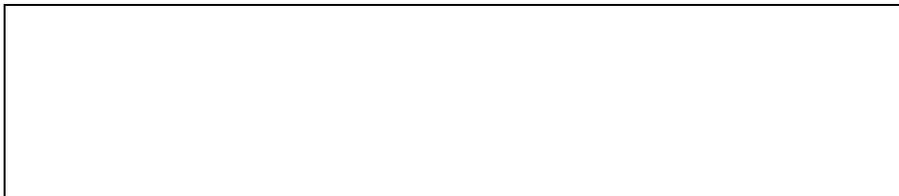
Para el Sistema Nacional de Capacitación (1999) los medios e implementos didácticos en el fútbol son aquellos factores que facilitan el aprendizaje como cancha, gimnasios, albercas, parques y otros además de los implementos didácticos que hacen atractivo e interesante el proceso enseñanza-aprendizaje y deben considerarse desde el momento de la planeación del trabajo del entrenador, para aprovechar al máximo todos los recursos de que se dispone.

Es importante destacar que si bien es cierto que todos los materiales didácticos son factores que facilitan la enseñanza y el aprendizaje, es en definitiva el entrenador quien le da sentido y dirección a todos los elementos y recursos didácticos; a su adecuada selección y a la presentación oportuna, así como a la planeación de su manejo que es un factor muy importante para que se obtenga el aprendizaje, incluyendo los objetos que son susceptibles a la capacitación visual y auditiva.

La determinación de los materiales didácticos a utilizar en el entrenamiento tienen como objetivo fundamental el mejorar e incrementar los conocimientos teóricos y prácticos diseñados para cada sesión de trabajo, permitiendo con ello una mejor educación integral durante el proceso del entrenamiento. El instructor formativo que obtiene la responsabilidad de educar a través del fútbol, deberá tener en cuenta los siguientes objetivos:

Tabla 5. Objetivos para el empleo del material didáctico en Fútbol (E.N.D.I.T. 1999)

1. Facilitar el aprendizaje a los jugadores.
2. Promover el interés de los jugadores.
3. Acercar al jugador hasta donde sea posible a la realidad.
4. Proponer a los jugadores imágenes vivas.
5. Centrar la atención de los jugadores sobre el aspecto que se desea destacar.



Dentro de la clasificación de recursos didácticos se encuentran dos áreas:

1. Medios auxiliares
2. Implementos deportivos

El área de medios auxiliares cuenta con implementos de gimnasio, medios audiovisuales como videos, audio grabaciones, computadoras, pizarrón, rota folio, carteles y otros. Los implementos deportivos se refieren a la cancha, porterías, balones, barreras artificiales, postes, elásticos, estacas, conos, casacas, aros, etc.

Para fines del estudio realizado en esta investigación, se hará referencia únicamente al medio audiovisual del video. En sentido convencional, se entiende que los medios audiovisuales son elementos y aparatos adecuados para la participación de los sentidos que ayudan en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Es necesario que el entrenador sepa utilizarlos adecuadamente para favorecer los objetivos previamente establecidos.

Estos pueden emplearse como medios de introducción, medios que facilitan el desarrollo de una clase o entrenamiento, en un momento favorable que permita la reflexión, la retroalimentación e inclusive la evaluación. Es necesario destacar que como recursos son parte inherente de todo el proceso de la enseñanza-aprendizaje, son instrumentos de apoyo a la acción formativa. En ningún momento su utilización sustituye al entrenador, ya que es él, quien con creatividad, iniciativa y dominio de la técnica del manejo de los medios audiovisuales, les dará verdadera dimensión. (E.N.D.I.T. 1999)

8. Planteamiento del Problema

Es importante que los equipos trabajen duro con las fuerzas básicas para que, desde abajo, vayan viendo a esos jóvenes que mañana serán las figuras de nuestro balompié. (Borgetti. pp. 12)

Es elemental que en el fútbol a nivel de fuerzas básicas se apliquen mecanismos fundamentales de enseñanza técnica en el manejo y control del balón, y así desarrollarse adecuadamente para obtener resultados óptimos en la precisión de golpeo, recepción y conducción; pero no hay que olvidar que se está trabajando con seres humanos por lo tanto las emociones y necesidades de los alumnos también son importantes para obtener mejores respuestas.

Sabemos que el ser humano se comporta como un sistema integral interactuante dado que en él inciden los factores físicos, mentales, sociales y volitivos (inherente a la voluntad). Como determinantes y fundamentales del crecimiento humano y el proceso de aprendizaje.

Es importante destacar que la interacción permanente entre individuo y sociedad genera y determina cualidades físicas y mentales que con una carga específica de valores personales produce en el ser humano salud física y mental. Fomentar y estimular esta positiva interrelación en el niño y el joven en el campo deportivo, particularmente en el fútbol, garantiza un mejor nivel de salud del grupo y además influye en su núcleo familiar (E.N.D.I.T. 1999).

Se debe estimular y alentar al niño para que pregunte, para que exponga su propio pensamiento y mediante la realización del movimiento, que se perfeccione por sí mismo.

Se le puede inducir a la observación de la práctica deportiva en vivo o por video, los niños preguntan y sienten deseos de ser protagonistas, ante lo cual las respuestas deberán ser claras y precisas, e inmediatamente y de acuerdo a sus posibilidades, insinuarle o demostrarle que él es capaz, que debe intentarlo, por supuesto bajo la dirección del entrenador o director técnico. Cuando el niño pregunta “¿Cómo?”, “¿Por qué?” es evidente que está interesado en los

diferentes procesos de aprendizaje por lo tanto el estímulo está cumpliendo su función.

“Los estímulos que recibe el niño a través de los sentidos sólo en parte llegan al umbral de lo conciente para convertirse en percepciones. Para facilitar la adquisición de nociones conscientes es necesario que las vivencie y exprese corporalmente.” (Capozucca 1997 pp.25)

Anteriormente se ha visto que el aprendizaje por observación se puede llevar a cabo a través de videos; éstos son un medio que nos proporcionan información por dos sentidos: el visual y el auditivo lo cual puede causar mayor impacto. De aquí surge el siguiente planteamiento:

¿Es realmente el modelamiento en video una técnica audiovisual que pudiera ser factor de incremento de la motivación de logro?

Esta investigación tiene como objetivo general: Medir el incremento de la motivación de logro de los alumnos de fútbol, por medio de la presentación de modelos en videos.

Los objetivos específicos son los siguientes:

- Producir 3 videos que contengan modelos significativos para los niños de futbolistas profesionales:
 - a. Video que contenga modelos a seguir de futbolistas profesionales del equipo de Chivas del Guadalajara.
 - b. Video que contenga modelos a seguir de futbolistas de la Selección Mexicana.
 - c. Video que contenga modelos de futbolistas a seguir de un equipo que no se encuentra en su mejor momento como el Puebla.
- Presentación de los 3 videos

- Determinar si existe relación causal entre la variable independiente, Videos de modelos a seguir de futbolistas profesionales, y la variable dependiente, motivación al logro.
- Comparar el incremento de la motivación de logro entre los grupos 1, 2,3, y 4
- Determinar que tanto influye en la motivación, la semejanza de posición del jugador profesional con la posición del niño.

En cuanto a las hipótesis manejadas en este estudio tenemos:

H1. La motivación de logro de los alumnos de fútbol, se incrementará ante la proyección de videos con modelos significativos de futbolistas profesionales.

H2. La motivación de logro de los alumnos de fútbol, se incrementará ante la proyección de videos con modelos significativos de futbolistas profesionales, que juegan la misma posición que el alumno.