



ORIGINAL

Efecto de Mediación de la Agencia Humana en Escenarios Educativos

Mediation Effect to Human Agency in Educational Settings

María de los Ángeles Maytorena Noriega¹, Daniel González Lomelí, y Víctor Corral Verdugo
Departamento de Psicología, Universidad de Sonora, México

Recibido 22 de marzo 2019, Aceptado 4 de noviembre 2019

Resumen

La Agencia humana ha sido estudiada desde varias disciplinas de las ciencias sociales y aunque tienen similitudes en su conceptualización y características, existe un aislamiento en su estudio y ausencia de comunicación entre disciplinas. Se buscó probar el efecto de mediación de los tres modos de Agencia propuestos por Bandura en el contexto del aprendizaje en educación superior. Los análisis factoriales confirmatorios por modelamiento de ecuaciones estructurales de los resultados de la aplicación a estudiantes universitarios, del Inventario de Agencia en Situaciones Escolares (IASE), elaborado exprofeso para este estudio, permitió probar un efecto de mediación entre la agencia personal y la agencia colectiva a través de la agencia mediada. La relación triádica de la agencia propuesta por la teoría, centrada en situaciones escolares, es un aporte a la etnopsicometría que permite asumir el papel de múltiples factores en el proceso de adquisición de aprendizajes complejos.

Palabras Clave: Agencia Humana, Efecto de Mediación, Escenarios Educativos, Modelamiento Estructural, Estudiantes Universitarios

Abstract

The Human Agency has been studied from various Social Science disciplines and although they exhibit similarities in their conceptualization and characteristics, a lack of communication between disciplines is detected. We sought to test the mediation effect of the three modes of Agency proposed by Bandura in the context of learning in higher education. A confirmatory factor analysis of the Inventory of Agency in School Situations, elaborated for this study, allowed to prove a mediation effect between the personal agency and the collective agency through the mediated agency.

¹ Correspondencia: María de los Ángeles Maytorena Noriega. Boulevard Luis Encinas y Rosales S/N. Col. Centro, 83000, Hermosillo, Sonora, México. Correo: maria.maytorena@unison.mx, Teléfono oficina: (01)6622592206

The triadic relationship of agency proposed by the theory, centered on school situations, is a contribution to ethnopsychometry that allows us to assume the role of multiple factors in the process of acquiring complex learning.

Keywords: Human Agency, Mediation Effect, Educational Settings, Structural Model, University Students

La configuración de la agencia humana es caracterizada por la literatura como una manera de exponer aspectos del funcionamiento humano autónomo. Varios autores (Bandura, 1999, 2006; Girardo, Saenger & Yurén, 2015; Sautu, 2014; Tejeda, 2005) se refieren a la agencia como la capacidad humana de adaptación al cambio y concuerdan en representarla como la competencia personal, que se orienta en el individuo como actor, el cual opera en un contexto social.

El concepto de Agencia humana tiene su origen en la filosofía y está vinculado con el interés del hombre de ser libre y feliz. Aristóteles es reconocido como el primer filósofo interesado en el tema (Zavala & Castañeda, 2014). En opinión de otros autores como Bravo (2000) y Romero (2014) Aristóteles se ocupó de los problemas asociados a la ontología de las acciones que actualmente son objeto de estudio de la filosofía de la acción. Afirmación que coincide con la percepción de Frankfurt (en Naranjo, 2010) acerca de la agencia humana.

En relación con la libertad de elección Jean-Paul Sartre también fue partidario de ella y seguidor de Aristóteles. Sartre consideraba que el ser humano es un agente electivo de su destino, libre de sus metas y responsable de sus elecciones (Hernández, 1998). Además, señaló que la existencia precede a la esencia, lo que en opinión de Oppong (2014) se visualiza con la afirmación del filósofo Sartre acerca de que somos lo que hacemos a través de nuestras acciones; las cuales se determinan en condiciones de libertad absoluta y agrega que Bandura se ubica en la posición humanista de la agencia, la cual se centra en las capacidades, tendencias o necesidades específicas de los individuos.

Ante la caracterización de la Agencia humana expuesta, se visualiza un camino hacia la consecución del cuarto objetivo de desarrollo sostenible el cual establece la necesidad de “garantizar una educación

inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos” (ONU, 2015) donde se refleja el interés que se mantiene desde fines del siglo XX acerca de lograr calidad educativa, tarea en la cual las instituciones de educación superior juegan un papel fundamental dado que además de formar a los jóvenes disciplinadamente, otras competencias a desarrollar constituyen la preparación de los estudiantes para el cambio constante y para ser autónomos y corresponsables de su aprendizaje (Cano, 2008) debido al desarrollo social actual tan versátil y desmesurado que ha generado desafíos y retos que implican un nuevo papel de las formas de conocimiento existentes para ingresar a un campo laboral con puestos cada vez menos estructurados y más movibles (Tejeda, 2005).

En torno a este panorama y con el fin de contribuir científicamente a los retos que la sociedad actual plantea, se considera que el estudio de la agencia humana en la educación superior es una posibilidad viable en el marco de una integración interdisciplinar de la agencia en educación superior; además, considerando la caracterización de la agencia humana como la capacidad humana de adaptación al cambio, el planteamiento que guía este estudio es ¿cuál es el papel que juega la agencia humana en el aprendizaje de los estudiantes universitarios?

Este planteamiento se torna importante no sólo desde la perspectiva psicológica donde el estudio de la agencia humana es un análisis micro en el que se privilegia a la persona sobre lo social; es decir, las motivaciones internas derivan las acciones humanas; también lo es analizado sociológicamente donde se privilegia el análisis macro de la acción. En las ciencias sociales el vocabulario sobre acción se encuentra en conceptos como estructura y sujeto (Ema, 2004); como alternativa a estos extremos se han desarrolla-

do aproximaciones teóricas que intentan encontrar un punto intermedio, como Giddens (1984) quien identificó una relación recursiva entre estructura (reglas, recursos y sistemas sociales) y agencia; y refirió que ambas son importantes e iguales en cuanto a su influencia sobre el individuo. En esta postura las acciones del individuo se determinan por estructuras sociales, económicas, lingüísticas, etcétera, sobre las que no se tienen control (Larreamendy, 2011).

Se observa una semejanza entre las conceptualizaciones de la Sociología y la Psicología en cuanto al sentido subjetivo cuando Weber (1944) explica que el fundamento subjetivo de la acción está basado en el hecho de que la acción se ve afectada por las relaciones de intercambio con otros y está orientada por fines.

Para la perspectiva psicológica el fundamento de la agencia es el concepto psicológico de intencionalidad, como previamente lo refirieron en la filosofía contemporánea teóricos como Anscombe quien en la década de 1960 realizó un análisis del concepto de intencionalidad y el papel que desempeña en la conducta individual, lo cual dio lugar a la versión contemporánea del estudio filosófico de la acción, sin el enfoque religioso.

Para Bandura (2001, 2006) los elementos centrales del agente son intencionalidad, previsión, auto-reactividad y auto-reflexión; y en su opinión estos elementos son los que permiten a las personas jugar un rol en su auto desarrollo, adaptación y auto renovación a través del tiempo.

Davidson (1963) desde un enfoque psicológico consideró que la agentividad se explica a través de la relación de tres elementos: intención, comportamiento y resultado. La intención induce un comportamiento y éste conlleva a un resultado deseado o fin, es decir, este autor añade el componente de resultados al binomio intención–acción lo que es relevante dado que se incluye la capacidad de retroalimentar y provocar el comportamiento (Zavala & Castañeda, 2014). En este tenor Broncano (2006) relata que cualquier teoría de la acción aceptaría como condición de determinación la satisfacción o el logro de las intenciones; dicho resultado como algo más que azar; debe ser una determinación de la intención (I) de un resultado (R) a través de una conducta motora (C).

La aportación de Davidson (1963) y Broncano (2006) se asocia con la propuesta de Bandura (2001, 2006) quien postula para la agencia humana una correspondencia triádica (intención, comportamiento, resultado) en la que operan factores cognoscitivos o personales, comportamentales y las influencias ambientales. En adición a ello Larreamendy (2011) refiere que la acción no puede ser entendida al margen de modos de actividad históricamente situados, de los sistemas de actividad en los que ocurre y de las características del agente que la produce. Es decir, la agencia no se da en forma aislada y, por lo tanto, no puede ser estudiada de esa forma.

Bandura plantea que el agente, además de responder a eventos ambientales, crea entornos propios además de actuar para cambiarlos. Bandura establece una relación triádica entre persona (agencia), medio ambiente (estructura) y comportamiento (resultado). En esta relación se establece que las personas crean el ambiente, el que a su vez da forma a la persona y tanto la persona como las estructuras influyen en el comportamiento.

Al respecto Bandura planteó la existencia de tres modos de agencia (2001, 2006) como una alternativa para explicar la forma en la que la relación triádica antes expuesta se presenta. Los modos de agencia humana a los que Bandura hace referencia son el personal, el mediado y el colectivo. El modo de agencia personal es el que más se ha investigado (Beyers, Goossens, Vansant & Moors, 2003; Castañeda, Peñalosa & Austria, 2014; Cheng & Chu, 2014; Gómez, Mercado & Ojeda, 2015; Walls & Little, 2005); a la agencia personal Bandura (2001, 2006) la caracteriza con una serie de elementos centrales que permiten a las personas jugar un rol en su auto desarrollo, adaptación y auto renovación a través del tiempo. Tales elementos son intencionalidad vista como una representación del curso futuro de actuación, centrada en los planes de acción que incluye estrategias para su realización; previsión, se refiere a fijar metas anticipando las probables consecuencias y la selección de cursos de acción para producir los resultados deseados; auto reactividad para monitorear los patrones de conducta y las condiciones tanto cognitivas como medioambientales bajo las que dicha conducta ocurre, es decir, se refiere

a mecanismos auto reguladores y auto reflexión para evaluar su motivación, valores y el significado de sus propósitos vitales.

El modo de agencia mediada se refiere a los muchos ámbitos en los que las personas no tienen control directo ni sobre las condiciones sociales ni sobre las prácticas institucionales que afectan la vida cotidiana (Bandura, 2001, 2006). Se busca el bienestar y la seguridad que puede ubicarse en el aspecto económico y en el desarrollo educativo y/o laboral.

Por último, el modo de agencia colectiva expresa que las personas no viven de forma aislada. Muchas de las cosas que se buscan son alcanzables a través del esfuerzo socialmente interdependiente; tienen que trabajar en coordinación con otros para lograr lo que no pueden lograr solos. Los logros del grupo no sólo son producto de las intenciones compartidas, conocimientos y habilidades de sus miembros; también de lo interactivo, coordinado y de la sinérgica dinámica de sus transacciones (Bandura, 2001, 2006).

Zavala y Castañeda (2014) abordan acerca de la aproximación de la pedagogía sobre la agencia humana y mencionan que las primeras propuestas pedagógicas sobre la agencia pueden identificarse en Dewey dado que él consideraba que el aprendizaje ocurre en un contexto de acción, pero no del todo agentivo en tanto que las acciones de aprendizaje se centraban en el profesor. Posteriormente se asienta un grado de agentividad en el modelo de Enseñanza centrada en el aprendizaje donde destaca el papel del estudiante como aprendiz activo (Chocarro, González-Torres & Sobrino, 2007). En opinión de Ahearn (2001) el modelo de enseñanza orientada a la acción sí discutió directamente sobre agencia; este modelo es un enfoque didáctico que define a la agencia como la capacidad para actuar y la reconoce como socioculturalmente mediada.

La revisión antes expuesta permite identificar el poder interdisciplinario de la agencia humana y la orientación teórica que se le ha dado hacia el contexto educativo, específicamente en lo relacionado al logro de aprendizajes. En ese tenor, y en búsqueda de una orientación empírica y no sólo teórica de la Agencia humana en educación superior se identificó la ausencia de instrumentos confiables y válidos que

permitan evaluar la formación del estudiante autodirigido, característica que posee una persona con alto nivel de agencia y que se busca logre un estudiante universitario.

Por lo tanto, para este estudio se propone el término Agencia Humana en Escenarios Educativos definido como un conjunto de capacidades personales, académicas y de interacción social que el estudiante posee y emplea para el logro de sus metas académicas orientadas a la mejora de sus logros escolares.

El constructo Agencia Humana en Escenarios Educativos considera los tres modos de agencia propuestos por Bandura (1999, 2001, 2006) y se diseñó un instrumento para medirlo, el Inventario de Agencia en Situaciones Escolares (IASE) el cual se construyó bajo la perspectiva de la Agencia de estudiantes universitarios. Para ello, el modo de Agencia personal es entendido como la capacidad cognoscitiva y metacognoscitiva que el estudiante emplea de forma interdependiente para tomar decisiones en función de sus metas académicas y emprender las acciones necesarias para su consecución. La definición de este modo de agencia versa sobre los cuatro elementos que la componen (Bandura, 1999, 2001): a) Intencionalidad referida a los propósitos que los estudiantes establecen con relación a sus planes académicos y las estrategias para llevarlos a cabo; b) Previsión o establecimiento de metas escolares o académicas anticipando los posibles resultados; c) Auto-reactividad la cual se define como la capacidad del estudiante para construir formas de actuación y de motivar y regular su ejecución orientadas al aprendizaje y; d) Auto-reflexión que es la capacidad metacognoscitiva del estudiante para reflexionar acerca de la correspondencia entre sus pensamientos y sus acciones académicas.

El modo de Agencia mediada se define aquí, como la percepción del estudiante sobre el uso de estrategias instruccionales del profesor, así como la importancia que otorga al apoyo económico que fomenta el aprendizaje y auto desarrollo personal. Este modo de agencia será medido a partir de la percepción sobre la importancia del apoyo económico y el acceso a especialización para una mejor formación profesional (Apoyo económico) y los apoyos brindados por los docentes a través de la enseñanza vía las estrategias

instruccionales que emplean, el apoyo de tutoría y de asesoría consideradas útiles para su formación profesional (Apoyo docente).

Por último, el modo de Agencia colectiva en este estudio se define como el grado de pertenencia al grupo escolar que posee el estudiante y el compromiso que ejerce hacia el logro de objetivos comunes de aprendizaje con sus compañeros, lo cual se refleja en las Interacciones sociales que tienen lugar en el salón de clase, definidas como la importancia que los estudiantes dan al tipo de interacciones que se generan en el grupo escolar y el grado de pertenencia a él percibido por ellos. Así como Aprendizaje colaborativo entendido como el grado de importancia que el estudiante brinda al trabajo colaborativo con fines de obtener un mejor aprendizaje de los contenidos vistos en clase.

El objetivo de este estudio es poner a prueba el efecto de mediación de la agencia humana en escenarios educativos con estudiantes universitarios para probar la relación trifásica que plantea la teoría de varias disciplinas de las ciencias sociales sobre la presencia de tres modos de agencia y su interrelación.

A partir de las consideraciones teóricas referidas y de los resultados de estudios empíricos citados se elaboró un modelo estructural de agencia humana en escenarios educativos con estudiantes universitarios en relación con la siguiente hipótesis: La agencia mediada en escenarios educativos tendrá un papel mediador entre la agencia personal y la agencia colectiva.

Método

Este estudio pertenece a la tipificación de estudios no experimentales, es de tipo Encuesta Comparativa el cual se caracteriza por ser observacional, transversal, prospectivo y comparativo (Méndez, Guerrero, Moreno & Sosa, 2002).

Participantes

A partir de un muestreo disposicional no probabilístico se recabó la participación voluntaria e informada de 224 estudiantes de pregrado con edad prome-

dio de 21.6 años ($DE = 2.94$), edad mínima de 19 años y máxima de 40. La mayoría de quinto semestre (83.9%), 10.7% eran estudiantes de séptimo y 5.4% de noveno semestres; 59.8% fueron mujeres. Los estudiantes de la muestra cursaban las licenciaturas en Enfermería (32.1%), Ingeniería industrial y de sistemas (34.8%) y Psicología (33%) de una Universidad pública del Noroeste de México.

Instrumentos

Se empleó la versión breve del Inventario de Agencia en Situaciones Escolares (IASE) previamente puesto a prueba (Maytorena, 2017) el cual posee 47 reactivos en formato tipo Likert con cuatro opciones de respuesta divididos en tres escalas y ocho subescalas.

La escala de Agencia personal (AP) posee 20 reactivos divididos en cuatro subescalas: Auto-reactividad: cinco reactivos que miden la capacidad del estudiante para construir formas de actuación y de motivar y regular su ejecución orientadas al aprendizaje, por ejemplo: “Para realizar mis tareas académicas me aseguro de tener claras las instrucciones de lo que tengo que hacer”; Auto-reflexión cinco reactivos que miden la capacidad metacognoscitiva del estudiante para reflexionar acerca de la correspondencia entre sus pensamientos y sus acciones académicas, por ejemplo: “Cuando tengo que resolver una tarea, clasifico mis conocimientos y lo que me falta por aprender”; Previsión compuesta por cuatro reactivos orientados a identificar el establecimiento de metas escolares o académicas anticipando los posibles resultados: “Organizar mi horario de estudio para lograr buenos resultados en los exámenes” e Intencionalidad seis reactivos para los cuales se diseñó una instrucción específica para medir las intenciones que los estudiantes se forman con relación a sus planes académicos y las estrategias para llevarlos a cabo: Señala a continuación si las siguientes actividades han sido realizadas por ti, o bien se existe la posibilidad de que las realices en un futuro...: “Separar mis notas de clase para cada una de las asignaturas que curso”.

Las *dos subescalas* que conforman *Agencia mediada (AM)* aglutinan 11 reactivos, las subescalas son

Apoyo docente mide la percepción de los estudiantes sobre el apoyo brindado por sus profesores para su aprendizaje a través del uso de estrategias instruccionales y de brindar asesorías (seis reactivos): “Los profesores de la carrera que estudio emplean esquemas o diagramas que me facilitan aprender la información revisada en clase” y Apoyo económico orientada a la importancia que los estudiantes brindan al acceso de mejor preparación académica a través de empleos o capacitación que puedan ayudarlos en su formación profesional (cinco reactivos) : “Tengo interés en encontrar un empleo bien remunerado que me permita entrar en contacto con el campo laboral de la carrera que estudio”.

Y la *escala de Agencia colectiva* (AC) tiene un total de 16 reactivos, ocho reactivos por cada una de las dos subescalas que la componen: Interacciones sociales cuyo propósito es medir la importancia que los estudiantes dan al tipo de interacciones que se generan en el grupo escolar y el grado de pertenencia que percibe a él con reactivos como: “Es importante respetar los valores que guían el trabajo de grupo y hacerme corresponsable del aprendizaje de mis compañeros” y Aprendizaje colaborativo la cual mide el grado de importancia que el estudiante brinda al trabajo colaborativo con fines de obtener un mejor aprendizaje de los contenidos vistos en clase. Por ejemplo: “En la planeación del trabajo académico mis compañeros y yo nos ponemos de acuerdo en lo que vamos a hacer, cómo y cuándo lo vamos a hacer, para así optimizar los resultados”.

Procedimiento

Se solicitó información a la autoridad correspondiente en cada programa de licenciatura acerca del número de grupos de quinto semestre, en caso de existir más de tres grupos se seleccionaron al azar (como ocurrió en Psicología) y en las otras dos carreras se eligieron los tres grupos existentes.

Posteriormente se indagó sobre una asignatura del programa académico correspondiente al quinto semestre en la que se aglutinan la mayor cantidad de estudiantes y con base en ello se solicitó la anuencia

del profesor responsable en la asignatura seleccionada y la colaboración de los estudiantes presentes para su participación en el estudio, lo cual quedó reflejado en la firma de un consentimiento informado que se proporcionó y explicó a los estudiantes.

Análisis de datos

Se realizaron análisis de estadística descriptiva como frecuencias, medidas de tendencia central y análisis de consistencia interna vía alfa de Cronbach de las respuestas recabadas por parte de los estudiantes, en el paquete estadístico SPSS versión 21. Posteriormente en EQS se puso a prueba el modelo teórico de mediación en el que se plantea que el factor AM es una variable mediadora entre las variables AC y AP; a partir de los criterios propuestos por Baron y Kenny (1986). Posterior al AFC se analizó la consistencia interna de las escalas resultantes.

Resultados

Los análisis de consistencia interna de las ocho subescalas del IASE arrojan alfas de .59 a .84. Después se procedió a poner a prueba la hipótesis planteada en este estudio la que establece un efecto de mediación entre los tres modos de agencia donde la variable criterio es el modo de AC y la variable predictora el modo de AP, ambos factores mediados por el modo de AM; este análisis se realizó a partir del supuesto de Baron y Kenny (1986) quienes proponen tres condiciones para afirmar que la presencia de una relación de mediación, la primera condición es que la variable AC (VI) influya en la variable AM (Variable mediadora). La segunda condición es que la variable independiente (AC) tenga efecto sobre la variable AP (VD) y la tercera y última condición es que la variable mediadora (AM) influya en la variable AP (VD). Al cumplirse las tres condiciones antes descritas se espera que el efecto de la AC (VI) sobre la AP (VD) sea No significativo o nulo.

En el modelo resultante (ver Figura 1) se aprecian dos aspectos importantes, el primero, la validez de constructo del IASE que se manifiesta en los factores

de segundo orden AP, AM y AC. El factor de agencia personal integrado por cuatro factores de primer orden, como se planteó teóricamente, el factor auto reactividad se constituyó por tres variables manifiestas con pesos factoriales de .44 a .63, auto reflexión factor de primer orden que se integró por cuatro indicadores cuyos pesos factoriales van de .50 y .75 mientras que el factor previsión se formó con cuatro reactivos con pesos factoriales de .51 a .72 y el factor de intencionalidad está definido por seis indicadores con pesos factoriales de .60 a .75.

El factor Agencia mediada se compone por los factores de primer orden Apoyo docente el cual se constituye por cinco indicadores con pesos factoriales de .64 a .85 y Apoyo económico integrado por cuatro variables manifiestas cuyos pesos factoriales oscilan entre .59 y .85. Mientras que el factor Agencia colectiva representa al tercer modo de Agencia y quedó integrado por los factores interacciones sociales, el cual se conforma por cuatro variables manifiestas cuyos pesos factoriales fluctúan entre .64 y .67, y el factor aprendizaje colaborativo compuesto por seis indicadores con pesos factoriales de .54 a .71.

El otro hallazgo atiende al objetivo de este estudio acerca de probar el efecto de mediación entre los tres modos de agencia; el modelo resultante da cuenta de que el factor Agencia mediada recibe un efecto directo, positivo y significativo de la variable independiente Agencia colectiva (peso estructural = .76) con un poder de explicación de 57% de la varianza. A su vez el factor de segundo orden Agencia mediada (variable mediadora) afecta de forma directa, positiva y significativa (peso estructural de .51) al factor Agencia personal (variable dependiente) al explicar 51% de su varianza. Mientras que la relación entre el factor Agencia colectiva (variable criterio) y el factor Agencia personal (VD) es nula. Dadas las relaciones descritas se puede asumir que se encontró el efecto de mediación de la Agencia mediada (Baron & Kenny, 1986).

El modelo resultante sólo posee bondad de ajuste práctica ($X^2 = 696.58$ con 546 gl y $p = .000$) ya que sus indicadores de bondad de ajuste son adecuados, con valores de .94 para el IBBANN y .94 para el IAC con una RMSEA = .036 (IC .027, .044). Sin ser es el mejor modelo estructural, posee el mismo poder

de explicación que el modelo saturado, que relaciona todas las variables entre sí.

Discusión

El estudio de la agencia humana ha sido diverso y multidisciplinar por lo cual no ha existido una sola forma de operacionalizarlo; aunado a ello, las múltiples disciplinas que han aportado en su estudio lo han hecho de forma reduccionista, de manera que el concepto de agencia o agenciamiento construido hasta el momento no aúna a las disciplinas restantes de las ciencias sociales que también lo han abordado. En torno al objetivo de analizar la forma en la que los tres modos de agencia se relacionan entre sí; tomando como variable mediadora el modo de Agencia mediada, como variable criterio el modo de Agencia colectiva y como variable predictor el modo de Agencia personal, este objetivo se logró; a partir del modelo estructural resultante es posible asumir que la Agencia personal es fortalecida por la Agencia colectiva a través de la Agencia mediada (Baron & Kenny, 1986).

Aunque dicho modelo estructural sólo posea bondad de ajuste práctica, el hallazgo es significativo para la explicación del funcionamiento agentivo, ya que como lo figuró Bandura (1999, 2001, 2006) el modo de Agencia personal no se desarrolla en forma aislada, se alimenta de la colaboración de otros, es decir de la Agencia colectiva y la Agencia mediada, modos de agencia que tienen un papel esencial en esa interacción como se puede constatar a partir de los resultados que se obtuvieron en este estudio.

Es importante destacar que los hallazgos acerca de la relación entre los tres modos de Agencia únicamente han sido propuestos por Bandura (1999) y en este estudio se operacionalizaron con base en su teoría. El modelo resultante asiente sobre el hecho de que la Agencia personal no se presenta en forma aislada, también se involucran la Agencia colectiva a través de la Agencia mediada lo que en el ámbito de la educación superior indica, según lo establece la teoría, que los estudiantes crean el ambiente, que a su vez da forma a la persona y tanto la persona como las estructuras influyen en el comportamiento.

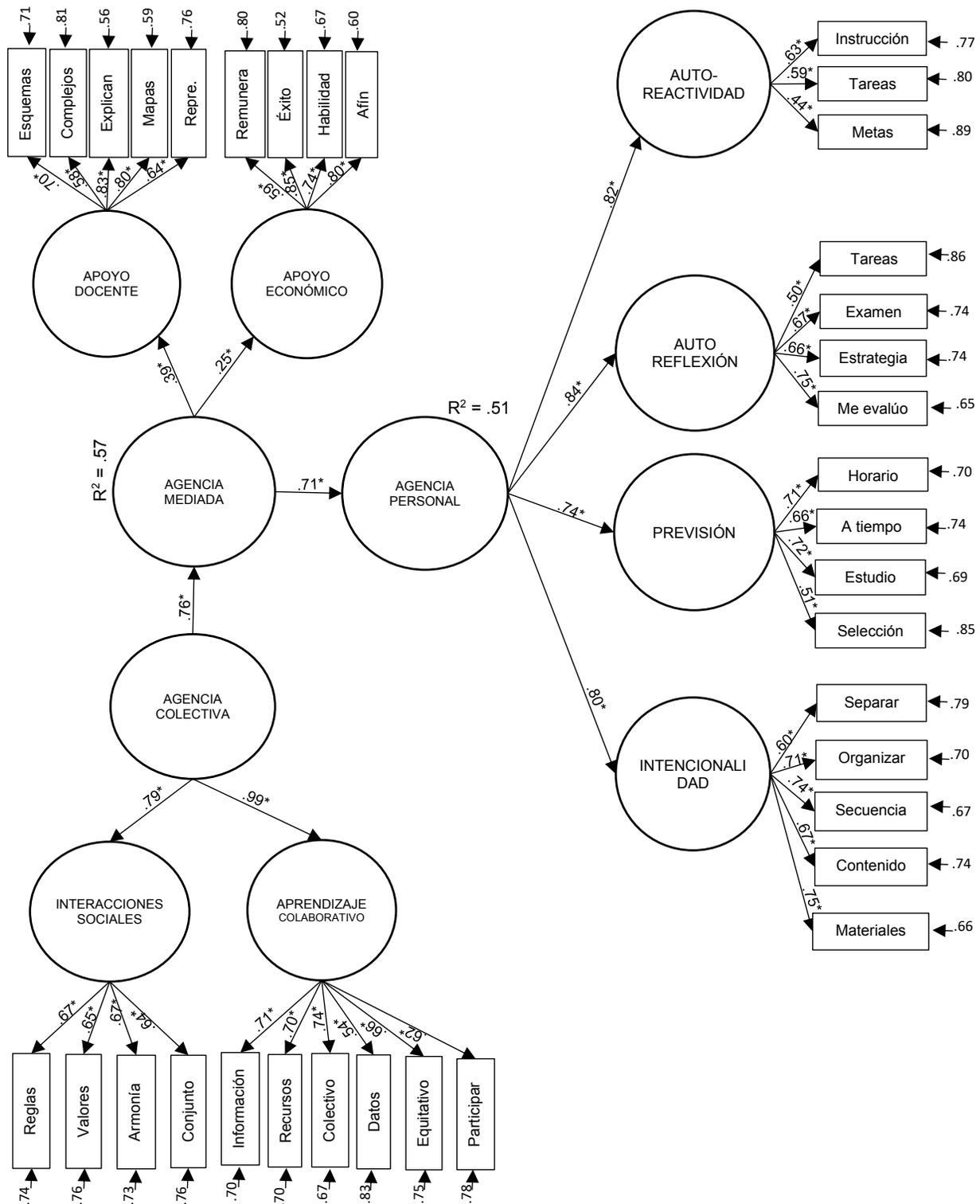


Figura 1. Modelo estructural de mediación de Agencia mediada entre Agencia colectiva y Agencia personal en situaciones escolares con estudiantes universitarios. $\chi^2 = 696.58$ (546 gl) $p = .000$; IBBAN = .78, IBANN = .94, IAC = .94; RMSEA = .036 (.027, .044). N = 224 estudiantes de licenciatura.

La relación triádica entre los modos de agencia también se puede interpretar como el hecho de que tener metas académicas orientadas hacia logros escolares y trabajar para conseguirlas no es suficiente, se requiere la participación conjunta de los compañeros y la participación del docente como mediador para la adquisición de los aprendizajes, como fue medido en este estudio. En ese sentido, comprobar dicha relación triádica en situaciones académicas a través del IASE es una aportación que permite asumir el papel de múltiples factores en el proceso de adquisición de aprendizajes de los estudiantes universitarios, con validez ecológica y contribución a la etnopsicología (Reyes, 1992).

A la luz de hallazgos endebles entre la conceptualización y la medida de agencia reportada por la literatura consultada, lo cual dio pie al planteamiento de este estudio, los resultados que se encontraron en esta investigación son también medulares en un sentido metodológico con relación a la correspondencia entre lo que dice la teoría y la medición de los constructos de interés para la Psicología y otras ciencias sociales. De ahí la pertinencia de recurrir a un diseño de observación y uno de medición en la elaboración de instrumentos de medición (Castañeda & López-Olivas, 1999) como se hizo para la construcción de las escalas diseñadas para este estudio (Maytorena, 2017).

Tratándose de un constructo tan complejo, como la historia acerca de la evolución del concepto de agencia lo ha mostrado, los hallazgos aquí planteados son más importantes aún dado que las otras disciplinas que han abordado el concepto de Agencia humana no han reflejado interés en tener un acercamiento integrado ni en medirlo a partir de una teoría particular.

El modelo de mediación resultante se adhiere a la propuesta de Bandura acerca de considerar también

a los modos de Agencia mediada y colectiva, además del modo de Agencia personal, lo cual concuerda con Bandura (2006) cuando refiere que no existe una agencia absoluta, ya que las personas tienden a adaptar sus intereses para conseguir la unidad de esfuerzo dentro de la diversidad. Sin embargo, para lograr esto fue necesaria la contribución de la Sociología además de contextualizar las situaciones a medir en el escenario de los estudiantes como lo es el aula. Lo cual contribuye al acercamiento interdisciplinar que se pretendía en este trabajo.

Se pudo comprobar una vez más que los salones de clase son un contexto social y no sólo de aprendizaje el cual, aunque no es únicamente generado por el profesor, éste funciona como mediador (Ahearn, 2001) y en ese sentido posee un rol importante en el fomento de los aprendizajes, a través del uso adecuado de estrategias instruccionales (González, Castañeda & Maytorena, 2009).

Finalmente, se requiere mejorar la subescala de apoyo económico que se construyó con el propósito de valorar la importancia que le dan los estudiantes a tener acceso a materiales, conocimientos y preparación futura, pero al parecer, las respuestas se orientaron hacia si se poseen los apoyos económicos o no. Podría ser que ello se cubriese con acciones de búsqueda y no sólo con la percepción de la importancia que los estudiantes dan a los indicadores que la escala de Agencia mediada incluye. Por lo que se requiere seguir en el trabajo de construcción de la estructura de la subescala de apoyo económico y en general, en los componentes del modo de agencia mediada.

Otra limitación del estudio fue no contar con una muestra seleccionada al azar lo cual fortalecería los resultados que se encontraron en este estudio y, con el fin de obtener mayor validez externa, se recomienda diversificar la muestra hacia más programas académicos de educación superior.

INVENTARIO DE AGENCIA EN SITUACIONES ESCOLARES

María de los Ángeles Maytorena N., Daniel González L. y Carlos Arturo Sandoval C. (2017)

DATOS GENERALES

1. Carrera: _____ 2. Semestre: _____ 3. Edad: _____ 4. Género: _____ 5. ¿Actualmente trabajas?: _____

INSTRUCCIONES: Este cuestionario se ha elaborado con el propósito de conocer tu opinión acerca de acciones y/o situaciones que pueden haber ocurrido en algún momento durante tu formación académica en el tiempo que tienes como estudiante universitario; se te pide por favor que leas con atención y respondas marcando con una "X" la opción que mejor representa tu situación en este momento. Para garantizar la confidencialidad de tus respuestas No es necesario que anotes tu nombre en este cuestionario.

PARTE I. Marca la frecuencia con la que realizas las siguientes actividades durante el tiempo que tienes como estudiante universitario.	Nunca	Casi nunca	Casi siempre	Siempre
1. Para realizar mis tareas académicas me aseguro de tener claras las instrucciones de lo que tengo que hacer.				
2. Cuando realizo mis tareas me aseguro que estén completas según lo solicitado.				
3. En mis clases estoy aprendiendo lo que requiero para alcanzar las metas que tengo.				
4. Cuando tengo que resolver una tarea, clasifico mis conocimientos y lo que me falta por aprender.				
5. Cuando estudio para un examen clasifico mis conocimientos y lo que me falta por estudiar.				
6. Busco las estrategias más adecuadas para estudiar para los exámenes y las evalúo a partir de los resultados que obtengo.				
7. Cuando estoy estudiando para un examen, me evalúo constantemente para identificar lo que me falta por estudiar.				
PARTE II. Marca la frecuencia con la que realizas las siguientes actividades, responde a cada una a partir de la siguiente afirmación: <i>Para ser mejor estudiante y obtener los resultados que espero necesito...</i>	Nunca	Casi nunca	Casi siempre	Siempre
8. Organizar mi horario de estudio para lograr buenos resultados en los exámenes.				
9. Definir la prioridad de mis tareas académicas para entregarlas a tiempo y obtener buenos resultados.				
10. Organizar mejor mis tiempos de estudio para obtener buenos resultados en los exámenes.				
11. Seleccionar mis materiales de aprendizaje de forma que pueda aprovecharlos mejor.				
PARTE III. Señala a continuación si realizas las siguientes actividades, o bien se existe la posibilidad de que las realices en un futuro.	No lo he hecho ni lo haría	No lo he hecho pero lo haría	Lo he hecho	Lo he hecho y lo seguiré haciendo
12. Separar mis notas de clase para cada una de las asignaturas que curso.				
13. Organizar mis materiales de aprendizaje para estar al día con mis clases.				
14. Mantener la secuencia de los materiales de clase para cada tema y para todas las asignaturas.				
15. Organizar el contenido de lo que debo estudiar antes de estudiar para el examen.				
16. Organizar los materiales de aprendizaje según las materias que estoy cursando.				
PARTE IV. Marca la frecuencia con la que tus profesores realizan las siguientes actividades.	Nunca	Casi nunca	Casi siempre	Siempre
17. Los profesores de la carrera que estudio emplean esquemas o diagramas que me facilitan aprender la información revisada en clase.				
18. Cuando los temas en clase son muy complejos el profesor los explica de forma diferente y da varios ejemplos para que los comprendamos mejor.				
19. Mis profesores apoyan sus explicaciones con mapas y/o esquemas para relacionar un tema ya revisado en clase con un tema nuevo, lo que facilita mi aprendizaje.				
20. Durante la clase mis profesores usan esquemas que me sirven de guía para llevar la secuencia de la exposición.				
21. Los profesores de la carrera que estudio utilizan representaciones visuales para explicar relaciones de conceptos o actividades que me facilita aprender los contenidos del curso.				

PARTE V. Esta sección está orientada a conocer la importancia que das a los apoyos que enuncia cada afirmación. Señala el nivel de acuerdo que tienes con las situaciones que se enlistan a continuación.	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
21. Tengo interés en encontrar un empleo bien remunerado que me permita entrar en contacto con el campo laboral de la carrera que estudio.				
22. Tengo interés en encontrar un empleo que me prepare para lograr éxito económico en la práctica eficiente de la carrera que estudio.				
23. Tengo interés en trabajar para desarrollar habilidades laborales que me permitan tener éxito económico en mi profesión.				
24. Tengo interés en prepararme para encontrar un empleo bien pagado y afín con la carrera que estudio.				
PARTE VI. Señala el nivel de acuerdo que tienes con cada una de las situaciones que se enlistan a continuación.	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
25. Pactar y acatar reglas claras para el trabajo conjunto con los compañeros, se traduce en mejores resultados para todos.				
26. Mis compañeros y yo compartimos valores personales similares por eso trabajamos juntos por los mismos propósitos.				
27. El trabajo académico se hace más armónico y productivo cuando todos los compañeros compartimos y promovemos valores y propósitos comunes.				
28. Mis compañeros y yo establecemos para nuestro trabajo conjunto reglas de juego que son acatadas por todos, esto nos facilita alcanzar las metas que nos trazamos.				
29. Identificar con claridad entre todos los miembros del equipo la información que requerimos para resolver una determinada tarea y responsabilizar de su consecución a cada uno de los integrantes, mejora las posibilidades de que todos aprendamos.				
30. Disponer de manera organizada de mis recursos y los que aportan mis compañeros de equipo nos permite a todos resolver de manera más sencilla y efectiva cualquier problema propuesto por el profesor.				
31. Identificar colectivamente las necesidades de información para resolver un determinado problema y compartir la responsabilidad de su consecución facilita el aprendizaje de todos y mejora las probabilidades de solución del problema.				
32. Cuando al realizar una tarea en clase nos faltan datos, trabajar con mis compañeros en la consecución de los mismos nos permite salvar la dificultad y lograr el aprendizaje deseado a partir de la actividad adelantada.				
33. La contribución equitativa de mis compañeros y mi propio aporte al trabajo en equipo, son esenciales para que todos aprendamos.				
34. La participación en conjunto para realizar una tarea o resolver un problema en clase propicia por lo general un mejor aprendizaje.				

¡Gracias por tu colaboración!

Referencias

- Ahearn, L. (2001). Language and agency. *Annual Review of Anthropology*, 30(1), 109-137. <https://doi.org/10.1146/annurev.anthro.30.1.109>.
- Bandura, A. (1999). *Self-efficacy: The exercise of control*. San Francisco, CA: Freeman.
- Bandura, A. (2001). Social Cognitive Theory in Cultural Context. *Applied Psychology: An International Review*, 51(2), 269-290. doi: 10.1111/1464-0597.00092.
- Bandura, A. (2006). Toward a psychology of human agency. *Perspectives on Psychological Science*, 1(2), 164-180.
- Baron, R. & Kenny, D. (1986). The Moderator- Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Beyers, W., Goossens, L., Vansant, I., & Moors, E. (2003). Structural model of autonomy in middle and late adolescence: connectedness, separation, detachment, and agency. *Journal of Youth and Adolescence*, 32(5), 351-365. <http://doi.org/10.1023/A:1024922031510>.
- Bravo, F. (2000). La naturaleza de la acción según Aristóteles. *Episteme*, NS, 20(2), 1789.
- Broncano, F. (2006). Consideraciones epistemológicas acerca del "sentido de agencia". *Logos. Anales del Seminario de Metafísica*, 39, 7-27.
- Cano, M. (2008). La evaluación por competencias en la educación superior. *Profesorado. Revista de Currículum y Formación del Profesorado*, 12(3), 1-16.
- Castañeda, S. & López-Olivas, M. (1999). Elaboración de un instrumento para la medición de conocimientos y habilidades en estudiantes de psicología. *Revista Intercontinental de Psicología y Educación*, 1(1), 9-15.
- Castañeda, S., Peñalosa, E., & Austria, F. (2014). *Perfiles Agentivos y no Agentivos en la Formación del Psicólogo*. UNAM-Facultad de Psicología-CONACYT.
- Cheng, Pi- Yueh & Chu, Mei-Chin (2014). Behavioral factors affecting students' intentions to enroll in business ethics courses: A comparison of the theory of planned behavior and social cognitive theory using self-identity as a moderator. *Journal Bus Ethics*, 124, 35-46. DOI: 10.1007/s10551-013-1858-0.
- Chocarro, E., González-Torres, M., & Sobrino, A. (2007). Nuevas orientaciones en la formación del profesorado para una enseñanza centrada en la promoción del aprendizaje autorregulado de los alumnos. *Estudios sobre Educación*, 12, 81-98.
- Davidson, D. (1963). Actions, reasons, and causes. *The Journal of Philosophy* LX, 685700. doi:10.1093/0199246270.001.0001
- Ema, J. (2004). Del sujeto a la agencia (a través de lo político). *Athenea Digital*, 6, 1-24.
- Giddens, A. (1984). *The constitution of society*. Cambridge, England: Polity Press.
- Girardo, S., Saenger, C., & Yurén, M. (2015). Formación para la agencia. Tensiones entre enunciados y prácticas respecto al *sujeto-agente* en una experiencia de educación no formal dirigida a campesinos. *XIII CMIE del COMIE*.
- Gómez, Y., Mercado, S., & Ojeda, A. (2015). Diagnóstico de agencia personal y empoderamiento de los estudiantes de la FES Zaragoza UNAM. *XIII CNIE del COMIE*.
- González, D., Castañeda, S., & Maytorena, M. (2009). *Estrategias Referidas al Aprendizaje, la Instrucción y la Evaluación*. México: Pearson-Universidad de Sonora.
- Hernández, G. (1998). *Paradigmas en Psicología de la Educación*. México: Paidós.
- Larreamendy, J. (2011). Aprendizaje como reconfiguración de agencia. *Revista de Estudios Sociales*, 40, 33-43. from http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-885X2011000300004&lng=en&tlng=es.
- Martínez-Rizo, F. (2004). La educación, la investigación educativa y la psicología. En: S. Castañeda (Coord.), *Educación, Aprendizaje y Cognición. Teoría en la práctica*. México: Manual Moderno.
- Maytorena, M. (2017). *Una Aproximación Interdisciplinaria a la Agencia Humana en Escenarios Educativos*. Tesis Doctoral. Universidad de Sonora, México.
- Méndez, I., Guerrero, D., Moreno, L., & Sosa, C. (2002). *El protocolo de investigación*. México: Trillas.
- Naranjo, L. (2010). *Tres Modelos Contemporáneos de Agencia Humana. Un estudio sobre la motivación y la deliberación moral*. Tesis doctoral. Universidad Carlos III de Madrid.
- ONU, (2015). *Objetivos de desarrollo sostenible*. En onu.org.gt/objetivos-de-desarrollo.
- Oppong, S. (2014). Between Bandura and Giddens Structuration Theory in Social Psychological Research? *Psychological Thought*, 7(2), 111-123. Doi: 10.5964/psyc.v7i2.104
- Reyes, I. (1992). Evaluación educativa: una revisión. *Revista Intercontinental de Psicología y Educación*, 5, 1992-206.
- Sautu, R. (2014). Agencia y estructura en la reproducción y cambio de las clases sociales. *Revista Theomai*, 29(1), 100-120.
- Tejeda, A. (2005). Agenciación humana en la teoría cognitivo social: Definición y posibilidades de aplicación. *Pensamiento Psicológico*, 1(5), 117-123.

Walls, T. & Little, T. (2005). Relations among personal agency, motivation, and school adjustment in early adolescence. *Journal Educational Psychology*, 97(1), 23-31. DOI: 10.1037/0022-0663.97.1.23

Weber, M. (1944). *Economía y Sociedad*. Fondo de Cultura económica

Zavala, M. & Castañeda, S. (2014). Fenomenología de agencia y educación. Notas para el análisis del concepto de agencia humana y sus proyecciones en el ámbito educativo. *Magister*, 26, 98-104.

© Universidad Nacional Autónoma de México, 2020.

Los derechos reservados de *Acta de Investigación Psicológica*, son propiedad de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y el contenido de esta revista no puede ser copiado ni enviado por correo electrónico a diferentes sitios o publicados en listas de servidores sin permiso escrito de la UNAM. Sin embargo, los usuarios pueden imprimir, descargar o enviar por correo electrónico los artículos para uso personal.

Copyright of *Psychological Research Record* is the property of Universidad Nacional Autónoma de México (National Autonomous University of Mexico, UNAM) and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.