



**UNIVERSIDAD  
DON VASCO**

UNIVERSIDAD DON VASCO, A.C.

INCORPORACIÓN No. 8727-25 A LA

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO.

---

---

ESCUELA DE PSICOLOGÍA

**LA MOTIVACIÓN DE UNA NIÑA DE 12 AÑOS PARA REALIZAR  
RETOS DE LAS REDES SOCIALES**

TESIS

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN PSICOLOGÍA

INDRA ANAID MARTINEZ MONTAÑEZ

ASESORA: LIC. ERIKA SEGOVIA FIGUEROA

URUAPAN, MICHOACÁN. 27 DE FEBRERO DE 2020.



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

# ÍNDICE

## **Introducción.**

Antecedentes del problema. . . . .	1
Planteamiento del problema. . . . .	5
Objetivos. . . . .	6
Instrumentos de campo. . . . .	7
Justificación del estudio. . . . .	8
Marco de referencia. . . . .	9

## **Capítulo 1. Motivación.**

1.1 Concepto de motivación. . . . .	11
1.2 Proceso de la motivación. . . . .	12
1.2.1 Proceso biológico. . . . .	13
1.2.2 Personalidad en la motivación. . . . .	18
1.2.3 Variables cognitivas de la motivación. . . . .	21
1.2.4 Proceso emocional de la motivación. . . . .	23
1.2.5 Proceso conductual. . . . .	25
1.3 Teoría sobre la motivación. . . . .	26
1.3.1 Percepción holística de la motivación. . . . .	27
1.3.2 Medios y resultados esperados motivacionales. . . . .	28
1.3.3 Motivaciones múltiples. . . . .	28
1.3.4 La satisfacción es generadora de nuevas motivaciones. . . . .	30
1.4 Jerarquía de las necesidades. . . . .	31

1.4.1 Necesidades fisiológicas.	33
1.4.2 Necesidades de seguridad.	34
1.4.3 Necesidades sociales (sentido de pertenencia).	36
1.4.4 Necesidades de estima.	37
1.4.5 Necesidad de autorrealización.	38
1.5 Motivación en adolescentes.	39
1.5.1 Definición de adolescencia.	40
1.5.2 Elementos que favorecen la motivación en los adolescentes.	40
1.5.3 ¿Qué es lo que motiva en la actualidad a los adolescentes?	42

## **Capítulo 2. Tecnología-redes sociales.**

2.1 Definición de redes sociales.	43
2.2 Definición de tecnología	44
2.3 Definición de internet.	45
2.4 Historia y desarrollo del Internet.	47
2.5 Historia y desarrollo de las redes sociales de internet.	50
2.5.1 El capital social.	52
2.5.2 Historia de las redes sociales en internet.	54
2.5.3 Las redes sociales actualmente.	56
2.6 El atractivo de las redes sociales.	60
2.7 Efectos de las redes sociales en las personas.	63
2.8 Dependencia a las redes sociales.	66
2.9 Facebook, la red social más popular.	68
2.9.1 Consecuencias de Facebook en la vida cotidiana.	69

### **Capítulo 3. Metodología, análisis e interpretación de resultados.**

3.1 Descripción metodológica. . . . .	73
3.1.1 Enfoque cualitativo. . . . .	74
3.1.2 Descripción del estudio de caso. . . . .	75
3.1.3 Tipo transversal. . . . .	76
3.1.4 Alcance Descriptivo. . . . .	76
3.1.5 Técnicas e instrumentos. . . . .	77
3.2 Descripción del proceso de investigación. . . . .	78
3.3 Análisis e interpretación de resultados. . . . .	80
3.3.1 Factores motivacionales sociales . . . . .	81
3.3.2 Factores motivacionales tecnológicos. . . . .	84
3.3.3 Factores motivacionales familiares. . . . .	88
Conclusiones . . . . .	92
Bibliografía . . . . .	98
Hemerografía . . . . .	100
Mesografía . . . . .	101
Anexos.	

# INTRODUCCIÓN

En el presente documento se examina la motivación de una niña de 12 años para realizar retos de las redes sociales. Como asunto inicial, se brindan al lector los elementos necesarios para que pueda contar con un referente adecuado.

## **Antecedentes del problema.**

Antes de presentar los trabajos de investigación relacionados con el tema de investigación, primero es necesario definir qué es una variable. “Una variable es una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse.” (Hernández y cols.; 2014: 105).

En este caso, las variables de esta investigación a medir son la motivación y las redes sociales. Para definir la primera de ellas, se le concibe como “una fuerza del organismo que le impulsa a actuar y a perseguir determinados objetivos; es decir, la motivación es un proceso que provoca determinado comportamiento que modifica uno ya existente.” (Mankeliunas; 1987: 5).

El autor de la cita anterior explica que la motivación es una fuerza en el organismo que lo impulsa a lograr objetivos.

Una vez definida la motivación, se continúa con definir la variable de redes sociales: “Las redes sociales no deben entenderse como simples herramientas tecnológicas para el intercambio de mensajes, si en algún momento de su corta historia lo fueron, sino como auténticos medios para la comunicación, la interacción y la participación global.” (García y cols.; 2014: 36).

Las redes sociales forman parte ya de los medios de comunicación, su alcance es global y no solo permiten intercambiar mensajes, sino la interacción y participación de una manera más profunda y, como se dijo, global.

Esta investigación trata el tema de internet, por lo tanto, presentará tres investigaciones relacionadas con el tema de investigación. A continuación, se presentarán tres investigaciones relacionadas con las redes sociales, que se considera aportan al presente trabajo.

La primera investigación lleva por nombre: Impacto que generan las redes sociales en la conducta del adolescente y en sus relaciones interpersonales en Iberoamérica los últimos 10 años; en ella se busca de qué manera y en qué cantidad los países de Iberoamérica han estudiado el impacto de las redes sociales sobre la población adolescente.

Esta investigación fue realizada por Gómez y Marín, en el año 2017, en la Universidad Cooperativa de Colombia, de la ciudad de Bucaramanga. Para realizar la indagación se utilizó el método de análisis sistemático de literatura, en adolescentes.

Los resultados en esta investigación señalan que el país de Iberoamérica que más investigaciones ha realizado sobre el tema es España, con 29 artículos, eso quiere decir que en el continente europeo se tiene más demanda de estudios sobre redes sociales y cómo estas influyen en el área personal, social, educativa y familiar de los jóvenes en general. También se demostró que países latinoamericanos como México y Colombia cuentan con 6 investigaciones sobre el tema; otros países de Latinoamérica continúan por esa ruta, lo que demuestra que hay un creciente interés de estos países sobre las redes sociales y su impacto en los adolescentes.

Esta investigación utilizó una gran cantidad de literatura para sustentar todos los aspectos a investigar.

La segunda investigación lleva por nombre: “Influencia de las redes sociales virtuales en el nivel de desarrollo de las habilidades psicosociales de los adolescentes de tercer grado del CBT 2 No Cuautitlán turno matutino” (sic.), fue realizada por Rodríguez (2018) en una institución educativa de la ciudad de Ecatepec, en el estado de México. El método que se utilizó para realizar la investigación fue el cuantitativo. Los sujetos de investigación fueron adolescentes de tercer grado de preparatoria.

La autora de la investigación planteo como objetivo principal interpretar cómo las habilidades psicosociales de los adolescentes están relacionadas con el uso que les dan a las redes sociales (tecnología).



La autora utilizó en el estudio la prueba de correlación “r” de Pearson y obtuvo un resultado de 0.078, eso indica que hay relación entre las variables, pero que es muy débil, por lo que las habilidades psicosociales pueden estar más relacionadas con otras características, como las relaciones de amistad o con la familia.

La última investigación se titula: “Las redes sociales como motivación para el aprendizaje: opinión de los adolescentes”. Los autores de esta investigación son Álvarez y Muñoz, la investigación fue publicada el primero de julio del año 2016 y fue realizada en la ciudad de A Coruña, en España.

El método utilizado en la investigación fue el cuantitativo, con un diseño de carácter no experimental, se utilizó un cuestionario diseñado especialmente para el estudio. La investigación se realizó a 1144 estudiantes de secundaria en la ciudad referida.

La investigación arrojó que, efectivamente, las materias le resultarían más motivadoras con el uso de la tecnología y de las redes sociales. Esto porque les resultan más atractivas e interesantes las materias escolares.

Las anteriores investigaciones resultan útiles como referencias para la investigación presente, porque una de sus variables son las redes sociales o tecnología, además de que todas van enfocadas a los adolescentes, al igual que la investigación que se está presentando. También estos trabajos explican cómo

influyen o motivan las redes sociales a los adolescentes a realizar ciertas conductas, algo que la presente indagación está buscando también.

### **Planteamiento del problema.**

Actualmente, en el contexto que se está viviendo el apogeo de la era digital y, por lo tanto, de las redes sociales. Si los adultos tienen la tecnología y las redes sociales muy presentes en su vida, con mayor razón los niños, porque ellos ya nacieron prácticamente en este contexto. Además, se debe recordar que los menores son altamente influenciados y se encuentran en una etapa de imitación de conductas.

Los retos de internet constituyen un elemento muy presente dentro de las redes sociales y muchas personas los realizan, sobre todo niños y jóvenes. Solo es necesario entrar a las redes sociales de vez en cuando y se tendrá noción de que ya surgió un nuevo reto y que no solo lo realizan adultos, sino también niños. Esto habla de que los infantes se están exponiendo en internet y que están muy involucrados en las redes sociales.

Algunos retos son muy inocentes, otros no; incluso se ha escuchado de jóvenes y niños que han muerto realizando esos desafíos. A pesar de este dato, la mayoría son inofensivos, pero representan que la persona que lo realiza pueda salir herida o exponerse a situaciones vergonzosas, entre otras.

Esas conductas se expresan al escribir una publicación en una red social, al postear una foto, un video o, en el caso que interesa a esta investigación, retos.

Entonces, ¿qué motiva a una niña de 12 años a realizar retos de internet en la ciudad de Uruapan, Michoacán? ¿Qué ganancia obtiene? ¿Vale la pena entonces realizar esos retos?

En este trabajo de investigación se buscó responder la siguiente pregunta: ¿Qué motiva a una niña de 12 años a realizar los retos de internet?

## **Objetivos.**

Para dar un seguimiento adecuado al presente estudio, se concibieron los lineamientos que enseguida se presentan.

### **Objetivo general**

Identificar los aspectos que motivan a una niña de 12 años en la ciudad de Uruapan, Michoacán, a realizar retos de las redes sociales.

### **Objetivos particulares**

1. Describir el concepto de motivación.
2. Definir las teorías principales sobre la motivación.

3. Identificar la historia de las redes sociales para entender su evolución.
4. Describir el concepto de redes sociales y su impacto actual.
5. Mencionar las consecuencias que ha tenido para la niña de 12 años por realizar los retos de internet.

### **Instrumentos de campo.**

El instrumento de esta investigación es el guion de entrevista. Para realizar la investigación se utilizó el método cualitativo; como técnica principal, la entrevista semiestructurada, la cual se aplicó a la niña de 12 años que realizó los retos. Ya que la técnica utilizada fue la entrevista semiestructurada, es necesario dar una definición de esta.

“Se puede definir como una ‘conversación amistosa’ entre informante y entrevistador, convirtiéndose este último en un oidor, alguien que escucha con atención, no impone ni interpretaciones ni respuestas, guiando el curso de la entrevista hacia los temas que a él le interesan.” (Díaz y cols.; 2013: 164).

Estos autores explican que en la entrevista semiestructurada no se interviene, el entrevistador simplemente formula las preguntas, luego escucha y pone atención a lo que el sujeto de investigación expresa. Esto es lo que se efectuó en la investigación presente.

## **Justificación.**

En años recientes, el internet comenzó a ser un importante medio de comunicación, actualmente podría hasta decirse que es el más importante, sobre todo en las personas jóvenes. Por lo tanto, es un tema actual y nuevo sobre el que se puede realizar una gran cantidad de estudios.

Las redes sociales son un instrumento que ya está presente en la vida diaria de los adolescentes y niños, gran parte de su conexión social se da en dichos medios. Los retos de internet son parte de esa interacción que se da entre los jóvenes, cada vez y con más frecuencia aparecen nuevos retos y gran cantidad de personas, entre las cuales se encuentran niños, los realizan.

Al ser un tema actual y que está muy presente, es candidato para que se realicen investigaciones al respecto.

Es un tema de relevancia para la psicología, porque las redes sociales representan una gran influencia para la persona, además de que en internet constantemente se está interactuando con otras personas, aunque no sea de manera física, pero aun así ese vínculo existe y mediante él se tiene influencia, de manera que hay convivencia con otras personas y también se expresan conductas en las redes sociales.

## **Marco de referencia.**

La presente investigación se realizó en la ciudad de Uruapan, Michoacán. La recolección de datos se llevó a cabo en el domicilio del sujeto a investigar para fines prácticos.

El sujeto a investigar, el cual se denomina “Clara”, por cuestiones de confidencialidad; en el momento de la recolección de los datos contaba con 11 años. Nació el 11 de diciembre del año 2006. Como se puede observar, el sujeto nació en una época en que la tecnología, como se conoce actualmente, ya estaba iniciando. La niña está comenzando su adolescencia en pleno apogeo de las redes sociales.

“Clara” estudió su educación primaria en dos escuelas distintas, la primera vez en una institución pública y la segunda vez en una privada, ambas de la ciudad de Uruapan, Michoacán.

Actualmente, el sujeto estudia la escuela secundaria y está cursando el primer año.

La niña vive junto a sus padres y sus dos hermanas mayores. La madre cuenta con 42 años de edad, el padre con 49, la hermana mayor tiene 21 y la segunda cuenta con 16.

Hay información proporcionada por la hermana mayor, la cual menciona que su hermana realiza retos de internet; en específico, el “Reto del chile” y el “Matilda Challenge”.

El primer reto consiste en que simplemente una persona debe de morder un chile que le resulte picante y que provoque molestias en la boca, lengua y garganta.

El segundo reto se desprende de una película de 1996: “Matilda”. En una escena, la protagonista (que cuenta con el poder de mover los objetos sin tocarlos) empieza a jugar con sus poderes y a mover objetos por todos lados, realizando una especie de baile, al ritmo de una canción. El reto consiste en copiar esta escena de la película al ritmo de la misma canción que aparece en la escena de la película.

# CAPÍTULO 1

## MOTIVACIÓN

En el presente capítulo se tiene la finalidad de desarrollar los conceptos de motivación en la adolescencia, describir el proceso que implica y también de analizar algunas de las teorías más importantes sobre esa variable. También se tiene la intención de describir el concepto de adolescentes y sus motivaciones.

### **1.1 Concepto de motivación.**

La palabra motivación se utiliza en diferentes ámbitos y, en general, se usa para describir características que disponen a las personas a realizar acciones, en general, esa podría ser una definición suficiente para el público en general. Pero para esta investigación se ofrecerá una acepción más científica y estructurada.

Se puede definir como “una fuerza del organismo que le impulsa a actuar y a perseguir determinados objetivos; es decir, la motivación es un proceso que provoca determinado comportamiento que modifica uno ya existente.” (Mankeliunas; 1987: 5).

En esta definición, el autor se refiere a la motivación como una fuerza del organismo que provoca que el ser humano quiera alcanzar objetivos. La motivación, por lo tanto, lleva al ser humano a realizar eso que quiere lograr, de modo que es necesaria para que el ser humano realice comportamientos que incluyan alcanzar



objetivos. Una parte muy importante del comportamiento humano es la motivación, la cual sirve como una explicación para las conductas humanas.

## **1.2 Proceso de la motivación.**

“En cualquier condición es la motivación la que explica por qué se ha efectuado una determinada conducta, o por qué estaba en disposición de realizarse.” (Montañés; 2004: 13).

Para este autor, la motivación es la explicación para cualquier conducta en cualquier situación, ya que esta variable no solo abarca procesos sociales, sino también procesos biológicos, esos son los que provocan que el ser humano realice conductas o, al menos, los intentos de realizar esas conductas.

Montañés (2004) señala que la gran mayoría de las concepciones teóricas están de acuerdo en que la motivación es un proceso que implica dos aspectos que la definen y también que la caracterizan: dirección e intensidad. La dirección se refiere a la tendencia a acercarse o alejarse de un determinado objeto. La intensidad da una medición a la conducta de acercarse o alejarse a dicho objeto.

Madsen (citado por Mankeliunas; 1996) establece tres clases de variables para la motivación:

- Variables energéticas: Impulso.

- Variables direccionales: Expectativas, valencias o estímulos discriminativos.
- Variables vectoriales: la necesidad, el conflicto o los refuerzos.

“Las personas se mueven a través de motivos, es decir, en la búsqueda de satisfacer ciertas necesidades. Esto implica que una vez satisfecha la necesidad, se reduce el impulso que motivó la conducta.” (Ferrell y cols., 2003; Robbins y cols., 2005; citados por Pedreros y Araya; 2009: 43).

Una vez que los seres humanos han satisfecho sus necesidades, los procesos motivacionales se reducen, el impulso es menos fuerte, por lo tanto, la motivación satisface necesidades, no busca simplemente realizar objetivos, sino que también hay un proceso biológico involucrado.

### **1.2.1 Proceso biológico.**

Los componentes biológicos de la motivación están relacionados con los elementos más primitivos del organismo, concretamente con la supervivencia. Estos elementos se encuentran muy presentes en los animales, pero también en el ser humano, que no está exento de necesidades biológicas (Montañés; 2004).

“Hasta cierto punto, la programación biológica y primitiva con que venimos cargados nos mueve a ahorrar energía y esfuerzos para estar preparados en caso de tener que escapar de un depredador o para sobrevivir en caso de ausencia temporal de alimentos.” (Perret; 2016: 16).

Este último autor toca un punto importante: la motivación está presente incluso en los momentos más primitivos del ser humano y en los más extremos, como, por ejemplo, cuando hace falta la ingesta correcta de alimentos.

Pero, ¿qué variables biológicas están en los procesos de motivación? Montañés (2004) señaló dos, que serán descritos a continuación; cada uno de ellos incluye más variables.

#### A) Homeostasis

“Por homeostasis se entiende la propiedad de los seres vivos para mantener tanto las constantes biológicas, como las funciones fisiológicas dentro de unos límites apropiados, a pesar de las alteraciones que puedan ejercer agentes externos o internos.” (Montañés; 2004: 25).

Con esto se entiende que, mediante la motivación, los organismos mantienen sus necesidades biológicas satisfechas y se encuentran en un balance que es apropiado.

A continuación, se señalarán los procesos de homeostasis más importantes que pueden aplicarse a la motivación.

- Sed.
- Hambre.

- Sueño.
- Conducta sexual.

“La motivación provoca cambios a nivel neuronal, psicológico y de comportamientos. Es decir, provoca la activación de ciertas zonas del cerebro y la segregación de ciertas hormonas. Cuando existe genera pensamientos y sentimientos y nos hace reaccionar de maneras distintas a cuando estamos desmotivados o en un estado basal o neutral.” (Perret; 2016: 20).

Aunque existen procesos biológicos en la motivación, los pensamientos y reacciones no son iguales en todos los organismos y, por lo tanto, se obtienen resultados distintos: reacciones diferentes a la sed, el hambre, sueño o la conducta sexual; los organismos trataran de satisfacer esas necesidades, pero las conductas y pensamientos pueden ser muy distintos.

Los elementos anteriores son motivaciones biológicas que deben ser cumplidas para que el ser humano logre un equilibrio en su área biológica y orgánica. Con estos aspectos se busca la sobrevivencia, se busca estar sano y equilibrado. Estas motivaciones son las más básicas y, por lo tanto, son muy importantes de cumplir para posteriormente lograr satisfacer las necesidades más complejas (Montañés; 2004).

## B) Activación

“En psicología, la activación puede definirse como la energética de la conducta. Resultante de factores fisiológicos, cognitivos y conductuales, es el proceso que moviliza los recursos para que se produzca la conducta deseada.” (Montañés; 2004: 32).

Pero para obtener esa energía, el organismo debe descansar. Así como la activación es necesaria para la motivación, el reposo también es un elemento motivacional, un elemento primario, es decir, fundamental. (Mankeliunas; 1996).

La activación, según el autor referido, es un factor importante en los procesos psicológicos responsables de la motivación, los procesos psicológicos más importantes se presentan a continuación:

- 1) Activación y rendimiento: Este proceso se rige por el principio de que un rendimiento adecuado se da por una activación que también debe ser adecuada, este principio reúne a las llamadas teorías del nivel óptimo de la activación. Cabe mencionar que este principio fue en un inicio propuesto por Yerkes y Dodson en el año de 1908.

“La bien conocida relación en forma de curva de ‘U’ invertida entre activación y rendimiento, ha inspirado a autores como Lindsley (1951), Hebb (1955), Malmö

(1959) o Duffy (1972) en sus planteamientos teóricos respecto a la relación entre activación y diferentes procesos psicológicos.” (Montañés; 2004: 33).

Es por ello que, a partir de esta idea, se explica que distintos procesos biológicos son los responsables del principio de activación y, de igual manera, hay distintas variables que influyen en cómo será el nivel de activación, como la dificultad de la tarea, el nivel de aprendizaje que deja la tarea y finalmente, para Hebb es importante la propiedad informativa del estímulo (referido por Montañés; 2004).

2) Activación y estado emocional: Los niveles módicos de excitación tienen que ver con la provocación de estados de ánimo que son placenteros y los niveles bajos de activación se relacionan con el aburrimiento y agitación (Berlyne, citado por Montañés; 2004). A la vez, los niveles altos de activación provocan grados agudos de estrés, ansiedad y enojo. Los distintos niveles de activación que se encuentren en el cuerpo provocarán que se busquen tareas más motivadoras o menos activadoras para llegar a un estado de equilibrio.

Por último: “Gray (1971) describió tres sistemas comportamentales implicados en la activación emocional: aproximación conductual, lucha/huida e inhibición conductual, cada uno de ellos mediados por estructuras cerebrales específicas.” (Montañés; 2004: 34).

### **1.2.2 Personalidad en la motivación.**

El segundo de los elementos que influyen en la motivación está constituido por los aspectos personales e individuales de los seres humanos. Montañés (2004) explica que las variables individuales que cada persona manifiesta, a manera de conductas, se expresan por situaciones del exterior, que son similares a las variables personales del sujeto.

Se describen, a continuación, variables importantes de la personalidad que influyen en la motivación.

- a) Motivación intrínseca y extrínseca: El elemento de motivación intrínseca se basa en que en algunas ocasiones se realizan conductas por mera motivación personal, porque simplemente se tiene un interés en realizar ciertas conductas o acciones. (Montañés; 2004).

Orbegoso (2016: 87) define a la motivación intrínseca “como aquella intensidad y persistencia que expresa una persona al realizar ciertas tareas sin necesidad de verse presionada o influida por agentes o factores externos, como presión, recompensas y otros. Implica interés, decisión y buen ánimo espontáneos al buscar lograr los objetivos que son vistos como importantes y valiosos en sí mismos”. En esta definición se puede observar lo que se explicó anteriormente, algunas conductas simplemente se realizan por motivaciones personales y muchas veces los factores externos no se involucran.

Para que una conducta sea de índole intrínseca, los elementos de competencia y autodeterminación son esenciales, ya que estas acciones satisfacen sentimientos de curiosidad y de eficacia en el ser humano, sentimientos que son personales en el individuo. Esto se le conoce como causación personal (Montañés; 2004).

La motivación extrínseca, al contrario, se define como “aquella provocada desde afuera del individuo, por otras personas o por el ambiente, es decir, depende del exterior, de que se cumplan una serie de condiciones ambientales o que haya alguien dispuesto y capacitado para generar esa motivación.” (Soriano; 2001: 7).

La motivación extrínseca está ligada a las recompensas que se tienen por las conductas realizadas. Mientras el organismo obtenga recompensas o se cumplan sus expectativas, este seguirá repitiendo ciertas conductas que le sigan proporcionando lo que busca. La motivación extrínseca depende mucho del exterior, el ambiente y lo que hay en él.

- b) Motivos: El motivo es una variable importante en cuanto a la necesidad se refiere, se encuentra muy relacionado a las necesidades personales ya que representan elementos para realizar conductas concretas o específicas, que la persona busca realizar por necesidad personal.

Montañés (2004) explica que se han distinguido tradicionalmente motivos primarios y motivos secundarios. Los primarios son los que van encaminados a la



preservación de la persona, por lo que abarcan necesidades básicas del ser humano como hambre o sed; los secundarios tienen su origen del aprendizaje, no son innatos, como lo son los primarios. Además de que los motivos secundarios pueden ser sociales y también personales.

Finalmente, se describen tres tipos de motivos, los cuales son: de logro, de poder y de afiliación.

El primer motivo es el de logro, del cual se tiene esta definición: “La motivación de logro es aquella que empuja y dirige a la consecuencia exitosa, de forma competitiva, de una meta u objetivo reconocido socialmente”. (Soriano; 2001: 10).

El motivo de logro explica que el individuo realizará conductas que lo llevarán al éxito y que esas conductas dejen resultados que el individuo considere que le dan un “estándar de excelencia”. Además, McClelland (1989) explica que el motivo de logro se adquiere desde la niñez porque es un elemento de la personalidad.

De acuerdo con la teoría del motivo de logro, los seres humanos están dirigidos por dos elementos que son contrarios: el primero es la motivación de logro, para lograr el éxito, el otro es la motivación para evitar fracasar o hacer el ridículo. Cada uno de estos elementos están integrados por otros tres componentes: la fuerza del motivo, la expectativa que se tiene y el valor del motivo (Soriano; 2001).

El siguiente motivo es el de poder, el cual se explica por el principio de que en una relación de dos personas existe una que ejerce poder sobre el comportamiento de la otra. El motivo de poder se externa por la motivación de querer dominar y ejercer un control sobre la conducta de las demás personas. El individuo que ejerce este control es para obtener un reconocimiento, influenciando y persuadiendo a los demás (Winter, mencionado por Montañés; 2004).

Finalmente, el motivo de filiación es “el interés por establecer, mantener o restaurar una relación afectiva positiva con una o varias personas.” (Atkinson et al., citados por Montañés; 2004: 48).

Este motivo se presenta cuando el individuo tiene interés de formar parte de un grupo y sus conductas son motivadas por querer pertenecer a él (Montañés; 2004). El autor explica que formar parte de un grupo trae consigo consecuencias favorables o negativas para el individuo, lo que puede motivarlo a afiliarse o no a dicho núcleo. Pertenecer a un grupo proporciona al ser humano identidad, reputación, conformidad, apoyo instrumental o emocional, amistad y fuente de actividades.

### **1.2.3 Variables cognitivas de la motivación.**

Mankeliunas (1996) explica que existen constructos cognoscitivos en el ser humano, esto quiere decir que existen esquemas que están hechos a partir de las experiencias, estas facilitan el conocimiento del ser humano sobre el ambiente

exterior, también; estos constructos también aportan actitudes y expectativas que el sujeto tendrá ante el mundo exterior. Siguiendo esta premisa, Montañés (2004) explica:

“De acuerdo con las dimensiones principales en el estudio de la motivación, las explicaciones cognitivas se caracterizan, en general, por un planteamiento nomotético, cognitivo, adquirido y reactivo tanto a estímulos internos como externos. Algunos de los principios fundamentales a los que apelan son la congruencia cognitiva, atribución de causalidad, intencionalidad de la conducta y expectativas de resultado.” (Montañés; 2004: 53-54).

En la anterior descripción, se puede rescatar el principio de que las variables cognitivas ejercerán cierta importancia sobre las conductas para que, por medio de estas, se logren objetivos; según el autor, esas variables se adquieren por estímulos que provienen del exterior, pero también de manera interna.

Para Mankeliunas (1996), las variables cognitivas de la motivación tienen un elemento importante: la actitud.

“La actitud cognoscitiva se inicia con la percepción del ambiente que permite al organismo recibir y procesar la información sobre el estado actual del mismo y sus alteraciones. Además de la percepción, esta actitud está formada por el reconocimiento, la memorización, el aprendizaje, el descubrimiento, el juicio, el pensamiento y el lenguaje.” (Mankeliunas; 1996: 422).

En la cita anterior se explica que los elementos cognitivos o cognoscitivos están ligados a la actitud y que esta se encuentra formada por otros elementos cognitivos. Esto indica que la motivación está formada por varios constructos y que estos trabajan constantemente para formar las conductas motivadas.

#### **1.2.4 Proceso emocional de la motivación.**

Antes de comenzar a hablar de las variables emocionales, es necesario otorgar una definición de emoción, término que también se maneja en plural, como en la siguiente acepción.

“Las emociones se describen como situaciones agradables o desagradables, como tensión o liberación, como excitación o relajación. Siendo un poco más particulares se han descrito como alegría o tristeza, aprobación o disgusto, cólera o miedo, sorpresa o anticipación.” (Salguero y Panduro; 2001: 3).

Las emociones son expresiones que, según Montañés (2004), se manifiestan de tres modos: cognitivo/subjetivo; conductual/expresivo y fisiológico/adaptativo. Esto quiere decir que las emociones alteran la mente, la conducta o comportamiento, así como las cuestiones biológicas y adaptativas del ser humano. Es necesario tener en cuenta estas tres manifestaciones para entender la emoción, porque puede surgir una discrepancia entre ellas y además, cada una de estas dimensiones puede tener más relevancia ante una emoción en particular o de una persona a otra.

“Cualquier proceso psicológico conlleva una experiencia emocional de mayor o menor intensidad y de diferente cualidad. Podemos convenir que la reacción emocional (de diversa cualidad y magnitud) es algo omnipresente a todo proceso psicológico.” (Montañés; 2004: 59).

La emoción es una reacción que está presente en cualquier proceso psicológico, por lo tanto, está presente en el proceso motivación.

“Motivación y emoción están íntimamente relacionadas, ya que una de las dimensiones de cualquier sistema motivacional es la cualidad afectiva que conlleva.” (Montañés; 2004: 60).

La emoción es importante en la motivación, porque una persona seguirá realizando conductas si obtiene experiencias que le dejen emociones agradables. De igual manera, si la emoción deja experiencias desagradables, la motivación será más baja y, por lo tanto, esa conducta ya no se repetirá.

A pesar de que las emociones son un elemento importante en la motivación, McClelland tiene una opinión distinta: “Las emociones no son motivos, pero constituyen una parte importante de los sistemas motivacionales: indican la presencia de incentivos naturales. Las emociones acompañan también a los motivos y amplían sus efectos sobre la conducta.” (1989: 147).

Esta cita, se expresa que las emociones son parte de los sistemas motivacionales y no se considera a las emociones íntimamente relacionadas con la motivación, como lo hace Montañés. Aun así, se asume que las emociones son capaces de potenciar las conductas motivadas.

Las emociones suman los efectos afectivos que hacen que los sistemas motivacionales tengan tanta fuerza y sean tan persistentes en la realización de una conducta (McClelland; 1989).

### **1.2.5 Proceso conductual.**

En distintos años se ha realizado una gran cantidad de estudios de la conducta, principalmente en animales como ratas y perros. Se debe tener en cuenta que esos estudios arrojaron numerosas evidencias de la influencia de incentivos externos en las conductas. Se probó que los organismos capaces, son motivados con incentivos, recompensas y castigos para obtener conductas y lograr objetivos. (McClelland; 1989).

Sobre las variables conductuales, se explica que “el papel que ejercen en el inicio y mantenimiento de la conducta motivada no solamente se reduce a consistir en contingencias de la misma, sino también a inducirla propiamente. Se trata de claves situacionales y estímulos que generan la reacción conductual que ha sido condicionada.” (Montañés; 2004: 62).

Montañés (2004) explica que las variables conductuales no solo restringen ciertas conductas, sino que también puede llegar a inducirlas, estas variables motivan ya sea para realizar o no realizar algo.

Las conductas no solo son provocadas por variables internas y personales del sujeto, sino que también por características del medio ambiente en el que se desarrollan los individuos. En conclusión, las conductas dependen de dos estímulos motivacionales, que son los internos y externos.

Para finalizar, hay dos mecanismos que son responsables de que las conductas sean adecuadas para las características específicas de las situaciones, estos son discriminación y generalización.

La discriminación permite a los individuos responder solo a los estímulos útiles y necesarios, mientras que la generalización permite que los sujetos respondan a los estímulos que son relevantes, aunque no se hayan presentado anteriormente (Montañés; 2004).

### **1.3 Teoría sobre la motivación.**

En este apartado se abordarán diferentes enfoques sobre la teoría de la motivación, lo que ayudará a analizar el término desde distintas percepciones.

### 1.3.1 Percepción holística de la motivación.

¿Por qué estudiar la motivación desde una percepción holística? Porque el ser humano está integrado por distintas áreas: social-cultural, familiar y personal.

Maslow (1991) explica que el ser humano no está motivado en una sola parte de él, sino que el individuo está motivado en su totalidad y, por lo tanto, la satisfacción también se da en todo el individuo.

Para ilustrar lo anterior, el autor ofrece un ejemplo: si un individuo tiene hambre, no solo está satisfaciendo a su estómago, sino también a sus otras áreas.

“La percepción cambia (el alimento se percibe con más rapidez que en otras ocasiones). La memoria cambia (recordamos mejor una buena comida en esta ocasión que en otras). Las emociones cambian (hay más tensión y nerviosismo que otras veces). El contenido del pensamiento cambia (una persona está más preparada para conseguir comida que para resolver un problema de álgebra). Y esta lista se podría extender al resto de las demás facultades, capacidades o funciones, tanto fisiológicas como psíquicas.” (Maslow; 1991: 4)

De esta manera, es el cuerpo entero el que tiene hambre, no solo el estómago, así se satisfacen todas las áreas del individuo; por lo tanto, estas se refuerzan también. El individuo recordará cuál comida le dio mayor satisfacción y, por lo tanto, volverá a repetirla, como se vio en apartados anteriores. El individuo



reproducirá las conductas que le dieron una mayor satisfacción o que le otorgaron mejores ganancias.

### **1.3.2 Medios y resultados esperados motivacionales.**

En la vida diaria, los deseos llevan al sujeto a querer obtener un fin, que proporcionará alguna satisfacción.

Así se afirma con un ejemplo de la vida cotidiana: “Queremos dinero para poder comprar un coche. A su vez, queremos un coche porque los vecinos tienen uno y no deseamos sentirnos menos que ellos, y conservar así nuestro propio respeto y ser amados y respetados por los demás.” (Maslow; 1991: 6).

Por lo tanto, el deseo no solo lleva al individuo al fin inicial que se buscaba, también busca la aprobación externa para no ser “inferior” a los demás y obtener más ganancias que la esperada inicialmente. No solo se busca la aceptación propia, también se busca la de los demás individuos. Así se descubre que desde un deseo inicial se pueden obtener más fines que solo el esperado en el comienzo.

### **1.3.3. Motivaciones múltiples**

Maslow (1991) señala que una conducta motivada puede servir como medio para expresar distintos objetivos. Por ejemplo, una adolescente puede subir una

fotografía a su red social favorita para que todos alaben su nuevo corte de cabello. Pero otras adolescentes pueden hacer lo mismo, para obtener comentarios favorables sobre su cara; otra, para que su familia lejana vea cuanto ha crecido; otra, puede hacerlo por cierta satisfacción personal y para sentirse querida por la aprobación que puede tener la fotografía.

“Recalquemos que no es habitual, nada habitual, que un acto o un deseo consciente tenga más de una sola motivación.” (Maslow; 1991: 8).

Con la cita anterior, se sigue expresando que las motivaciones buscan fines diversos y también que estos tienen diversas motivaciones, porque además se pueden obtener resultados distintos al esperado.

Esto lleva a la siguiente pregunta ¿Existen estados que provoquen la motivación? La respuesta es sí, y para Maslow (1991), ese estado motivacional principal es el rechazo. ¿Por qué lo es? El autor lo explica de la siguiente manera:

“Tal sentimiento de rechazo tiene repercusiones en todo el organismo, tanto en sus aspectos somáticos como psíquicos. Además, tal planteamiento conduce, automáticamente y por necesidad, a otros muchos acontecimientos, tales como los deseos de recuperar el afecto, esfuerzos defensivos de varias clases, acumulación de hostilidad, etc.” (Maslow; 1991: 9).

Nuevamente se trata de necesidad; el ser humano tiene necesidad de no ser rechazado, necesita sentirse querido, con fuerza y aceptado. Estos serán sus principales estados de motivación, así se sentirá integrado con los demás como el ser social que es.

El ser humano necesita satisfacer esas motivaciones y continuar satisfaciendo otras que continúen surgiendo.

#### **1.3.4 La satisfacción es generadora de nuevas motivaciones.**

Como se dijo anteriormente, cuando se obtienen resultados esperados y emociones satisfactorias, se querrán repetir esas conductas.

“Hay aquí dos hechos importantes: primero, que el ser humano nunca está satisfecho, excepto de una forma relativa o como si fuese sólo el peldaño de una escalera, y segundo, esas necesidades parecen ordenarse en una especie de jerarquía de predominio.” (Maslow; 1991: 10).

Como explica Maslow (1991), los individuos nunca están satisfechos de manera total, necesitan escalar para ir satisfaciendo necesidades, ordenadas por jerarquías. Cuando el ser humano ha logrado satisfacer deseos, surgen otros y ahora tiene que satisfacer esos. Por lo tanto, la satisfacción es generadora de nuevas motivaciones y esto es durante toda la vida del ser humano, porque está continuamente en un estado de deseo.

Cuando el ser humano está deseando satisfacer algo, es porque anteriormente, otras motivaciones ya lo hicieron satisfacer ciertas necesidades y ahora está buscando satisfacer unas nuevas.

#### **1.4 Jerarquía de las necesidades.**

Maslow es probablemente el autor más conocido en cuanto a motivación se refiere. Para este autor, el ser humano organiza por jerarquías sus necesidades, que son los elementos que motivan al ser humano; estos elementos los organizó de tal manera que se formaba una especie de pirámide. Esta es conocida como “La pirámide de Maslow”. De acuerdo con Maslow (1991), el objetivo del ser humano es lograr la autorrealización al ir superando las demás necesidades.

“La teoría de la motivación desarrollada por Maslow, afirma que las necesidades humanas, se organizan en una jerarquía de necesidades que forman una especie de pirámide.” (Campos y Díaz; 2003: 1).

Maslow coloca las necesidades de la siguiente manera: las fisiológicas se encuentran en la base de la pirámide, seguido por las de seguridad; en tercer lugar, están las necesidades sociales, después la de estima y, finalmente, en el tope de la pirámide esta la autorrealización (citado por Campos y Díaz; 2003).

Estos elementos se explican en los siguientes párrafos.

1. Necesidades fisiológicas: Se refiere a las más básicas del ser humano, como comer, dormir o el deseo sexual. Estas necesidades constituyen impulsos fisiológicos que llevan al ser humano a satisfacerlas.
2. Necesidades de seguridad: Estas buscan encontrar la seguridad del ser humano ante cualquier peligro, buscan la supervivencia del ser humano, puesto que hacen que el individuo huya del peligro.
3. Necesidades sociales: Como su nombre lo dice, es la búsqueda que realiza el individuo para lograr la adaptación social, lo logra mediante las relaciones de amistad, la búsqueda de afecto y la participación en su entorno social.
4. Necesidades de estima: Se busca lograr que el ser humano logre estima sobre sí mismo, que logre tener la confianza y herramientas para apreciarse a sí mismo y lograr la autoevaluación.
5. Autorrealización: Que el ser humano logre desarrollar sus habilidades, potencialidades, recursos y así llegar a la autorrealización, llegar al tope de la pirámide y ser un ser humano pleno y completo.

Las necesidades están organizadas por orden de importancia y orden en el que las necesidades se cumplen. Maslow coloca las necesidades físicas en la base de la pirámide, mientras que ubica a las sociales y emocionales más en el tope. Esto es así porque el ser humano requiere primero satisfacer las necesidades biológicas porque son más primitivas y básicas, una vez que el ser humano ha satisfecho esta parte, está listo para complacer las siguientes necesidades, que lo llevarán más cerca de la autorrealización (Campos y Díaz; 2003).

Según Maslow (1991), las conductas del ser humano pueden ser provocadas por varias razones y las conductas se dan de manera motivada, no surgen de la nada; como se planteó al inicio, la motivación llevara al ser humano a cumplir objetivos.

Una vez mencionados de manera sencilla, se pasará a revisar de manera más explícita los elementos de la jerarquía de las necesidades de Maslow.

#### **1.4.1 Necesidades fisiológicas.**

Las necesidades fisiológicas tienen que estar completamente satisfechas, porque son las más básicas del ser humano, necesarias para poder estar motivados a realizar las conductas esperadas.

Maslow (1991) afirma que es inútil tratar de enlistar las necesidades fisiológicas, porque podría llegar al número que sea, dependiendo de cada persona y sus necesidades deseadas, las cuales ya se explicó que son diversas y diferentes para cada individuo.

Es importante señalar que las necesidades fisiológicas y su satisfacción son la pauta para las demás, por lo tanto, no lo son todo. Sin embargo, “no hay duda de que estas necesidades fisiológicas son las más prepotentes de todas las necesidades.” (Maslow; 1991: 26).

Esto quiere decir que una persona desamparada, en extrema pobreza, buscará satisfacer las necesidades fisiológicas más que las otras, por su gran falta de satisfacción de las primeras. Si estas necesidades están sin satisfacer, muy probablemente las restantes se dejarán muy descuidadas y la persona se concentrará solo en lo básico. Esto porque toda la energía se desplazará a satisfacer eso que falta, las capacidades del ser humano se concentrarán en eso, porque es lo que implica mayor urgencia.

Otro elemento relacionado es que cuando el ser humano se encuentra en una extrema necesidad por los elementos fisiológicos, la visión de su futuro tiende a cambiar o ser diferente al de una persona que sí satisface lo básico (Maslow; 1991). Una persona que sufre hambre extrema deseará un lugar con mucha comida, esa persona piensa que el alimento es lo que le falta para estar satisfecho y plenamente feliz. Concluyentemente una manera de opacar otras necesidades es la ausencia de la satisfacción de las más básicas, las cuales son las fisiológicas.

Ahora se verá que sucede cuando estas necesidades son cubiertas y el ser humano pasa a satisfacer las siguientes.

#### **1.4.2 Necesidades de seguridad.**

Como se planteó anteriormente, si las necesidades fisiológicas son correctamente completadas, surgirán posteriormente otras nuevas que satisfacer, estas son las de seguridad.

Igual que en las necesidades fisiológicas, una persona a la cual le falta la seguridad, busca exclusivamente eso.

“Los adultos sanos y afortunados de nuestra cultura están ampliamente satisfechos en las necesidades de seguridad.” (Maslow; 1991: 26).

Una sociedad que es segura, estable y pacífica, permite que sus integrantes se sientan seguros de amenazas que puedan alterar su integridad. Por lo tanto, la seguridad ya no forma un papel activo como motivador, porque una persona que está segura ya no se siente en peligro.

Maslow (1991) explica que, para ver estas necesidades de manera directa, se debe observar a los individuos neuróticos o casi neuróticos y a los que tienen necesidades socioeconómicas, también es posible examinar crisis sociales o guerras.

Otras expresiones que buscan la seguridad son la necesidad de tener una filosofía o una religión, por lo tanto, se puede decir que la ciencia y la filosofía son una manera de buscar y satisfacer la necesidad de seguridad.

“De otro modo, se ve la necesidad de seguridad como un movilizador activo y dominante de los recursos del organismo sólo en casos reales de emergencia, tales como la guerra, la enfermedad, las catástrofes naturales, las oleadas de delitos, la



desorganización de la sociedad, la neurosis, el daño del cerebro, la pérdida de la autoridad o situaciones crónicamente malas.” (Maslow; 1991: 27).

Esto quiere decir que el ser humano activa la necesidad de seguridad exclusivamente cuando es necesario, casi siempre es porque el entorno ya no le está ofreciendo esa seguridad, por lo tanto, llega la hora del ser humano de buscarla.

#### **1.4.3 Necesidades sociales (sentido de pertenencia).**

Una vez que las necesidades fisiológicas y de seguridad han sido satisfechas, surge ahora la necesidad de satisfacer las necesidades sociales, la cuales son las necesidades de amor, sentido de pertenencia y afecto.

Al igual que con las necesidades físicas, las personas tienen necesidad de amor y buscarán obtenerlo, al relacionarse con los demás, ya que no quieren ser rechazados. Las personas buscarán pertenecer a un grupo una vez que las necesidades anteriores sean satisfechas (Maslow; 1991).

“Creo que el tremendo y rápido aumento de grupos de formación (Grupos-F), grupos de crecimiento personal y asociaciones con un fin determinado, puede deberse en parte a esta ansia insatisfecha de contacto, intimidad y pertenencia.” (Maslow; 1991: 29).

Por la cita anterior, puede deducirse que las necesidades sociales son de las más buscadas por el ser humano. Este busca satisfacer dicha parte asistiendo a eventos sociales, a clubes e incluso estudiar una carrera puede considerarse como satisfacción social y un medio para lograr esa pertenencia. Además de ello, también se consigue el afecto y el amor.

No debe confundirse el amor con una necesidad fisiológica, porque este no solo abarca relaciones sexuales, también relaciones de afecto, apoyo y cariño. La relación de amor es de manera recíproca se da, pero como sigue siendo una necesidad, se espera recibir.

#### **1.4.4 Necesidades de estima.**

“Todas las personas de nuestra sociedad (salvo unas pocas excepciones patológicas) tienen necesidad o deseo de una valoración generalmente alta de sí mismos, con una base firme y estable; tienen necesidad de autorrespeto o de autoestima, y de la estima de otros.” (Maslow; 1991: 30).

En la anterior necesidad, se hablaba de las sociales; en cambio, las explicadas en este subapartado involucran la estima de los demás, pero también la propia. Se necesita respeto individual y valorarse a uno mismo tal como valora a los demás.

Estas necesidades se pueden dividir en dos conjuntos suplementarios. En primer lugar, están las necesidades de deseo, de fuerza, logro, adecuación, maestría y competencia, confianza ante el mundo, independencia y libertad. Secundando, se encuentran: el deseo de reputación o prestigio, el estatus, la fama y la gloria, la dominación, el reconocimiento, la atención, la importancia, la dignidad o el aprecio (Maslow; 1991).

La satisfacción de todas estas necesidades lleva al bienestar de la autoestima, lo cual lleva a sentimientos de confianza, de capacidad, de valor, de fuerza, de sentirse útil. Al contrario, el no lograr satisfacer esas necesidades lleva a sentimientos de frustración, de debilidad, de no ser suficiente y de desamparo (Maslow; 1991).

La autoestima debe ser de manera sana, se obtiene del respeto de los demás, no debe ser de manera injustificada, solo basada en la adulación. Todo reconocimiento debe estar fundamentado para tener una autoestima sana y real.

#### **1.4.5 Necesidad de autorrealización**

“Aun cuando todas estas necesidades estén satisfechas, podemos esperar que, a menudo (si no siempre), se desarrolle un nuevo descontento y una nueva inquietud, a menos que el individuo esté haciendo aquello para lo que él individualmente está capacitado.” (Maslow; 1991: 32).

Esto recuerda a temas anteriores de la teoría que el ser humano está en un constante estado de deseo y busca todo el tiempo satisfacer necesidades. Por lo tanto, si la persona no logra el propósito buscado, le surgirán nuevas inquietudes, que querrá satisfacer si sus capacidades se lo permiten.

La necesidad de satisfacción se basa en el mejoramiento personal, el individuo busca ser una mejor versión de sí mismo, es el deseo de llegar a ser todo lo que se es capaz de ser.

“No obstante, la característica común de las necesidades de autorrealización consiste en que su aparición se debe a alguna satisfacción anterior de las necesidades fisiológicas y las de estima, amor y seguridad.” (Maslow; 1991: 32).

No se puede llegar a la autorrealización si las anteriores necesidades de la jerarquía no son cumplidas, por lo tanto, es difícil lograr la autorrealización, porque al ser humano siempre le surgen inquietudes que, aunque las satisfaga, siempre surgirán más. Como ya se dijo, la satisfacción es generadora de nuevas motivaciones, por lo que es muy difícil que el ser humano logre la autorrealización total.

### **1.5 Motivación en adolescentes.**

Se tiene la intención de analizar el concepto de adolescencia, así como describir los elementos que favorecen la motivación en los adolescentes.

### **1.5.1 Definición de adolescencia.**

Para iniciar este apartado primeramente se dará una definición de adolescencia: “es una etapa entre la niñez y la edad adulta, que cronológicamente se inicia por los cambios puberales y que se caracteriza por profundas transformaciones biológicas, psicológicas y sociales, muchas de ellas generadoras de crisis, conflictos y contradicciones, pero esencialmente positivos. No solamente un periodo de adaptación a los cambios corporales, sino una fase de grandes determinaciones hacia una mayor independencia psicológica y social.” (Pineda y Aliño; 1999: 16).

En la definición anterior se afirma que los adolescentes pasan por transformaciones profundas en todas sus áreas del funcionamiento, en este punto es donde los seres humanos generan gran parte de su identidad a partir de sus experiencias en la adolescencia. Internet ya forma parte de lo cotidiano, ya es una herramienta básica y que se utiliza todos los días, por lo tanto, forma parte del desarrollo de la mayoría de los adolescentes.

### **1.5.2 Elementos que favorecen la motivación en los adolescentes.**

Los intereses de los adolescentes difieren notablemente de los intereses de los adultos y de los niños (Gustems y Calderón; 2006).

Los elementos que favorecen la motivación en los adolescentes son los siguientes:

- El orden jerárquico: Los estímulos deben estar ordenados de manera jerárquica, lo cual permite una mejor comprensión y estructura.
- El significado: Los aprendizajes deben tener conexión con los intereses de edad, propósito personal y el entorno.
- Tipos y secuencia de actividades: Las actividades realizadas por los adolescentes no deben caer en la rutina, las que efectúan deben ser dinámicas y novedosas.
- Creatividad: Promover la creatividad en el adolescente, ayuda a que realice actividades porque se basan en sus ideas y métodos.
- Reflexión: Está basada en la memoria y en las consecuencias de las acciones. Se analizan las consecuencias, lo cual permitirá rechazar opciones inadecuadas. Así se siguen caminos que impulsan la mejora y el crecimiento interno.

“En general, los adolescentes no responden fácilmente a estrategias extrínsecas, eficaces en edades anteriores. Su narcisismo les sitúa en una situación de protagonistas de su vida de forma extremadamente teatral.” (Gustems y Calderón; 2006: 5).

Las estrategias extrínsecas permiten el aprendizaje del entorno, pero en el caso de los adolescentes no es totalmente cierto, como dice en la cita anterior, ellos están encerrados en su narcisismo, puesto que en esa edad buscan crecimiento personal.

### 1.5.3 ¿Qué es lo que motiva en la actualidad a los adolescentes?

González (2018) sitúa la motivación de los jóvenes de acuerdo con el contexto de México y las necesidades actuales en ese contexto.

“La creciente desatención y abandono parental han generado otro fenómeno social: el deseo de fama para ser vistos y reconocidos por los demás. Así hemos presenciado el nacimiento de muchos *youtubers*, de jóvenes y adolescentes que suben videos a redes sociales para obtener un *like* o un comentario que pueda reforzar su acción, sin importar lo correcto o incorrecto del material que se sube.” (González; 2018: s/p).

Para González (2018), el abandono de los padres o tutores provoca ese fenómeno social actual, de destacar en las redes sociales de cualquier manera, mientras traiga reconocimiento a su persona y sin importar el tipo de material que se suba.

## **CAPÍTULO 2**

### **TECNOLOGÍA-REDES SOCIALES**

En el presente capítulo se abordarán los temas de redes sociales y tecnología, ofreciendo definiciones de dichos términos, así como de internet. Adicionalmente, se describirá la historia de internet y de las redes sociales, describiendo en este último asunto cuáles son las más populares en el mundo actual. Finalmente, se explicarán los efectos de las redes sociales y, de manera particular, se hará con la red llamada Facebook.

#### **2.1 Definición de redes sociales.**

“Las redes sociales no deben entenderse como simples herramientas tecnológicas para el intercambio de mensajes, si en algún momento de su corta historia lo fueron, sino como auténticos medios para la comunicación, la interacción y la participación global.” (García y cols.; 2014: 36).

Las redes sociales son medios de comunicación modernos, que permiten la interacción de los seres humanos alrededor del mundo; ya no son simplemente para enviar mensajes textuales, actualmente ya se pueden hacer compras por internet, compartir fotografías, videos e incluso se pueden realizar estudios y trabajos solo por internet.



Las personas alrededor del mundo comienzan a ganar dinero mediante las redes sociales creando contenido para entretenimiento, educación o simplemente para informar. Estos aspectos son los que confirman que las redes sociales sirven para más aspectos que solo para enviar mensajes.

## **2.2 Definición de tecnología**

“La tecnología es un saber hacer con el que se trata de ordenar el mundo, habitualmente apuntalado en el conocimiento verificado, es un saber experto basado en el conocimiento científico o en el propio dominio de la tecnología que se ocupa de investigar, diseñar artefactos y planear su realización, operación y mantenimiento, apoyado siempre en el saber de una o más ciencias. Como conocimiento posee, en principio, información probada y suficiente que permite sustentar y dar razón del cómo y porqué se ha de proceder para someter los procesos a la ley del hombre, aun cuando existan saberes y procederes tecnológicos para los cuales no se tengan explicaciones o sustentos de orden científico.” (García y cols.; 2010: 14).

Esta definición de tecnología es global, ya que abarca todos los aspectos en los que la tecnología aporta, no define a la tecnología exclusivamente como una serie de aparatos o de inventos; más que eso, es una herramienta que el ser humano utiliza para comprender y mejorar su mundo, de alguna manera, facilita la vida del ser humano porque la tecnología es una aportación científica.

Las redes sociales se desprenden de la tecnología y van en la misma línea, para tener redes sociales se necesita de tecnología, pues dichas redes son una de las herramientas derivadas de los avances en la aplicación de la ciencia.

### **2.3 Definición de internet**

“Internet es un conjunto de servicios que tienen que ver con las funciones de información, comunicación e interacción. Algunos de los servicios disponibles en Internet son el suministro y acceso a la información (web o www), el acceso remoto a otras computadoras (Telnet), la transferencia de archivos (FTP).” (Luna y cols.; 2016: 1).

La anterior definición de internet tiene un enfoque tecnológico y hace alusión a los servicios, la información y formas de comunicación que dicha red ofrece. La definición nos habla de que en internet se tiene acceso a la información que ahí está disponible, se pueden acceder a computadores y hacer transferencias de archivos. Esta definición nos demuestra que el internet es una herramienta muy útil y que forma parte del día a día de la sociedad actual. Internet empezó como una herramienta necesaria pero ahora también es una gran forma de entretenimiento.

La anterior definición de internet es fácil de entender y es de utilidad, pero se considera que hace falta una definición más filosófica, social y cultural, por lo que a continuación, se presenta la siguiente definición:

“Internet no es sólo una innovación tecnológica; es un nuevo tipo de innovación que saca a relucir la verdadera esencia de la tecnología.

Hoy se acepta que Internet es una masa gigantesca y demasiado dinámica como para imaginar que satisfaga alguna necesidad en especial. “Cada nuevo uso que se le confiere nos depara sorpresas. Si la esencia de la tecnología es hacer todo accesible y mejorable, entonces Internet es el dispositivo tecnológico perfecto: la culminación de aquella tendencia a flexibilizarlo todo hasta el límite, materializada en la digitalización e interconexión de toda realidad posible.” (Dreyfus; 2013: 16).

Dreyfus (2013) considera que el internet es el avance tecnológico completo, la verdadera esencia de la tecnología, porque el internet hace que todo se mas fácil y accesible para el ser humano. Permite que el ser humano esté siempre en conexión con las demás personas. Esto hace a internet el aparato o el avance tecnológico perfecto. Pero como se verá más adelante, el ser humano utiliza algunas veces las herramientas tecnológicas de una manera que resulta riesgosa, no en todos los casos, pero actualmente se presenta.

La evolución que ha tenido internet en tan pocos años es sorprendente, pues actualmente es muy diferente a como se inició: como una herramienta de comunicación, pero actualmente es mucho más que eso.

## **2.4 Historia y desarrollo del Internet.**

El origen de internet se remonta al año 1969, cuando el ejército de los Estados Unidos de América lo creó como una herramienta de defensa ante un ataque de algún enemigo, como se puede ver actualmente, la funcionalidad de internet ha cambiado (Rubio; 2006).

Esta herramienta comenzó con un proyecto llamado: ARPANET (Advanced Research Project Agency Net), proyecto del ejército de los Estados Unidos y su gobierno.

“Se trataba de una red en la que los ordenadores conectados a ella, disponían de diversas rutas por las que alternar las comunicaciones, con el fin de continuar funcionando, aunque alguno de ellos fuese destruido como consecuencia de algún ataque.” (Rubio; 2006: 1).

Desde esa época, se ha mantenido la esencia central de internet: es una red de computadoras que se mantienen conectadas, aunque actualmente ya se conectan otros dispositivos; actualmente, casi todos los aparatos electrónicos están intercomunicados por internet.

En los años setenta, ARPANET dejó de ser solo militar, ya que empresas e instituciones educativas comenzaron a utilizarlo también, asimismo, surgieron más herramientas que eran parecidas a ARPANET alrededor del mundo. Aunque hay que

mencionar que esas tecnologías similares no se podían comunicar entre sí, porque utilizaban datos e información distinta (Rubio; 2006).

Esto claramente fue cambiando, ya que, a partir del año 1974, Vinton Cerf y Bob Kahn publicaron el Protocolo para Intercomunicación de Redes por paquetes, en esa publicación se publicaron los métodos y características del nuevo protocolo.

Este nuevo protocolo era: TCP/IP (Transfer Control Protocol/Internet Protocol) el cual fue desarrollado por completo en el año de 1982. Con este nuevo formulismo se logró concebir que las computadoras tuvieran el mismo lenguaje y, por lo tanto, los diferentes tipos de computadoras podían estar conectadas entre sí por medio de una sola red a la cual se le denominó internet (Rubio; 2006).

Durante los años de 1980, la red logró expandirse alrededor del mundo y con gran alcance, gracias a la conexión de una gran cantidad de computadoras; fue en esos momentos cuando surgió el Sistema de Denominación de Dominios (DNS, Domain Name System) (Rubio; 2006).

Todo esto fue un gran avance, pero a pesar de ello, internet era considerado un medio de comunicación limitado, porque estaba restringido a ciertas áreas importantes, como la educación.

Esta situación continuó hasta el año de 1989, cuando el Laboratorio Europeo de Física de Partículas (CERN) comenzó a desarrollar un tipo de especificación para

facilitar el acceso a la información de su base de datos. A esto se le llamó Protocolo de Transferencia de Hipertexto (HTTP). Esta herramienta permitía acceder a documentos que tenían enlaces con otros documentos, de esta manera, era mucho más sencillo localizar y acceder a la información. Gracias al desarrollo de este protocolo, se logró promover posteriormente la aparición de la World Wide Web (WWW) (Rubio; 2006).

Todo este contexto de tecnología y desarrollo permitió que la WWW se convirtiera en una herramienta más accesible y fácil de usar; también durante estas fechas (1993) apareció el navegador Mosaic, el cual fue desarrollado por Marc Andersen.

Posteriormente, en el año de 1995, el internet tuvo su gran auge de manera comercial, a partir de ese momento, comenzaron a aumentar en gran medida servicios operando en internet, todos estos avances dieron un nuevo concepto llamado: internet 2, a partir del año 1998. El vicepresidente de los Estados Unidos durante ese tiempo, Al Gore, anuncio este gran avance revolucionario al que llamo: “más importante que la invención de la imprenta” (Rubio; 2006: 1).

Emprendedores de todo el mundo conocieron el potencial de internet y comenzaron a realizar negocios en la red, aunque algunos no obtuvieron los resultados que esperaban.

Finalmente, en el año 2000 ya había más de 300 millones de personas conectadas a internet (Rubio; 2006).

## **2.5 Historia y desarrollo de las redes sociales de internet**

La historia de las redes sociales de internet se remota a mucho tiempo atrás (Ros-Martín; 2009).

“La idea inicial de las plataformas de redes sociales en internet parte de la teoría de los seis grados de separación. Esta teoría fue expuesta de forma intuitiva en 1929 por el escritor Frigyes Karinthy en un relato corto denominado Cadenas.” (Ros-Martín; 2009: 552)

Según la teoría Frigyes, a quien Ros-Martín hace referencia, una persona va aumentando el número de personas conocidas gracias a que la persona sigue un número de enlaces que forman parte de una cadena, a la cual se le denomina relaciones humanas. De esta manera, una persona solo necesita un reducido número de enlaces para conectarse con cualquier persona en una población.

En la historia se ha tratado de comprobar esta teoría de una manera científica en varias ocasiones, una de ellas y muy importante es una realizada en el año de 1967 por el sociólogo de la Universidad de Harvard, Stanley Milgram. El experimento de Milgram consistió en enviar cartas; varias personas dispersas por el país (Estados Unidos) en los estados de Omaha, Nebraska, Wichita y Kansas enviarían una carta a

un compañero que residiera en la ciudad de Boston, pero había una condición que los individuos participantes debían cumplir: que tenían que conocer personalmente a las personas a las que les enviaran las cartas (Ross-Martín; 2009).

Y había un objetivo importante: que las cartas llegaran al lugar asignado lo más rápido posible.

Cuando las cartas comenzaron a llegar al lugar asignado Milgram, trazó el recorrido de estas y también a las redes de contactos.

Así se llegó a la siguiente conclusión: “en promedio, eran necesarios seis pasos para interconectar cualquier persona dentro de Estados Unidos.” (Ros-Martín; 2009: 552).

Milgram no pudo demostrar la teoría matemáticamente, pero a partir de ese experimento se han originado varios conceptos como el “Six degrees: the science of a connected age”, del sociólogo y profesor de Columbia Duncan Watts. Él realizó su experimento durante el año 2001 cuando intentó repetir lo que Milgram había estudiado, aunque con una variante: el envío de correo electrónico.

Watts envió un correo electrónico a sus contactos en el que les pedía que reenviaran ese correo a sus propios contactos para observar y comprobar cuánto tardaba el correo electrónico en volver a su emisor original. Para el final, el mensaje había sido enviado a 48,000 personas de 157 países (Ross-Martín; 2009). “Lo que



llevó al investigador a aventurar que la media de intermediarios entre dos personas cualesquiera a escala mundial era de seis.” (Ros-Martín; 2009: 553, citando a Raghavan).

### **2.5.1 El capital social**

“Los modelos jerárquicos de las redes sociales son asumidos por Watts, Dodds y Newman (2002), que consideran que los individuos pertenecen a grupos que a su vez se encuentran embebidos por grupos jerárquicos más grandes. De esta forma, se define grupo como una colección de individuos que se encuentran unidos por una serie de características sociales asociadas.” (Ros-Martín; 2009: 553).

Watts y cols. (2002) consideran que los grupos sociales se organizan por jerarquías. Si una persona pertenece a un grupo, su grupo pertenece a su vez a un grupo más grande, así, se llega a la conclusión de que los grupos están ordenados por jerarquías. Un ejemplo es que una serie de personas pertenecen a un grupo de una carrera, a su vez esta carrera pertenece a una universidad y esa universidad pertenece a un sistema educativo, esto son jerarquías.

Por último, se afirma que los grupos se conforman una serie de personas con características similares-sociales. Esto no significa que una persona no pueda estar en varios grupos, los cuales tengan características distintas y que no necesariamente estén relacionados entre sí, esto es totalmente posible y lleva a la consideración del capital social.

Ros-Martín (2009: 553) define al capital social como: “El conjunto de recursos que tiene una persona gracias a las relaciones que mantiene con otras”.

El capital puede ser tanto real como virtual, esto dependiendo de los ámbitos en los que la persona se desarrolle; el capital social también permite al individuo obtener beneficios o recursos de los miembros de las redes sociales a las que pertenece, tales como relaciones interpersonales, información o también la capacidad de realizar acciones en conjunto con otras personas.

Continuando con el capital social, se distinguen dos tipos: el primero es el constituido por vínculos débiles, en este las personas intercambian información, pero sin contenido emocional, el otro es el capital social, en donde sí hay intercambio de información con contenido emocional (Ross-Martín: 2009).

Hay un debate sobre si las redes sociales aumentan o disminuyen el capital social de las personas que son usuarios de ellas. Nie (citado por Ross-Martín; 2009) argumentaba que las redes sociales de internet disminuían el contacto físico entre las personas y que eso disminuía su capital social. La idea contraria a esto es que las redes sociales no reducen el capital social, al contrario, las redes sociales permiten a sus usuarios interactuar más con su comunidad y lograr un desarrollo personal.

Según Ros-Martín (2009), hay investigaciones recientes que insisten en que es importante crear relaciones personales en internet, a pesar de que puede tratarse

de un capital social débil, este puede llegar a fortalecerse mediante el intercambio de fotografías, videos y otras herramientas.

Se ha llegado a suponer que las redes sociales permiten desarrollar un nuevo tipo de capital social, porque aumentan la unión de estas relaciones, ya que las hacen más duraderas, aunque el contacto físico sea muy poco o nulo.

### **2.5.2 Historia de las redes sociales en internet**

La aparición de las redes sociales se puede establecer en el año de 1997 (Ros-Martín; 2009), con la creación de la web SixDegrees.com, en este sitio se podían crear perfiles con listas de amigos y también se podían enviar y recibir mensajes. Desde el año de 1998, terceros podían navegar en la lista de amigos de alguien, una gran novedad en ese tiempo.

Por problemas económicos, este sitio web fue disminuyendo y durante la crisis bursátil tecnológica, a principios del siglo XXI, tuvo que ser cerrado.

Entre los años de 1997 y 2001, varios sitios web comenzaron a trabajar en la posibilidad de crear perfiles y listas de amigos. Algunos de ellos fueron AsianAve (1997), BlackPlanet (1999) y MiGente (2000), los cuales permitían a los usuarios crear perfiles personales, también profesionales y de contacto. Estas redes también permitían agregar amigos sin necesariamente tener la aprobación del contacto agregado (Ross- Martín; 2009).

Otros sitios web como CyWorld (2001) o LunarStorm (2000) comenzaron a trabajar en funciones como listas de amigos, listas de libros y que los usuarios pudieran agregar páginas personales.

Posteriormente, surgieron sitios como Ryze.com (2001), Tribe.net (2003), LinkedIn (2003) y Friendster (2002), que inicialmente comenzaron a trabajar juntos apoyándose sin competir unos con otros; posteriormente, su desarrollo fue diferente. Por una parte, Ryze.com tuvo una buena evolución porque repercutió en medios de comunicación impresos en los Estados Unidos. Tribe.net se desarrolló en el ámbito de los negocios y en la actualidad se encuentra atravesando dificultades, porque pasó a ser un servicio de pago. LinkedIn logro mayor difusión y popularidad de los tres sitios, convirtiéndose en una referencia de las redes sociales profesionales a nivel mundial, por la disponibilidad en varios idiomas que posee (Ross-Martín; 2009).

Por último, Friendster sufrió abandono masivo por parte de sus usuarios, a causa de las decisiones de los responsables del sitio. En un principio, este sitio tenía mucho éxito, llegando a alcanzar una gran cantidad de usuarios para la época, más específicamente 300,000 usuarios inscritos. Pero lamentablemente, con la popularidad llegaron dificultades tanto técnicas como sociales. En el área técnica, Friendster no contaba con un alojamiento lo suficientemente fuerte como para mantener la información de todos los usuarios y los que se iban sumando. Posteriormente, el sitio tuvo mucha difusión en los medios de comunicación tradicionales, lo que rompió las bases sociales ya creadas en la red, porque se sumaron usuarios con características distintas de las redes que, como se dijo antes,

ya habían estado creadas y establecidas; a esto se le sumó las series de nuevas medidas que los responsables del sitio crearon, estas medidas restringían el uso de la red social, provocando que los usuarios fueran abandonando el sitio (Ross-Martín; 2009).

Otro factor es que al usuario no se le permitía visualizar perfiles que se encontraran a una distancia lejana y esto afectó porque los usuarios querían ampliar sus círculos sociales, comenzando a agregar a personas desconocidas. (Ross-Martín; 2009).

Finalmente, los usuarios tenían mucho interés en los perfiles de celebridades y personas famosas, la red social tenía esta opción, pero también se provocó que se creara una gran cantidad de perfiles falsos. Por lo tanto, el sitio tomo la decisión de cerrar estos, esto hizo creer a los usuarios que la red social no compartía sus mismos intereses, porque borraban los perfiles de las personas famosas a las que seguían, cuando en realidad se borraban los perfiles falsos. Aun así, eso provocó que los miembros buscarán otros sitios y abandonaron Friendster.

### **2.5.3 Las redes sociales actualmente**

Es inevitable mencionar que las redes sociales son una parte ya crucial en la vida de los seres humanos, sobre todo en los adolescentes.

“Con la explosión de la Web 2.0, los sitios web dedicados a compartir contenidos multimedia comenzaron a implementar funciones de las redes sociales. Dentro de este tipo podrían incluirse servicios como Flickr (intercambio de fotos), Last.FM (hábitos de escucha de música) o YouTube (intercambio de vídeos).” (Ros-Martín, 2009: 556).

Las redes sociales comenzaron a evolucionar y a tener nuevas funciones, aparte de los perfiles y listas de amigos; empezaron a intercambiarse en las redes sociales fotografías, música y videos, haciéndolas no solo más útiles, sino también más interactivas.

Se descubrió que al lanzar este tipo de redes sociales se podrían obtener resultados imprevisibles por parte del público al que se orienta el producto, ya que este les daba un uso distinto al que los responsables de las redes sociales en un inicio les habían dado, a veces reemplazando una red social por otra que ya no satisfacía a los usuarios. Un ejemplo de esto es la página My Space, que en el año 2003 comenzó a tener gran popularidad gracias a bandas de música *indie*, ya que los usuarios la comenzaron a usar como remplazo de Friendster, de la que ya se habló anteriormente (Ross-Martín; 2009).

My Space tuvo un auge de mucha popularidad en parte gracias a lo anteriormente mencionado, porque permitía personalizar páginas personales y muchos usuarios lo hacían para formar comunidades de sus bandas favoritas o artista favorito.

Durante 2004, My Space tuvo un gran avance en su popularidad, porque jóvenes y adolescentes comenzaron a unirse al sitio. My Space en su política permitió en su política la incorporación de menores de edad y eso aumentó el número de usuarios y, en consecuencia, su popularidad.

Cuando los medios de comunicación comenzaron a interesarse por My Space y comenzaron a difundir el sitio, su crecimiento y éxito fue masivo. El éxito fue tan grande que, en 2005, My Space fue adquirida por News Corporation.

Finalmente, Facebook fue creado en el año de 2004, en la Universidad de Harvard; en un principio se utilizó solo para uso privado de la universidad, pudiendo acceder solamente si se contaba con un correo electrónico de la institución (Ross-Martín; 2009).

Posteriormente, se empezó a expandir hacia otros centros universitarios, empresas y finalmente, ya en 2006, para cualquier persona con una cuenta de correo electrónico.

“Es en la actualidad, es el portal más representativo y usado a nivel mundial donde se pueden tejer redes sociales. Dentro de Facebook, podemos subir imágenes, videos, crear grupos, utilizar sus diversas aplicaciones, entre otros aspectos más que hacen de esta plataforma, la más exitosa.” (Flores y cols.; 2009: 5).

Facebook en la actualidad es la principal de las redes sociales, técnicamente se puede compartir de todo y eso la hace exitosa. Creció a pasos agigantados, ya que tan solo en febrero de 2009 ya contaba con más de 200 millones de usuarios en todo el mundo (Flores y cols.; 2009).

Para enero de 2018, Facebook ya contaba con más de 2,000 millones de usuarios en todo en el mundo, lo que la convierte en la red social más usada en todo el planeta (Facchinn; 2018).

A parte de Facebook, existen otras 4 redes sociales que son las más usadas y populares actualmente en todo el mundo.

La segunda red social más usada es Twitter, con 328 millones de usuarios, Twitter no está creciendo al ritmo que se esperaba en un principio. La red social ha evolucionado para tratar de aumentar sus usuarios.

Instagram es una red social reciente, que está creciendo a pasos agigantados, siendo actualmente de las más populares alrededor del globo.

Otra red social muy usada es YouTube, en ella los usuarios pueden ver y compartir videos, además, es el segundo buscador más popular del mundo en internet después de Google (Facchin; 2018).



Por último, Snapchat es una red social muy reciente, que creció y se popularizó rápidamente; aunque ha perdido popularidad en Latinoamérica, en Estados Unidos es de las más populares y usadas.

Como se pudo ver en este apartado, las redes sociales no son un fenómeno tan nuevo, pero evoluciona constantemente para adaptarse a las nuevas tendencias que surgen en internet.

## **2.6 El atractivo de las redes sociales.**

¿Qué tienen las redes sociales? ¿Qué provoca que cada vez más jóvenes quieran documentar sus vidas a través de ellas? Chóliz y Marco ofrecen una explicación a continuación:

“En la actualidad las redes sociales son la herramienta de internet más utilizada por jóvenes y adolescentes. La posibilidad de establecer contacto con grupos numerosos de personas y de ampliar el círculo (cada vez mayor) de gente con la que comunicarse, compartir experiencias e información o simplemente, saber algo de ellos, es lo que ha hecho que esta herramienta haya mostrado un auge espectacular en pocos años.” (Chóliz y Marco; 2012: 31).

Como se planteó anteriormente, las redes sociales llevan más tiempo en la sociedad de lo que se piensa, aunque aun así sigue siendo un lapso relativamente corto. Es increíble el auge que ha tenido sobre todo en los últimos años. ¿Quién conoce alguien que no tiene alguna red social? Probablemente muy pocas personas

y es por, como explica la cita, por la gran cantidad de información que se comparte a través de ellas, la comunicación que permite y la oportunidad de experimentar y compartir experiencias nuevas de manera constante, pues to que las redes sociales están en constante actualización.

Hay una dinámica constante entre las redes sociales y sus cambios hacen de las redes sociales una realidad que está en constante cambio (Chóliz y Marco; 2012). ¿Y que hace que las redes sociales sean tan atractivas? Ya se dijo que su dinámica cambiante es un factor, ¿cuáles son los demás?

“El atractivo de las redes sociales es la interactividad. El internauta deja ser un mero receptor o buscador de información, para convertirse en un agente activo en el proceso de comunicación.” (Chóliz y Marco; 2012: 32).

Las redes sociales convierten al usuario en un agente activo, que puede interactuar con otras personas y agregar su propio contenido a las redes sociales, teniendo una cuenta contenido como fotografías, videos o simplemente contenidos de escritura.

Chóliz y Marco (2012) describen algunas funciones que resultan atractivas para los usuarios de las redes sociales, las cuales se describen a continuación:

- Permite la búsqueda de personas: Es una función interesante para los usuarios porque permite contactar con personas conocidas o conocer gente

nueva, con la que se tienen intereses en común o de alguna manera se comparte algo. Las redes sociales cuentan con algoritmos que provocan que se interactúe con personas que tengan intereses parecidos a los propios.

- **Agregar personas:** Las redes sociales permiten agregar a las personas deseadas, a las cuales se puede seguir para tener un contacto y eso provoca que se esté pendiente de las actividades que realizan los individuos de los cuales se tiene un interés.
- **Creación de grupos:** Las redes sociales tienen la opción de crear grupos con los cuales se comparta algún tema de interés, se pueden crear de manera sencilla y permiten cruzar una gran cantidad de información. Además, tiene una ventaja para los usuarios, ya que los hace pertenecientes a un grupo.
- **Muro, perfil, biografía o página:** Las redes sociales tienen esta opción de crear muros en los cuales se puede poner todo tipo de información personal escrita, con fotografías, imágenes o videos. Esta información se puede compartir con las personas que se deseen y representa un gran atractivo para los adolescentes, lo cual provoca que utilicen más las redes sociales.

Como se puede apreciar, las redes sociales tienen varios atractivos que las hacen muy interesantes para los adolescentes. Además de ser atractivas, porque permiten expresión, como se ha estado exponiendo, también tienen otras ventajas, como se describe a continuación:

“La utilización de herramientas se ha contemplado como una característica central del ser humano. De hecho, se apela a sus usos como un factor crucial que ha servido para estimular la evolución y el desarrollo de nuestra especie. Ese uso de distintas herramientas nos ha proporcionado un mayor dominio y una mayor capacidad para modificar el mundo circundante, y esos cambios a su vez han terminado por afectarnos a nosotros mismos.” (Jiménez y Farré; 2015: 13).

Como se expresó anteriormente, las redes sociales, la tecnología e internet son herramientas que ya son cruciales e indispensables en la sociedad actual. Por lo tanto, sirven para modificar el entorno y permiten el desarrollo de las capacidades del ser humano si se utilizan de manera adecuada.

## **2.7 Efectos de las redes sociales en las personas.**

Echeburúa y cols. (2009) ofrecen un término llamado Nuevas Tecnologías, en él engloban todas las tecnologías actuales, como la televisión, las computadoras o los teléfonos celulares, entre otros dispositivos.

“Las NT consisten en una variada gama de instrumentos, herramientas, canales y soportes dedicados esencialmente al uso, manejo, presentación, comunicación, almacenamiento y recuperación de información, tanto analógica como digital.” (Echeburúa y cols.; 2009: 45).

La descripción anterior es perfecta para describir a las redes sociales, involucran las características anteriores de manera digital y, como se planteó anteriormente, es una herramienta que tiene efectos sobre los usuarios.

Echeburúa y cols. (2009) describen los siguientes efectos o características de las nuevas tecnologías sobre las personas:

- Exigen demasiada atención y mucho tiempo de dedicación de manera exclusiva.
- Las personas dedican un tiempo, ya sea corto o largo, pero de manera diaria, a las nuevas tecnologías.
- Actualmente se encuentran en la mayoría de las casas.
- Algunas tecnologías, como el celular, están todo el día con la mayoría de las personas.
- Ayudan a aumentar la eficacia en el trabajo, por ser una herramienta de intercambio de información.
- Favorecen la comunicación.
- Posibilitan un conocimiento mejorado del entorno.
- Posibilitan el conocimiento de entornos y ambientes alejados.
- La información se mantiene actualizada.
- Son una fuente actualizada de entretenimiento.

Los efectos que proponen estos autores no son necesariamente negativos, al contrario, porque satisfacen necesidades que anteriormente no se cubrían, como las

descritas anteriormente, y se pueden ver como elementos que ayudan a los usuarios en su vida diaria.

Hay efectos positivos de las nuevas tecnologías, internet, redes sociales y dispositivos electrónicos, pero también puede tener efectos negativos.

Así Jiménez y Farré describen que “Internet hace que cada vez sea más frecuente un fenómeno progresivo aislamiento social.” (2015: 30).

Internet, entre más crece, llega a más personas y para estos autores, eso provoca un aislamiento social, ya que las personas se empiezan a comunicar más a través de la tecnología y menos de manera física. Estos cambios tan rápidos en la tecnología dificultan la adaptación social. Hubo cientos de años para adaptarse a la imprenta antes de que apareciera, pero para adaptarse a las computadoras, bastaron 50 años; adaptarse a aplicaciones como WhatsApp solo se tuvieron 5 años (Jiménez y Farré; 2015).

Para una persona que no nació en el apogeo o inicio de las tecnologías, no resulta entendible por qué las nuevas generaciones socializan tanto tiempo por medio de aparatos, en cambio, para las nuevas generaciones ya es normal tener la mayoría de la convivencia por medio de las redes sociales. La interacción por las redes sociales es cada vez mayor y es un efecto que la sociedad en general está experimentando.

## **2.8 Dependencia a las redes sociales.**

Echeburúa y cols. (2009) describen ciertas características que los jóvenes dependientes a internet presentan, las cuales tomaron a partir de un estudio de la Asociación Protégelos para el Defensor del Menor: “Seguridad infantil y costumbres de los menores en Internet”, realizado en 2002. Este estudio se realizó en menores con edades de entre 10 y 17 años. Del estudio se obtuvieron las siguientes conclusiones importantes para establecer una dependencia a internet:

- Hay una necesidad de conectarse con frecuencia a internet.
- Conectarse a internet durante tiempo elevado (En el estudio se arrojó que el 91% de los menores se conectaban más de 10 horas por semana).
- Están presentes búsqueda de sensaciones, no es solo por buscar información.

“En esta misma dirección, el Informe del Defensor del Menor de la Comunidad de Madrid (2006) señalaba que el trastorno de adicción a Internet, como en todas las adicciones, comienza cuando la persona deja de hacer su vida normal por hacer una utilización desmedida de la Red y deja con ello de atender a sus responsabilidades.” (Echeburúa y cols.; 2009: 49)

Para estos autores, las anteriores características representan signos de alarma para la dependencia de internet, aunque, como se ha dicho antes, las

motivaciones en las personas varían: algunos usuarios pueden tener motivaciones parecidas, pero otros no. En todo caso, las características de los jóvenes dependientes a internet resultan ser las mismas.

Jiménez y Farré (2015) señalan algunas características para detectar una posible sumisión a internet, nuevas tecnologías o redes sociales:

- El individuo se conecta a internet al momento de llegar a casa.
- Al levantarse por la mañana, lo primero que hace es conectarse a internet y es lo último que hace antes de dormir.
- Reduce el tiempo de sus otras actividades para dedicarles más tiempo a las redes sociales.

“La dependencia a las redes sociales se instalaría si se produce un uso excesivo asociado a una pérdida de control, si aparecen síntomas de abstinencia (ansiedad, depresión, irritabilidad) ante la posibilidad temporal de acceder a la red, si se establece una tolerancia (necesidad creciente de más tiempo de conexión) y si se observan repercusiones negativas en la vida cotidiana.” (Jiménez y Farré; 2015: 55).

El tiempo que se dedica a internet es un signo importante de sumisión hacia él, pero, más que eso, son los síntomas expresados en el párrafo anterior y sus repercusiones en la vida cotidiana.



Las consecuencias pueden ser escolares, laborales y pueden alterar las relaciones interpersonales del sujeto, por el tiempo dedicado a internet. Las personas más vulnerables a estos riesgos son las que son poco responsables, con una estabilidad emocional débil o muy extrovertidas.

Complementado lo anterior Chóliz y Marco aseguran: “La población de mayor riesgo son los adolescentes, debido a que tienen en las redes sociales los mejores recursos para ampliar sus relaciones interpersonales y resolver (o complicar) sus relaciones afectivas.” (2012: 35).

Así, para concluir, los adolescentes y jóvenes son más propensos a caer en dependencia por el internet y las redes sociales, porque estas representan para ellos un recurso no solo por la comunicación, sino también por la facilidad con la que pueden formar relaciones con otros adolescentes. Como ya se analizó anteriormente, con las investigaciones de Echeburúa y colaboradores (2009), son los menores de edad los que más tiempo dedican a internet, al que no solo emplean como un medio de información, sino como un recurso para explorar sensaciones.

## **2.9 Facebook, la red social más popular.**

Facebook es, como ya se planteó anteriormente, la red social más popular en todo el mundo, su apogeo en los últimos años ha sido enorme. Este crecimiento ha sido tan grande que, en los últimos años, ha adquirido otras redes sociales tan importantes como Instagram y WhatsApp (Pascual, citado por García y cols.; 2014).

Es por eso que se explorará más a fondo lo que es Facebook, por ser la red más popular en el mundo y, por lo tanto, es donde surge la mayoría de los retos y videos virales.

“Son cada vez menos los renuentes a tenerlo. Las personas que reniegan de Facebook son cada vez menos porque usualmente pertenecen a generaciones pasadas. En las primarias y secundarias, los alumnos observan con absoluta naturalidad tener una cuenta de Facebook y usarla.” (Alí; 2015: 20).

Como explican estos autores, Facebook se expande cada vez más, sobre todo entre los más jóvenes. Los niños desde edad primaria comienzan a tener su cuenta de Facebook y la comienzan a usar de manera frecuente; para las nuevas generaciones es algo ya normalizado el convivir y formar relaciones con otras personas por medio de Facebook.

Que esta aplicación sea tan popular hoy un día, la hace parte de la sociedad actual y, por lo tanto, trae consigo algunas consecuencias en la vida cotidiana.

### **2.9.1 Consecuencias de Facebook en la vida cotidiana.**

Anteriormente se planteó que las redes sociales traen consecuencias tanto negativas como positivas a los usuarios y Facebook no es la excepción.

Alí (2015) explica que Facebook ayuda a enriquecer a la sociedad actual, potencia y divulga el conocimiento y hace interesante la búsqueda de información.

Todo esto lo logra mediante las páginas que se crean en Facebook, hay de medicina, psicología, derecho, astronomía y demás variedad de temas. Así, mediante esta página, los usuarios pueden buscar información e interactuar con otros con gustos e intereses similares.

Facebook también ayuda a crear vínculos virtuales, lo que después refuerza los reales, porque permite la comunicación a toda hora.

Pero, a pesar de estas ventajas, Facebook también trae algunas desventajas. Facebook provoca una falta de control de impulsos relacionados con los “me gusta”.

Alí (2015) presenta una investigación hecha por Wilcox y Stephen en el año 2013, en la Universidad de Pittsburgh, el estudio se realizó con 100 usuarios de Facebook mediante cinco pruebas y concluyeron que quienes usan Facebook por más tiempo, son personas que tienen más probabilidades de gastar su dinero, subir de peso y comer comida muy poco sana.

“Como con secuencia del estado alterado de la conciencia, provocado por los ‘me gusta’ que aparecen en sus publicaciones, pierden las riendas sobre su vida y el control sobre sus impulsos.” (Alí; 2015: 108).

Esta situación provoca que los usuarios olviden sus hábitos alimenticios sanos y busquen consumir comida chatarra, a lo que se denomina una “embriaguez momentánea”. Es lógico pensar que una persona que le dedica mucho tiempo a

Facebook busca alimentarse con comidas que no sean tardadas ni difíciles de preparar, para no distraerse de estar en esta red social, ya sea en el celular o una computadora; esto lleva a los usuarios a consumir comida poco sana como galletas, frituras, helados y otras comidas fáciles de adquirir y de preparar.

Facebook también afecta el control de impulsos en otros aspectos: “La red afecta al control de impulsos volviendo al cibernauta más defensivo ante los comentarios discrepantes con sus expectativas; esto se debe a que el usuario valora sus publicaciones, fotografías, videos o noticias, como si fueran sus pertenencias, y las críticas hacia ellas, como si se tratara de un daño a su patrimonio.” (Alí; 2015: 108).

Resulta importante para los usuarios recibir “likes” y comentarios favorables, porque toman esas acciones como críticas o aprobación hacia su persona, es una nueva manera de recibir la aprobación social de parte de las personas a los que ellos quieren agradar. También es importante porque, con una fotografía, pueden recibir halagos por su aspecto físico, en publicaciones, por su capacidad de escribir, y en los videos pueden recibir la aprobación por algo que saben hacer como un talento, o si son graciosos, si saben realizar alguna acrobacia, entre otras situaciones.

El efecto contrario, si reciben rechazo, es la frustración. Si reciben críticas o si alguien piensa diferente a ellos se da la frustración y la necesidad de aprobación, situación que pone a los usuarios a la defensiva (Alí; 2015).

“Estos estados de molestia, agresividad y frustración detonan posteriormente en la producción de ideas que se sintetizan en el pensamiento de ‘no ser comprendido por el entorno’, fenómeno que promueve el entristecimiento, lo que a su vez impulsa el deseo de nutrirse con nuevos ‘me gusta’ para elevar el estado de ánimo”. (Alí; 2015: 108).

Así, las personas que usan Facebook comienzan a tener una vida más pública animada cuando empiezan a recibir atención (más “likes”, más comentarios), pero lo curioso es que también cuando comienzan a tener rechazo también tratan de obtener esa atención. El rechazo los anima a tratar de conseguir la aprobación, los “likes”, así que esos usuarios realizan nuevas actividades para obtenerlos.

De esta manera, Facebook mantiene activos a sus usuarios, porque la mayoría tratan de obtener reconocimiento por medio de diferentes maneras, publicando memes, realizando retos, publicando fotografías, entre otras. Cada persona trata de obtener la aprobación de acuerdo con sus motivaciones.

## **CAPÍTULO 3**

### **METODOLOGÍA, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

En el capítulo presente se tiene el propósito de describir el plan metodológico de la investigación, así la manera en que se recolectaron y procesaron los datos de campo.

#### **3.1 Descripción metodológica**

Toda investigación científica requiere llevar un proceso metodológico, para que tenga sentido y el autor sepa hacia dónde ir. Es por eso que en este capítulo se explicará cual fue el enfoque que se toma para la investigación y él porque del mismo. También se explicará cual fue el diseño, el tipo y el alcance del estudio.

Para llevar a cabo esta investigación también se necesitó de instrumentos y técnicas, las cuales permitieron que se seleccionara y se registrara la información necesaria sobre el sujeto estudiado.

Finalmente, se hablará del estudio de caso que llevó a realizar esta investigación científica.

Por último, se analizarán los resultados obtenidos, así como también se realizará su respectiva interpretación.

### **3.1.1 Enfoque cualitativo.**

La investigación cualitativa elude la cuantificación, en cambio, se hacen registros narrativos de los fenómenos estudiados, utilizando principalmente la observación y la entrevista semiestructurada. La investigación cualitativa determina la naturaleza profunda de las realidades, su estructura dinámica y su régimen de relaciones (Pita y Pértega; 2002).

“La investigación cualitativa busca estudiar de manera científica los imaginarios, las representaciones, las culturas y subculturas humanas. En una palabra, todo aquello que guarda relación con el universo social y el mundo representacional del ser humano.” (Katayama; 2014: 17).

Katayama (2014) explica que la investigación cualitativa, pese a su estructura, es científica, permite amplitud sobre los fenómenos estudiados, así como también profundidad, gracias a su estructura, que es dinámica. Permite estudiar todo el mundo social del ser humano, logrando estudiar este mundo social desde múltiples perspectivas, por lo tanto, la investigación cualitativa es subjetiva.

Una vez definido el enfoque cualitativo, es importante y necesario explicar que se decidió emplear este enfoque porque se busca la perspectiva y realidad del sujeto, conocer sus motivaciones para realizar los retos de internet, por lo tanto, no se busca generalizar. Las técnicas e instrumentos seleccionados para la recolección

de datos de la investigación son propios del método cualitativo, porque los resultados no serán plasmados en números ni serán cuantificables.

### **3.1.2 Descripción del estudio de caso.**

“El método de estudio de caso es una herramienta valiosa de investigación, y su mayor fortaleza radica en que a través del mismo se mide y registra la conducta de las personas involucradas en el fenómeno estudiado, mientras que los métodos cuantitativos sólo se centran en información verbal obtenida a través de encuestas por cuestionarios.” (Yin, citado por Martínez; 2006: 167).

La presente investigación es un estudio de caso, ya que se busca la conducta de una sola persona. No se busca saber las motivaciones de varias personas para realizar retos de las redes sociales, solo de una. Se decidió que la investigación fuera un estudio de caso para lograr un estudio más profundo y personal, además de obtener más cantidad de información.

El estudio de caso es el de una niña de 12 años que ha realizado retos de las redes sociales, específicamente ha realizado el de “El chile” y el de “Matilda Challenge”, esta información se sabe por información proporcionada por la hermana mayor de “Clara”.



### **3.1.3 Tipo transversal.**

El diseño transversal recoge datos en una sola ocasión, en un solo tiempo. Tiene como objetivo describir las variables y analizar su influencia e interrelación en tiempo dado (Hernández y cols.; 2014).

Por lo tanto, el estudio transversal recoge datos en un solo momento y no vuelve a recolectar datos en otras ocasiones.

La investigación presente se realizó mediante el diseño transversal, porque se busca saber la motivación de una niña de 12 años para realizar retos de internet y, como se explicó anteriormente, ella ya realizó dos retos anteriormente. No es de interés estudiar si posteriormente la niña realizó más retos.

### **3.1.4 Alcance descriptivo.**

La investigación descriptiva intenta explicar las características más importantes de un objeto de estudio, esto con relación a su aparición y comportamiento (Gómez y cols.; 2017).

Asimismo, “de esta aproximación, al igual que de la del estudio exploratorio, tampoco se pueden obtener conclusiones generales, ni explicaciones, sino más bien descripciones del comportamiento de un fenómeno dado.” (Gómez y cols.; 2017: 16)

La presente investigación es de alcance descriptivo, ya que se busca conocer y describir la motivación o motivaciones de una niña de 12 años para realizar retos de internet. Busca describir el fenómeno estudiado.

### **3.1.5 Técnicas e instrumentos.**

Primero se comenzará por definir el concepto de técnica: se refiere a “Hechos o documentos a los que acude el investigador y que le permiten tener información, También señala que las técnicas son los medios empleados para recolectar información.” (Méndez, citado por López; 2011: 143).

Las técnicas ayudan al investigador a recolectar información, sobre el fenómeno estudiado.

La entrevista es la técnica que se utilizará en la presente investigación para recolectar la información, porque es un estudio de caso y la entrevista permite tener una forma específica de interacción que tiene como propósito recolectar datos para una investigación. En la entrevista, el investigador crea preguntas a las personas o persona que puede ofrecer datos de interés para la investigación; una de las partes busca recolectar información y la otra es la que ofrece esa información (Rivero; 2008).

Por lo tanto, para esta investigación la entrevista es la técnica elegida para la recolección de datos, porque permite obtener información específica y datos de interés para la investigación.

Los instrumentos son herramientas que el investigador utiliza para seleccionar y registrar los datos, recogen, filtran y codifican los datos, es decir, es el con qué (Chipia; 2012).

En la presente investigación se utilizó un guion de entrevista (instrumento), mediante el cual se registró la información obtenida de la técnica, que es la entrevista.

### **3.2 Descripción del proceso de investigación**

La investigación presente fue un reto para la investigadora, en primer lugar, porque fue complicado encontrar información sobre tecnología y redes sociales, información necesaria para el marco teórico y sustentar la información; esta tarea tomó un tiempo considerable, pero, finalmente, se logró completar. Otra razón por la que la investigación fue un reto, fue encontrar un sujeto de investigación, en esta tarea se invirtieron algunas semanas en encontrar un sujeto que cumpliera los requisitos requeridos.

Una vez encontrado el sujeto de investigación, se procedió a elaborar el cuestionario para medir la motivación en el sujeto para realizar retos de las redes

sociales, finalmente, se optó por aplicar una entrevista semiestructurada, la cual permitió obtener la información necesaria para la investigación.

Finalmente, fue posible encontrar la información necesaria para el marco teórico, sustentando así la investigación y después de buscar durante un tiempo se logró encontrar un sujeto de investigación adecuado.

### **3.3 Análisis e interpretación de resultados**

Para la interpretación de los datos cualitativos presentes, se utilizó el método inductivo. En este método se realiza de una manera rigurosa la sistematización que permite la facilitación del análisis de los datos (Martínez; 1998). Esto quiere decir que el análisis se hace desde datos particulares que lleven a los datos de una manera general.

La sistematización de los datos mediante el método inductivo se puede hacer de cuatro maneras: conceptualizar, categorizar, organizar y estructurar.

“Cada uno de estos pasos nos llevan a sistematizar la información de manera adecuada y metódica, respetando todos los datos recabados, lo que permitirá hacer una interpretación más certera, y evitar interpretaciones subjetivas, sin evidencia, surgidas de la mera intuición del investigador” (Martínez; 1998: 159).

Con estos pasos se logra que la investigación tenga una interpretación coherente y logra que sea objetiva, evitando así las interpretaciones subjetivas propias del investigador.

En esta investigación se optó por el método inductivo por categorías y subcategorías, es importante que todas las unidades de análisis se incluyan en categorías y prestar atención al surgimiento de subcategoría, una vez que las

unidades de análisis ya estén ordenadas en categorías (Martínez; 1998). Esto facilita la organización de la tarea, haciéndola más clara y más precisa.

En la investigación presente se encontraron tres categorías, en las cuales se organizó la información obtenida. Las categorías encontradas fueron: factores motivacionales sociales, factores motivacionales tecnológicos y factores motivacionales familiares. Estas categorías se describen a continuación.

### **3.3.1 Factores motivacionales sociales**

Dentro de los factores sociales que motivan a Clara a realizar los retos de internet se encontraron los siguientes elementos, los cuales son respuestas que la persona que fungió como sujeto de estudio expresó ante las preguntas que se le aplicaron:

- “Porque vi que muchos estaban haciendo eso y trate de intentarlo”.
- “Amigos y gente de internet”.
- “Sí, algunos”.
- “Mmm, sí”.
- “Una niña que vive por la casa de mi tía y le gusta el futbol y es muy, le puedo contar mis cosas y así”.
- “Ella, una niña que se llama Dayana, que es de mi escuela y mmm... un amigo que se llama Diego, que también hizo”.

- “Sí, mmm, la que vive por la casa de mi tía hizo el ‘Matilda Challenge’ y mis otros dos amigos hicieron el de morder el chile”.
- “Ajamm”.
- “Pues, es que no era tanto que nos vieran, si no era más como para entretenernos con mi amigo, porque estábamos aburridos”.
- “Que, pues me dijeron que, por ejemplo, el de ‘Matilda Challenge’, me dijeron que les gustaría también hacerlo otra vez o intentarlo ellos, que no lo habían hecho y los que hicieron el del chile, también morder el chile, y yo también lo hice pues no me dijeron nada”.
- “Sí”.
- “Sí”.
- “Que me dijeran que me había quedado bien”.
- “Para que, pues dijeran a lo mejor si les gustaría que, tal vez ellos también lo pudieran hacer”.
- “Aja a que lo hicieran”.
- “Sí”.
- “Una amiga que vive también por la casa de mi tía”.
- “Que ella también lo había hecho y que también, y que unos amigos le habían ayudado”.
- “Sí”.

Las respuestas anteriores dadas por Clara, expresan un logro cumplido, al hacer ella retos de internet inspiró a algunos a amigos a realizarlos, como ella lo

expresó, algunos amigos le comentaron: “Que, pues me dijeron que, por ejemplo, el de ‘Matilda Challenge’, me dijeron que les gustaría también hacerlo otra vez o intentarlo ellos que no lo habían hecho”.

En esta pequeña frase, Clara expresó un logro: que sus amigos también realizaran algunos retos y, además, le demostraron que la influencia de ella es importante para ellos; eso ayudará a forjar su personalidad, como se explica en la siguiente cita:

“El motivo de logro, descrito inicialmente por Murray (1938) y desarrollado especialmente por McClelland (1989) es la tendencia a buscar el éxito en tareas que implican la evaluación del desempeño, o en palabras del propio McClelland, el interés por conseguir un ‘estándar de excelencia’. Para este autor, se trata de una disposición estable de la personalidad adquirida durante la infancia.” (Montañés; 2004: 46).

Como se explica en la cita anterior, Clara tuvo una evaluación sobre las acciones que realizó, sus amigos le demostraron interés al decirle que los retos le habían quedado bien y a eso hay que añadir que los mismos realizaron retos porque les gustó los que Clara realizó. Eso es un logro.

Otro aspecto importante a describir en esta categoría es la conducta de algunos amigos cercanos a Clara, como ella explicó, algunos amigos, antes que ella, realizaron retos de internet y esas conductas fueron algunos de los aspectos que



motivaron a Clara a realizar los retos. Estas son variables conductuales, las cuales ayudan no solo a restringir la motivación, sino también puede causarla. Por lo que explica Clara, su ambiente precipitó que realizara estos retos, gente de su escuela los realizó y también amigos cercanos, además de que se llevan a cabo en internet y como se explica en los siguientes factores, Clara tuvo gran influencia de redes sociales para realizar los retos, así como también de los llamados “youtubers”.

### 3.3.2 Factores motivacionales tecnológicos

En este apartado se describen los factores motivacionales provocados por las redes sociales, los cuales son los siguientes:

- “Amigos y gente de internet”.
- “Como *youtubers* y así”.
- Ah okey... ¿Te gustan los *youtubers*?, respondió: “Sí”.
- “Como los polinesios y así, gente que hace retos y bromas”.
- “Eh, mi papá, Karla y lo subí a mi estado de WhatsApp”.
- “Pues les dio mucha risa”.
- “Emm, como diciéndome que... nos había quedado chido y que les había dado risa”.
- “Con mi amigo, con un amigo que vive por allá. Ah, hice un ‘en vivo’”
- “Pues es que... dije que me pusieran retos y uno me puso ese y lo intenté, y pues sí, me enchilé”.

- “Es que... o sea... pedí que me dieran retos para yo y mi amigo divertirnos, entonces me pusieron muchos retos, pero decidí nomas hacer ese, porque fue el que más me pareció más interesante”
- “Sí”.
- “Pues me sentí bien, porque dije: ah, qué genial que me haya quedado bien”.
- “Porque vi uno muy divertido en internet”.
- “No es que una vez hicimos un canal de YouTube y este... hicimos diferentes... pues cosas en el canal, pero ya después lo cerramos, y decidimos mejor hacerlo nosotros sin grabar”.
- “Mmm... como hacer diferentes cosas, como experimentos y cosas así”.
- “Sí”.
- “Hacen retos, es que tienen diferentes canales, pero en uno de esos hacen retos y es el que más me gusta, en uno hacen retos y en otro hacen tutoriales, y en otro, bromas... y así. Me gusta más el de las bromas y el de los retos, pero las bromas nunca las he hecho”.
- “Que se ríen mucho, es que los hacen muy divertidos, entonces...”.
- “Aja”.
- “Que los hacen divertidos”.

Clara, al realizar los retos, recibió atención, ella misma explica que subió los retos a WhatsApp, Facebook y, además, antes tenía un canal de YouTube. Ella explica que recibió atención por esto, por parte de sus amigos y familiares. A pesar de que Clara explica que no buscaba atención, sí la recibió y fue parte de su entorno

familiar. Sus amigos estaban haciendo retos y, además, Clara consume el contenido de *youtubers* que realizan retos. Esto es parte del ambiente de Clara, por lo tanto, ella trató de adaptarse a su ambiente.

Maslow (referido por Campos y Díaz; 2003) explica lo siguiente: necesidades sociales, como su nombre lo dice, se refieren a la búsqueda que realiza el individuo para lograr la adaptación social, lo logra mediante las relaciones de amistad, la búsqueda de afecto y la participación en su entorno social.

En este sentido, los retos de internet son parte del entorno social de Clara, las redes sociales y sus amigos. Los retos son una manera de hacer lo que los demás hacen, de adaptarse y de lograr integrarse con los demás niños de su edad. Cuando Clara dice que realizó uno de los retos con un amigo y que, además, los hicieron por redes sociales, donde otros niños los retaron, se expresa un sentido de pertenencia. Clara pertenece a las redes sociales, porque se abrió un canal de YouTube y, además, realizó una transmisión en vivo mediante Facebook. Que Clara utilice las redes sociales y que realice retos de estas, demuestra que ella se siente perteneciente a las redes sociales.

“Creo que el tremendo y rápido aumento de grupos de formación (Grupos-F), grupos de crecimiento personal y asociaciones con un fin determinado, puede deberse en parte a esta ansia insatisfecha de contacto, intimidad y pertenencia.” (Maslow; 1991: 29).

De la cita anterior puede deducirse que el ser humano siempre está buscando ese contacto, esa pertenencia con los demás, para él mismo lograr el crecimiento deseado. Todo esto son factores motivacionales importantes y, con la tecnología y redes sociales actuales, esa cercanía y pertenencia pueden lograrse, porque como se explicó en capítulos anteriores, las redes sociales tienen lugar para todos los tipos de personas y permiten formar grupos, los cuales tienen cada uno de ellos sus propias características. Las personas pueden encontrar otras con gustos, intereses o características parecidas en las redes sociales.

Esto demuestra que las redes sociales de internet ya forman parte del entorno social de los niños en la actualidad, como justifica la siguiente cita:

“En la actualidad las redes sociales son la herramienta de internet más utilizada por jóvenes y adolescentes. La posibilidad de establecer contacto con grupos numerosos de personas y de ampliar el círculo (cada vez mayor) de gente con la que comunicarse, compartir experiencias e información o simplemente, saber algo de ellos, es lo que ha hecho que esta herramienta haya mostrado un auge espectacular en pocos años.” (Chóliz y Marco; 2012: 31).

Clara recibió gran influencia para realizar los retos, de unos *youtubers* llamados “Los Polinesios”, de personas que ni siquiera conoce, simplemente ofrecen su contenido en una red social, pero esto es una cualidad de internet, permite el contacto con grupos numerosos de personas y así, poco a poco o rápidamente, se amplían los círculos y se motivan unos a otros. En este caso, Clara forma parte del

enorme grupo de “Los Polinesios”, los cuales fueron un aspecto motivacional para ella.

“El atractivo de las redes sociales es la interactividad. El internauta deja ser un mero receptor o buscador de información, para convertirse en un agente activo en el proceso de comunicación.” (Chóliz y Marco; 2012: 32)

Clara se convirtió en un agente activo de las redes sociales al subir los retos a WhatsApp y Facebook, esto permitió que formara parte del proceso de comunicación de las redes sociales.

Autores, como Chóliz y Marco (2012), aseguran que las redes sociales pueden complicar o ampliar y resolver las relaciones afectivas. En este caso parece que las relaciones interpersonales de Clara mejoraron. Con sus amigos recibió atención y tuvieron temas de conversación. Con su familia logró convivencia y divertirse con ellos, algo que ella misma expresó y que le resultó muy satisfactorio.

### **3.3.3 Factores motivacionales familiares**

En el apartado presente se describirán los factores familiares que contribuyeron a que Clara realizará retos de internet y que ella describió en respuesta a las preguntas del guion de entrevista:

- “Porque quería que mi mamá y mis familiares me ayudaran”.

- “Sí”.
- “Que... es que también él nos ayudó, él puso la música y mi mamá movió las sillas y eso”.
- “Sí fue mía, es que vi un video y dije: ay, que quiero que me ayuden mi mamá y mi hermana”.
- “Pues se quedaron como de... ¿qué es eso? Y ya les enseñé el video y ya este... me ayudaron”.
- “Para que me divirtiera más con mi mamá y con mi hermana”.
- “Emm, es que casi no me divierto con mi familia, o sea, sí me divierto y así, pero así como esa vez, no, entonces pues sentí bien”.
- “Emm, bonito... no sé, sentí bonito de que me estuviera divirtiendo con mi familia”.
- “Pues sí, mis primos y así”.
- “Que también me había quedado divertido”.
- “Sí”.

Por las respuestas obtenidas, los factores familiares son los aspectos motivacionales más importantes para Clara.

Un elemento importante que Clara expresó sobre estos factores, es el elemento emocional, sobre todo lo expresó en las respuestas a las preguntas 48 y 49. La emoción es importante en la motivación, como Montañés explica:

“Motivación y emoción están íntimamente relacionadas, ya que una de las dimensiones de cualquier sistema motivacional es la cualidad afectiva que conlleva.” (Montañés; 2004: 60).

La emoción es importante en la motivación, porque una experiencia agradable puede ser muy importante para que una persona repita ciertas conductas. Clara comentó que sí volvería a hacer retos de internet, lo cual dice que su experiencia fue agradable. Ella se divirtió con su familia, como ella misma dijo, nunca se había divertido así con ellos y eso la hizo sentir bien.

En los factores familiares, las variables conductuales también fueron importantes en el caso de Clara. Su familia no solo la apoyó, sino que también la ayudaron y participaron en la ejecución de los retos. Esas conductas de su familia solo motivaron a Clara a continuar con la ejecución de los retos y el resultado fue una experiencia satisfactoria, como explica Montañés (2004).

Una de las cosas que Clara esperaba al pedir ayuda a su familia para hacer los retos, fue divertirse y eso fue lo que adquirió, obtuvo los resultados esperados.

“Queremos dinero para poder comprar un coche. A su vez, queremos un coche porque los vecinos tienen uno y no deseamos sentirnos menos que ellos, y conservar así nuestro propio respeto y ser amados y respetados por los demás.” (Maslow; 1991: 6).

Esto podría traducirse a la situación de Clara: ella realizó los retos de internet, porque quería divertirse con su familia, lo logró y además de que pudo divertirse con su familia, también pudo obtener reconocimiento por parte de sus amigos y de otros miembros de su familia. De esta forma, Clara obtuvo más beneficios de los esperados inicialmente.

Esos beneficios obtenidos son generadores de satisfacción y esta genera nuevas motivaciones. Maslow (1991) explica la motivación como una jerarquía de necesidades, ya que una vez que el ser humano satisface ciertas necesidades, busca escalar el peldaño y obtener mejores recompensas. En el caso de Clara, sus necesidades fisiológicas y de seguridad están cubiertas; que ella realizara los retos y los publicara en las redes sociales demuestra que busca cumplir sus necesidades sociales, con sus amigos y de estima con su familia. Los resultados para ella fueron satisfactorios y cumplieron sus expectativas. Ella expresó que le gustaría volver a hacerlos, sobre todo porque pudo divertirse con su familia, esto por sí solo ya es una nueva motivación para realizar más retos o cuestiones relacionadas con el internet en un futuro.



## CONCLUSIONES

En el inicio de esta investigación, se plantearon seis objetivos particulares y uno general, a los cuales se dará respuesta en los párrafos siguientes.

El objetivo general dicta: Identificar los aspectos que motivan a una niña de 12 años en la ciudad de Uruapan, Michoacán a realizar retos de las redes sociales. El objetivo señala que se van a identificar los aspectos que motivan a Clara, los cuales ya fueron descritos en párrafos anteriores. Este objetivo se cumplió, puesto que se demostró que los aspectos que motivaron a Clara, fueron familiares, colectivos y también las redes sociales en general. Estos aspectos, de una manera divergente, lograron motivar a Clara para que realizará los retos de las redes sociales, aunque hay que destacar que los aspectos familiares fueron muy importantes y vitales para que Clara lleve los retos a cabo, ya que, como se explicó anteriormente, quería divertirse con su familia.

Los aspectos sociales también fueron importantes, porque en su círculo de amigos y en su escuela, varias personas habían hecho retos de las redes sociales y a eso hay que sumarle que algunos amigos de ella, que no los habían hecho, los realizaron porque a Clara le había quedado bien, eso hizo que ella quedara satisfecha por sus acciones.

Los aspectos de las redes sociales también ejercieron un papel importante. Clara antes tenía un canal de YouTube, el cual compartía con un amigo y en ese canal subían distintas actividades. Posteriormente, Clara llevó a cabo los retos de las redes sociales y subió los videos a WhatsApp y a Facebook, en esta última plataforma realizó una transmisión en vivo. Clara también sigue un canal llamado “Los Polinesios”, en ese canal se realizan retos y bromas. Concluyendo, todos estos aspectos de las redes sociales fueron importantes y una influencia para Clara, lo cual logró ser parte de los aspectos motivacionales en su persona.

Una vez aclarado el objetivo general, es importante ahora explicar el cumplimiento de los objetivos particulares.

El primer objetivo particular fue: Describir el concepto de motivación. Este primer objetivo se logró consultando una gran cantidad de bibliografía, la información que se consideró más adecuada se añadió al marco teórico de esta investigación. Dentro de este, se describió la definición de motivación, los aspectos que la conforman y los procesos motivacionales. Todos estos elementos se consideraron los más importantes para culminar esta investigación.

El segundo objetivo particular que se planteó fue: Definir las teorías sobre la motivación. Se propuso para que la información del marco teórico fuera más amplia y útil, de tal manera que se tuviera mayor diversidad de consulta para la interpretación de los datos. Plantear este objetivo sirvió para comprender de una manera mejor el concepto de motivación, ya que dentro de este se describen varios aspectos

motivacionales que son necesarios, por ello, se decidió describir diversas teorías, para comprender el concepto de motivación de manera holística.

El objetivo número tres es el siguiente: Identificar la historia de las redes sociales para entender su evolución. Este objetivo, se cubrió en el capítulo 2 del marco teórico, el cual habla sobre las redes sociales y la tecnología. Se decidió describir la historia de las redes sociales, para comprender su evolución y cómo, poco a poco, su alcance fue creciendo hasta ser fenómeno global que es ahora. Las redes sociales no tenían tanto impacto como tienen actualmente, es una realidad que las redes sociales forman parte de nuestras vidas. Como se vio con Clara, las redes sociales forman parte de su vida, por ese medio conoció los retos, figuras públicas que la influenciaron a hacerlos y fue en las redes sociales donde publicó los retos que llevó a cabo.

Con este objetivo que se planteó, se puede conocer que las redes sociales empezaron de una manera muy simple, pero que se desarrollaron y difundieron rápidamente. Es importante entender que las redes sociales no son lo mismo que hace 10 o 15 años, han evolucionado y, por lo tanto, el contenido que en ellas circula también.

Continuando con el cuarto objetivo, expresa lo siguiente: Describir el concepto de redes sociales y su impacto actual. Es importante comprender el impacto actual de las redes sociales, el cual es muy fuerte; algunos autores, como los descritos en el capítulo 2, llaman a la época actual, la era digital. La tecnología está más presente

que nunca y bien se puede comprobar con el sujeto de investigación: como ya se dijo, fue por las redes sociales por las que conoció los retos de internet y fue ahí donde los publicó. A ese nivel llegaron las redes sociales, antes los niños imitaban las actividades que veían en televisión ahora lo hacen con las redes sociales.

Este objetivo se cumple en el capítulo 2 de esta investigación, en el cual se explica gran parte del impacto actual de las redes sociales, sobre todo en los jóvenes.

El quinto objetivo particular indica lo siguiente: Describir cuáles son las razones que motivan a la niña de 12 años a realizar retos de internet. Tal objetivo particular se cumplió, puesto que se conocieron las razones principales por las que la niña llevó a cabo los retos de internet, los cuales ella menciona que fue para divertirse, principalmente con su familia. Aunque se puede deducir que había también una necesidad de reconocimiento y de atención, ya que Clara subió los dos retos que ejecutó a las redes sociales y expresó sentirse bien con los comentarios recibidos. Finalmente, hay que tener en cuenta los antecedentes, ya que ella anteriormente tenía un canal de YouTube, eso también expresa que buscaba cierto reconocimiento hacia ella.

El último objetivo particular es el siguiente: Explicar las consecuencias que ha tenido para la niña de 12 años realizar los retos de internet. Las repercusiones recibidas para Clara no fueron negativas, al contrario, recibió comentarios favorables

por parte de sus familiares y amigos, e incluso algunos de estos hicieron retos de internet porque ella los realizó.

En sus respuestas se puede interpretar que su experiencia fue positiva; a la pregunta ¿Qué aprendizaje te dejaron? Clara respondió lo siguiente: “Emm... que podemos hacer muchas cosas con... de diferentes maneras, o sea, como... algo que te gusta”.

Se puede notar en su respuesta que su experiencia fue de utilidad, que las redes sociales son provechosas para hacer actividades que se desean y que, además, se pueden efectuar de distintas maneras. Al hablar de consecuencias negativas para Clara, solo fue con el reto del chile y solo fue porque se enchiló, lo cual no impidió que ella expresara su deseo de volver a hacer retos de internet. El “Matilda Challenge”, en respuesta a si lo volvería a hacer, ella dijo: “Sí”. Con el que tuvo dudas fue con el reto del chile: “No, no sé, no, creo que no o tal vez, a lo mejor ya que me acostumbré a ese chile y no me enchile tanto”. Aunque su respuesta parece más negativa que positiva, al final de ella expresa que sí lo volvería a realizar cuando se acostumbre al chile.

Todo esto expresa que su experiencia en general fue favorable y que volvería a repetir esas conductas, como ya se dijo anteriormente, cuando las conductas están motivadas y resultan de la manera en que el sujeto las desea, muy probablemente volverán a repetirse.

Finalmente, la investigación arroja que las redes sociales en esta época son muy importantes y están muy presentes en la sociedad actual, es importante entender que las mismas son medios de comunicación importantes en la vida de los jóvenes, porque como se expresó en la presente investigación, es un factor motivacional para ciertas conductas.

Por otra parte, por más simple que parezca que una niña realice retos de internet, no lo es; esto habla de la sociedad actual, de lo que están haciendo los niños y adolescentes, de cómo está viviendo esta generación su vida, cómo son sus experiencias, lo diferentes que son a las de quienes fueron niños hace 30, 20 años e incluso 10. La sociedad presente es muy diferente a las anteriores ¿Se relaciona en persona? Sí. ¿Se relaciona por medio de internet? Por supuesto que sí y eso convierte a la sociedad actual en una sociedad virtual.

## BIBLIOGRAFÍA

Alí El Sahili, Luis Felipe. (2015)  
Psicología de Facebook.  
Trillas. México.

Dreyfus, H. L. (2003)  
Acerca de Internet.  
UOC. Barcelona.

Echeburúa Odriozola, Enrique; Labrador Encinas, Francisco Javier; Becoña Iglesias, Elisardo. (2009)  
Adicción a las nuevas tecnologías en adolescentes y adultos.  
Ediciones Pirámide. Madrid.

Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos; Baptista Lucio, Pilar. (2014)  
Metodología de la investigación.  
McGraw-Hill Educación. México, D.F.

Jiménez Murcia, Susana; Farré Martí, J.M. (2015)  
Adicción a las nuevas tecnologías. ¿La epidemia del S. XXI?  
Siglantana. España.

López, E. A. (2011)  
Política fiscal y estrategia como factor de desarrollo de la mediana empresa comercial sinaloense. Un estudio de caso.  
Universidad Autónoma de Sinaloa. Culiacán, Sinaloa.

Luna Santiago, Guillermina; Hermoso Sandoval, José Luis; González Millán, Arturo; Argonza Moreno, Rogelio; Ibarra Carrasco, Raymundo; Gutiérrez Quiroz, Juan. (2016)  
Conceptos de Red y Servicios de Internet.  
Universidad Nacional Autónoma de México. México.

Mankeliunas, M. V. (1996)  
Psicología de la Motivación.  
Trillas. México, D.F.

Chóliz, Mariano; Marco, Clara. (2012)  
Adicción a Internet y Redes Sociales.  
Alianza Editorial. Madrid.

Maslow, A. H. (1991)  
Motivación y Personalidad.  
Díaz de Santos, S.A. Madrid.

McClelland, D. C. (1989)  
Estudio de la motivación humana.  
Narcea. Madrid.

Mejía Arauz, Rebeca; Sandoval, Sergio Antonio. (1998)  
Tras las vetas de la investigación cualitativa. Perspectivas y acercamiento desde la práctica.  
Editorial ITESO. Guadalajara, México.

Montañés, M. C. (2004)  
Psicología de la Motivación: El Proceso Motivacional.  
Universidad de Valencia. España.

Omura, R. J. (2014)  
Introducción a la investigación cualitativa: Fundamentos, métodos, estrategias y técnicas.  
Fondo Editorial de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Lima, Perú.

Perret, R. (2016)  
El secreto de la motivación.  
Editorial Perret. México.

Rivero, D. S. (2008)  
Metodología de la investigación.  
Shalom. Buenos Aires.



## HEMEROGRAFÍA

Cordoba, D. F. (2010)

“La tecnología: Su conceptualización y algunas reflexiones con respecto a sus efectos”.  
Revista de la Asociación Mexicana de Metodología de la Ciencia y de la Investigación, A.C., 16.

García Galera, María Carmen; Del Hoyo Hurtado, Mercedes; Fernández Muñoz, Cristóbal. (2014)

“Jóvenes comprometidos en la Red: El papel de las redes sociales en la participación social activa”.

Revista Científica de Educomunicación, 9.

Pedrerros-Gajardo, Margarita, Araya-Castillo, Luis. (2013)

“Análisis de las teorías de la motivación de contenido: Una aplicación al mercado laboral de Chile del año 2009”.

Revista de Ciencias Sociales, 142.

Martínez Carazo, Piedad Cristina. (2006)

“El método de estudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica”.

Pensamiento & Gestión, núm. 20, julio, 2006, pp. 165-193.

Salguero Galland, M. L.; Panduro Cerda, A. (2001)

“Emociones y genes”.

Investigación en Salud, vol. III, núm. 99, marzo, 2001, pp. 35-40

Centro Universitario de Ciencias de la Salud.

Guadalajara, México.

## MESOGRAFÍA

Álvarez de Sotomayor, Isabel Dans; Muñoz Carril, Pablo César. (2016)  
“Las redes sociales como motivación para el aprendizaje: opinión de los adolescentes”.  
INNOEDUCA. International Journal of Technology and Educational Innovation. Vol. 2. No. 1. Junio 2016, pp. 20-28 ISSN: 2444-2925  
DOI: <http://dx.doi.org/10.20548/innoeduca.2016.v2i1.1041>

Campos Doria C. A.; Díaz-Ramírez O. (2003)  
“Motivación Humana”.  
Obtenido de <http://psiquiatria.facmed.unam.mx/docs/ism/unidad2.2.pdf>

Chipia Lobo, Joan Fernando. (9 de agosto de 2012)  
“TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS”.  
Obtenido de <https://es.slideshare.net/JoanFernandoChipia/tcnicas-e-instrumentos-13930114>

Díaz-Bravo, Laura; Torruco-García, Uri; Martínez-Hernández, Mildred; Varela Ruiz, Margarita. (13 de mayo de 2013)  
“La entrevista, recurso flexible y dinámico”.  
Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/iem/v2n7/v2n7a9.pdf>

Facchin, J. (2018)  
“JF Digital”.  
Obtenido de <https://josefacchin.com/>

Flores Cueto, Juan José; Morán Corzo, Jorge Joseph; Rodríguez Vila, Juan José. (2009)  
“LAS REDES SOCIALES”.  
Obtenido de <http://www.usmp.edu.pe/publicaciones/boletin/fia/info69/sociales.pdf>

Gómez Ferreira, Key Katherine; Marín Quintero, Jazmín Soléis. (2017)  
“Impacto que generan las redes sociales en la conducta del adolescente y en sus relaciones interpersonales en Iberoamérica los últimos 10 años”.  
Universidad Cooperativa de Colombia. Programa de Psicología. Bucaramanga.  
Obtenido de <https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/747/1/Impacto%20que%20generan%20las%20redes%20sociales%20en%20la%20conducta%20del%20adolescente%20y%20en%20sus%20relaciones%20interpersonales%20en%20Iberoam%c3%a9rica%20los%20%c3%baltimos%2010%20a%c3%b1os.pdf>

González, M. A. (6 de junio de 2018)  
“¿QUÉ MOTIVA ACTUALMENTE A LOS JÓVENES?”  
Obtenido de <https://revistaeducarnos.com/que-motiva-actualmente-a-los-jovenes/>

Gustems, Josep; Calderón, Caterina. (Enero de 2006)  
"Motivación y adolescencia".  
Obtenido de  
[https://www.researchgate.net/publication/39217738\\_Motivacion\\_y\\_adolescencia](https://www.researchgate.net/publication/39217738_Motivacion_y_adolescencia)

Orbegoso, A. (2016)  
"LA MOTIVACIÓN INTRÍNSECA SEGÚN RYAN & DECI Y ALGUNAS RECOMENDACIONES PARA MAESTROS".  
Universidad Privada del Norte.  
Obtenido de <https://revistas.unasp.edu.br/lumen/article/download/743/pdf/>

Pineda Pérez, Susana; Aliño Santiago, Miriam". (1999)  
"El concepto de la adolescencia".  
Obtenido de  
[http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/prevemi/capitulo\\_i\\_el\\_concepto\\_de\\_adolescencia.pdf](http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/prevemi/capitulo_i_el_concepto_de_adolescencia.pdf)

Pita Fernández, S.; Pértegas Díaz, S. (27 de mayo de 2002)  
"Investigación cuantitativa y cualitativa".  
Obtenido de [https://www.fisterra.com/gestor/upload/guias/cuanti\\_cuali2.pdf](https://www.fisterra.com/gestor/upload/guias/cuanti_cuali2.pdf)

Reidl, G. G.-P. (2017)  
Fundación Dra. Silvia Macotella, A. C.  
Obtenido de [http://www.psicol.unam.mx/Investigacion2/pdf/lucy\\_gilda.pdf](http://www.psicol.unam.mx/Investigacion2/pdf/lucy_gilda.pdf)

Rodríguez Carrasco, Selene. (2018)  
"Influencia de las redes sociales virtuales en el nivel de desarrollo de las habilidades psicosociales de los adolescentes de tercer grado del CBT 2 No. Cuautitlan turno matutino".  
Universidad Oparin. Ecatepec, Estado de México.  
Obtenido de <http://132.248.9.195/ptd2018/febrero/0770763/Index.html>

Ros-Martín, M. (Septiembre-octubre de 2009)  
"Evolución de los servicios de redes sociales en internet".  
Obtenido de  
<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2009/septiembre/09.pdf>

Rubio Moraga, A. L. (2006)  
"Historia e Internet: Aproximación al futuro de la labor investigadora".  
Universidad Complutense de Madrid.  
Obtenido de <https://internet10.com.mx/img/internet/historiaeinternet.pdf>

Soriano, M. M. (2001)  
"La motivación, pilar básico de todo tipo de esfuerzo".  
Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/209932.pdf>

## ANEXO 1

A continuación, se presenta el guion de entrevista que se utilizó, se comenzó la entrevista con la pregunta ¿Por qué los hiciste? Y se continuó con una entrevista semiestructurada, las preguntas realizadas fueron las siguientes:

1. ¿Por qué los hiciste?
2. ¿Quiénes eran esos que los hicieron?
3. ¿Qué gente de internet?
4. Ah okey... ¿Te gustan los *youtubers*?
5. ¿Como cuáles te gustan?
6. ¿Tus amigos los hicieron entonces, antes que tú?
7. ¿Esos amigos son cercanos para ti?
8. ¿Me puedes hablar de ellos?
9. Ajá. ¿Quiénes fueron?
10. ¿Quiénes más?
11. ¿Y sabes qué retos hicieron?
12. Dices que los hiciste porque ellos los hicieron y tú quisiste intentar.
13. ¿Hay alguna otra razón por la que quisiste intentar?
14. ¿Y en el de Matilda?
15. Ah, ¿te ayudo tu mamá y tu hermana?
16. ¿Y qué tal les salió el de Matilda?
17. ¿Y lo subieron a Facebook o alguna red social?
18. ¿No? ¿Simplemente para...?

19. ¿Quién los vio?
20. En tu estado de WhatsApp, ¿qué opinaron o alguien respondió a la historia?
21. ¿Como qué comentarios te dijeron?
22. ¿Y tu papá qué dijo?
23. ¿Fue idea tuya hacer el reto con tu familia o de quién fue idea en tu familia?
24. ¿Y qué dijeron ellos cuando les dijiste: ay, quiero hacer esto?
25. Aparte de tus amigos, ¿Por algo más quisiste intentar?
26. No. ¿No quisiste satisfacer alguna, algo personal, algo tuyo?
27. ¿Qué aprendizaje te dejaron?
28. ¿Cómo hacer diferentes cosas con la tecnología?
29. Ah, okey. ¿Lo ves de esa manera?
30. ¿Volvería a hacerlos?
31. ¿Por qué?
32. ¿El del chile no lo grabaste?
33. ¿Con quién lo hiciste?
34. ¿Un “en vivo”?
35. ¿Te enchilaste?
36. ¿Qué te dijeron en el “en vivo”?
37. Ah, okey, entonces, ¿también lo hiciste, porque te dijeron por el “en vivo”: ah, te reto?
38. Y cuando decían “él te retó”, ¿Qué decías tú? ¿Qué pensabas? ¿Qué pasaba dentro de ti?
39. Entonces recibiste atención por realizar los retos, de alguna manera...
40. ¿Qué te pareció esa atención? ¿Te gustó? ¿No te gustó?

41. Y por ejemplo en el de Matilda, ¿qué dijiste que en el estado de WhatsApp, te respondieron?
42. O sea ¿Sentiste satisfacción?
43. ¿Entonces, si volverías a hacer otro tipo como el de Matilda?
44. Okey y ¿Tus amigos que te dijeron? ¿Los que realizaron retos? ¿Ellos supieron que hiciste también después?
45. Y aparte de que tus amigos realizaron los retos y de que quisieras divertirte, haciendo los retos, este ¿Hubo otra cosa que despertará tu curiosidad?:
46. ¿El de Matilda porque te llamo la atención?
47. ¿Qué te gustó de ese video?
48. Entonces me dices que si recibiste atención por realizar los retos y todo eso ¿Sentiste que cumpliste algo al realizar los retos? O sea que, como si tacharas algo de tu lista de, ay ya hice esto.
49. ¿Qué es bien? ¿Cómo describirías bien?
50. ¿Tuviste algunas consecuencias por realizarlos? ¿Negativas o positivas?
51. ¿Y también te enchilaste?
52. ¿Entonces el Matilda lo hiciste con tu familia y el del chile con tu amigo?
53. ¿En tu escuela alguien más realizó esto?
54. ¿Te sentiste? Entonces me decías que te gustó esa cercanía con tu familia, de que se divirtieron juntos, entonces te gustó esa parte. ¿Con tus amigos te sentiste de alguna manera más cercana a ellos al realizar esto o de que ya hice algo parecido a lo que ellos hicieron, entonces ya somos más amigos?
55. Simplemente lo hiciste porque te pareció divertido.
56. ¿Te gustaron las opiniones que te dieron?

57. ¿Qué fue lo que más te gustó?
58. ¿Eso te gustó?:
59. ¿Alguien más en tu familia lo vio? Aparte de aquí, de Karla y de tu papá y de...
60. ¿Qué opinaron ellos?
61. ¿Te gustó la opinión de ellos?
62. ¿La sientes necesaria?
63. Para que lo vieran me dices
64. ¿Para qué querías que lo vieran?
65. Ah o sea motivar a otros a que.
66. Te gustó eso ¿Y alguien se motivó porque o conociste a alguien o alguien te dijo ay hice el Matilda Challenge así como tú?
67. ¿Quién?
68. ¿Qué te dijo?
69. ¿Por qué les gustó el tuyo
70. ¿No te dijo que le gustó de tu video?
71. Simplemente dijo que le gustó.
72. Tomando en cuenta las consecuencias dijiste que volverías a hacerlos, verdad el de Matilda sí, el del chile.
73. Okey, entonces ¿Qué aprendizaje o que experiencia sacas en general de, de esto?
74. Te quema.
75. ¿Ese no lo harías?

76. O sea, entonces ¿Tu realizarías retos que, en general son divertidos, pero que no...

77. ¿Lo harías con tu amigo?

78. Tu amigo con el que dices que realizas los retos ¿Él te animo de alguna manera a hacerlo o fue un apoyo en esto?

79. ¿En el canal de YouTube que subías?

80. ¿Por qué lo cerraron?

81. ¿Y porque decidieron abrir su canal?

82. ¿Crees que de alguna manera los youtubers, por ejemplo que me dices que te gustan los polinesios y todo, influyeron en que realizaras los retos y abrieras tu canal de YouTube?

83. ¿Cómo es el canal de los polinesios?

84. ¿Qué te gusta de los retos que hacen? ¿Qué te atrae la atención?

85. ¿Se ríen haciéndolos?

86. Entonces ¿Eso es lo principal que te gustó de...?

87. Y de los retos, o sea me dices que el de Matilda que dices que te resultó muy divertido hacerlo, porque ayudo tu mamá, ayudo tu papá, ayudaron todos, en general es eso lo que te gusta