Universidad Adventista de Centro América

ESCUELA DE PSICOLOGÍA

NECESIDADES HUMANAS QUE PRESENTAN LAS PERSONAS QUE JUEGAN EN EL CASINO FIESTA ALAJUELA

TESIS PRESENTADA EN CUMPLIMIENTO DEL REQUISITO PARA OPTAR POR EL GRADO DE LICENCIATURA EN PSICOLOGIA

AUTORES:

ADA BETANCOURTH

MARÍA DE LOS ÁNGELES PAVÓN

BIBLIOTECA UNADECA ALAJUELA COSTA RICA

BIBLIOTECA UNADECA ALAJUELA, COSTA RICA 41.507

4 DE SEPTIEMBRE DEL 2007

UNIVERSIDAD ADVENTISTA DE CENTRO AMÉRICA
Escuela de Psicología
PRESENTACIÓN Y DEFENSA DE TESIS

ACTA No. O1-O7

Los suscritos miembros del Comité Evaluador hacemos constar que el día de hoy fue realizada la exposición y defensa de la Tesis de Grado titulada:

NECESIDADES HUMANAS QUE PRESENTAN LAS PERSONAS QUE JUEGAN EN EL CASINO FIESTA ALAJUELA.

Presentado como requisito para optar al grado de Licenciada en psicología, por las candidatas:

ADA BETANCOURTH
MARIA PAVON

Este comité determinó Aprobar dicho proyecto y su defensa con una nota de 96, en virtud de lo cual firmamos.

Dado en la ciudad de Alajuela, Costa Rica, a los cuatro días del mes de septiembre del año dos mil siete.

Lic. Kathleen Solano
Tutora

Lic. Vanesa Trejos
Lectora

Lic. Elizabeth Sánchez
Presidenta

Dra. Herminia Perla
Lectora

Agradezco sobre manera a Dios, por la maravillosa obra que hace en mi cada día, todo lo que soy y lo que tengo, todo lo que algún día seré, se lo debo a Él, que es mi Salvador, que me amó y se entregó a sí mismo por mí.

A mi madre por creer en mí, por no darse por vencida, y por tu maravilloso ejemplo, te amo mami, estoy agradecida de ser tu hija.

A mis tíos, Dilcia, Juan Ramón, Geovanny, Adan Alberto, y Hector Leonidas, por haberme apoyado todos estos años, gracias por que me dieron la oportunidad de cumplir este sueño, por ser mis amigos y darme ánimo en cada recodo del camino.

A mi querida profesora, tutora, amiga y ejemplo, Kathleen Solano, lograste ver en mi algo que aún no era, y me ayudaste a convertirme en una buena profesional, y un mejor ser humano. Gracias por tu ejemplo y ayuda, tu apoyo fue fundamental no solo para mi carrera, si no para mi vida.

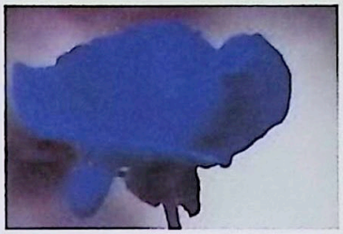
Gracias a mis profesores, que me ayudaron a aprender no sólo la materia, si no que me enseñaron a ver un poco más allá, a sentir pasión por mi profesión, y de esa manera ser lo mejor que podía ser.

A mis amigos, que me sostuvieron, me animaron, me soportaron y aún así se quedaron a mi lado.

A mi querida compañera de tesis Ada, ¡Lo logramos amiga!, si tuviera que volver a comenzar este trabajo, te volvería a escoger a ti.

Desde mi corazón:

María de los Ángeles Pavón



A Dios, porque me trajo a este lugar y en ningún momento me abandonó. Gracias Papito Dios, por tu amor, bendiciones, y por permitirme conocer a muchas personas lindas.

A mi madre que luchaba constantemente conmigo, por todo el amor y la dedicación que me has dado, gracias mami por la fuerza que constantemente me das, gracias por ser mi madre, te Amo mamita.

A mi tía Raquel por el apoyo, gracias tía o mejor dicho Mamá dos, por que a pesar de la distancia siempre he sentido tu amor.

A Kathleen que no solo ha sido una maestra ni una directora de tesis, sino una amiga entregada, gracias Kat, por tus ejemplos, tu paciencia, los consejos y por estar cuando te necesitaba.

A Vanesa que siempre me ha demostrado que confiaba en mí, y que en todo momento ha estado a mi lado, como maestra y amiga, Va, gracias por los jalones de orejas y por tu comprensión.

A mis amigos en general, gracias por cada palabra de ánimo, cada momento que compartimos será inolvidable.

A mi compañera de tesis, con la cual pase unos momentos únicos, Maria, fue una experiencia linda, y me dio la oportunidad de conocer a una gran persona, gracias por haberme dado esa maravillosa oportunidad.

Los Amo

Ada Betancourt h

INDICE

Tema	No. Página
I. Introducción	1-3
Justificación	4-7
Planteamiento del problema	8-9
Objetivos	10
Antecedentes	11-15
II. Marco Teórico	
1. Historia de la motivación	16-17
2. Proceso de la motivación	18-21
3. Principales exponentes	
3.1 Abraham Maslow	22-25
3.1.1 Necesidades fisiológicas	25-26
3.1.2 Necesidades de seguridad	27-28
3.1.3 Necesidad de aceptación social y amor	28-29
3.1.4 Necesidades de autoestima	29-31
3.1.5 Necesidades de autorrealización	31-36

BIBLIOTECA
UNADECA
ALAJUELA COSTA RICA

3.2 Henry Murray 36-38

3.2.1 Teoría Henry Murray 38-50

3.3 David McClelland 50-54

3.3.1 Necesidad de logro 54-57

3.3.2 Necesidad de poder 57-60

3.3.3 Necesidad de afiliación 61-65

4. La ludopatía 65-74

III. Marco metodológico

1. Tipo de investigación 75-76
2. Operacionalización de variables 77

2.1 Variables 78

2.2 Dimensiones 78

2.3 Indicadores 79-81

3. Población 81-82
4. Muestra 83
5. Técnicas e instrumentos 84-85
6. Procesamiento metodológico 85
7. Procesamiento de datos 86-88
8. Limitaciones de la investigación 89

IV. Presentación, descripción y análisis de los resultados 90-122

V. Conclusiones 123-128

VI. Recomendaciones 129-131

VII. Bibliografía 132-138

Anexos

BIBLIOTECA
UNADECA
ALAJUELA COSTA RICA

Introducción

BIBLIOTECA
UNADECA
ALAJUELA COSTA RICA

La sociedad le crea al individuo una inmensa cantidad de necesidades, provocando al mismo la búsqueda de la satisfacción. En ocasiones esta búsqueda podría llevar al sujeto a atentar contra su integridad física, emocional y social, lo cual plantea un problema que podría traer más perjuicios que beneficios para el individuo.

Murray en Madsen (1972) presenta la motivación como una serie de necesidades y de presiones que podrían llevar a las personas a dirigir su comportamiento a la satisfacción de las necesidades imperantes en ellos.

Por su parte McClelland en Madsen (1972) retoma tres necesidades básicas que se presentan en las personas; necesidad de logro, necesidad de poder, y necesidad de afiliación.

Estas tres necesidades se encuentran presentes en todos los seres humanos en diferente variación, pero sin ser excluyentes entre sí. Por ende todo ser humano luchará por satisfacer estas necesidades en su cotidianidad; sin embargo no siempre se logra, llevándolos a optar por vías alternas en la

prosecución de las mismas, que podrían acarrear consecuencias negativas para los individuos que las toman.

Los juegos de azar, específicamente, los que ofrecen los casinos, junto con el ambiente que los rodea, podría presentar una forma diferente de satisfacer algunas de estas necesidades que no están siendo satisfechas en la cotidianidad de éstos sujetos.

Sin embargo con el tiempo, estas personas podrían llegar a desarrollar algunas dificultades con el juego, como la Ludopatía (adicción al juego), la cual como cualquier otra adicción, puede llevar a las personas a tener serios problemas ya sea de trabajo, familiares, físicos y psicológicos. Esto sin contar que los casinos ofrecen además de la actividad de juego, otros estimulantes que también podrían ser adictivos.

Por lo tanto se puede asumir que si se identifican estas necesidades, y de qué manera llevan a los diversos comportamientos, se podría conocer cuales son los estímulos que conducen a las personas a mantenerse en una conducta a pesar de los perjuicios que esta les ocasiona.

Por todo lo anterior el objeto de esta investigación, es identificar cual es la necesidad predominante que presentan las personas que frecuentan el casino Fiesta de Alajuela.

BIBLIOTECA
UNADECA
ALAJUELA COSTA RICA

Justificación

Alrededor de los años 40 Carl Rogers inicia lo que actualmente se conoce como la psicología humanista; la cual plantea una concepción de ser humano como una persona valiosa, libre y autónoma.

Carl Rogers genera una nueva concepción del ser humano, la cual plantea que la persona es valiosa por sí misma, constructiva y digna de confianza.

Sin embargo plantea que la sociedad genera situaciones enajenantes que pueden llegar a bloquear el desarrollo constructivo del ser humano. Estas situaciones enajenantes producen que el ser humano pierda contacto consigo mismo, se cierre y adopte actitudes para ser socialmente aceptados.

La sociedad como tal, trata de mantener una homeostasis o equilibrio entre los individuos, lo cual permite que haya uniformidad y parámetros que permiten delimitar lo que es aceptado o no en un círculo social, lo cual lleva a muchos a dejar de lado su individualidad para buscar ser aceptados. Cuando eso no se logra o la persona percibe que no es aceptado, es entonces cuando surge la necesidad apremiante de encontrar un lugar

donde los individuos puedan encontrar esa sensación de aceptación por parte de los demás, y aunque de manera irreal y transitoria, poder obtener la satisfacción de sus necesidades como individuo.

En la búsqueda de esta aceptación y en pro del sostenimiento de la psicopatología que genera equilibrio, la sociedad ha creado objetos, sustancias o lugares donde las personas pueden encontrar una falsa sensación de aceptación, libertad y control de sí mismos.

Halgin & Krauss (2004) dejan notar que vivimos en una sociedad en donde el uso de drogas tanto legales como ilegales se ha vuelto parte central dentro de nuestra cultura y los medios publicitarios inducen a creer que las personas felices, realizadas y aceptadas socialmente, son las que las utilizan.

Los diferentes tipos de drogas, y estimulantes sintéticos, así como las repercusiones a nivel social, producen una gran preocupación por parte de las entidades gubernamentales y no gubernamentales, y como tal se han montado diversos proyectos con los cuales se pretende que la población en general busque maneras no dañinas para tratar sus problemas y conflictos.

BIBLIOTECA
UNADECA
ALAJUELA COSTA RICA

Pero existen entre las que se denominan drogas legales algunas que no son tan estudiadas, ni en los efectos que producen en las personas que las consume o frecuentan ni tampoco las razones por las cuales las personas acuden a ellas para satisfacer sus necesidades.

Y para efectos de esta investigación se denominará a los casinos como una de ellas, ya que las personas que frecuentan estos centros de diversión son potenciales ludópatas, o podrían convertirse en adictos al juego en algún momento de sus vidas.

Sin lugar a dudas el casino, ha pasado de ser un lugar sórdido y socialmente cuestionable, a un centro de diversiones donde se presentan personas de todas las edades, clases sociales y posición económica. Los gobiernos de los países consideran que los altos intereses que cobran para permitir que este tipo de centros de diversiones existan, remuneran a la sociedad en su conjunto por el daño causado a pocos individuos que llegan a tener perturbaciones de tipo adictivas con el juego. Los jugadores pueden llegar a conceptualizar este lugar no sólo como una opción para mejorar su situación económica, si no como un lugar para la satisfacción de distintas necesidades psicológicas.

Por ende la importancia de esta investigación radica en poder identificar estas necesidades psicológicas que lleva a las personas a jugar en el casino, y cuales son las necesidades que están buscando llenar como individuos.

Planteamiento del problema

Murray en Carver y Scheier (1997), propone que una necesidad es un estado interno no satisfactorio: la falta de algo que se requiere para el bienestar, y define la necesidad como una fuerza directriz interna que determina la forma en que la gente decide responder a los objetos o las situaciones de su entorno.

Murray denominó dos tipos de necesidades; las necesidades primarias o viscerogénicas, las que se basan en nuestra naturaleza biológica tales como: la comida, agua, aire, sexo y evitación del dolor y las necesidades secundarias o psicogénicas tales como: las de poder o de logro, estas se derivan de las biológicas o son inherentes a nuestra estructura psicológica.

Murray en Carver y Scheier señalan que "la fuerza de la necesidad influye en la intensidad de la conducta con la que se relaciona. Entre más fuerte sea la necesidad más intensas serán las acciones" (Carver y Scheier, 1997)

Es por lo anterior que conocer las necesidades que se encuentran detrás de las motivaciones que movilizan a las personas es de importancia, puesto que

si se logra establecer cuáles son las necesidades insatisfechas de las personas, se podrá también saber qué buscan para satisfacer dichas necesidades.

Es por todo lo antes mencionado que esta investigación se plantea el siguiente problema de investigación:

¿Cuál es la necesidad predominante que lleva a las personas entre los 20 y los 45 años a jugar frecuentemente en el centro de diversiones Fiesta Casino en Alajuela durante el periodo del 10 al 16 de junio?

Objetivos

Objetivo General

Conocer la necesidad predominante que lleva a las personas entre los 20 y los 45 años a jugar en el centro de diversiones Fiesta Casino en Alajuela durante el periodo del 10 al 16 de junio.

Objetivos Específicos

1. Determinar la necesidad de logro de las personas que juegan en el casino.
2. Identificar la necesidad de afiliación de las personas que juegan en el casino.
3. Determinar la necesidad de poder de las personas que juegan en el casino.

Antecedentes

Antecedentes Nacionales

Guzmán (1983); realizó un estudio titulado: Estudio exploratorio de los factores que afectan la motivación de la comunidad y la moral del sector administrativo de la facultad de odontología de la universidad de Costa Rica, en este estudio se exponen los diferentes factores motivacionales que pueden surgir en un ambiente laboral y las maneras en que se generan repercusiones a corto y largo plazo en los miembros de una organización, de tal manera que los efectos generen reacciones, actitudes y pensamientos distintos en cada persona.

Por su parte Chacón, M. & Jiménez, A. (1990); realizaron una investigación titulada; Exploración de algunos factores motivantes para participar en deporte: Estudio en tres disciplinas deportivas a nivel de la primera división (futbol, voleibol y baloncesto); En el estudio de esta Tesis se considera que la motivación en deportistas es muy importante, pues este tema es parte central

BIBLIOTECA
UNADECA
ALAJUELA COSTA RICA

de la psicología del deporte y de suma relevancia, por lo que debe ser revisada detenidamente.

En ella se da a conocer los conceptos de motivación que manejan los entrenadores de primera división y el uso que hacen de este en su labor.

El estudio realizado por Guzmán (1983), y el realizado por Chacón. & Jiménez. (1990), acentúan la importancia de la motivación humana y si influencia en los individuos, no importando la actividad que realicen.

Conocer cuáles son los motivantes que llevan a las personas a movilizarse hacia un objetivo responde a las diferentes necesidades que los individuos manejan y como buscan satisfacerlas.

Antecedentes Internacionales

En la Universidad Politécnica de Barquisimeto, Camacho (2004); realizó una tesis con el titulo de <u>Autoestima y motivación:</u> Esta Tesis resume la importancia que tiene la motivación en el rendimiento laboral. Esta investigación apunta que generalmente se deposita sobre la motivación

empresarial la responsabilidad de encontrar formas de aumentar el rendimiento de los trabajadores con respecto a las tendencias negativas del desarrollo económico y social. Sin embargo, el problema radica en la aplicación de políticas inadecuadas en un contexto de la empresa u organización sin la motivación a sus trabajadores y la falta de profesionales capacitados para afrontar tales retos en el ambiente laboral. Para esto se debería incluir la motivación como influencia en la organización y mejorar su rumbo de ideas para poder competir en este mundo modernizado.

Gudiño (2001) Presenta en su tesis; La motivación del paciente como alternativa para la prevención de las alteraciones gingivo periodontales; cuan importante es la motivación en los pacientes. La motivación interna refiere el verdadero deseo o disposición de la persona en cambiar su conducta y sus potencialidades para poder intentar y realizar el cambio. Un individuo internamente motivado es un buen candidato para un programa preventivo; más aún, si tiene un historial de logros y metas en su haber, ya que es una persona acostumbrada a luchar para alcanzar sus metas.

Magaña (2006); estudiante de Ingeniería Química de La Universidad de El Salvador. Realizo un estudio sobre la Motivación y desempeño laboral enfoque personal; presenta de una forma clara y precisa las necesidades

que los seres humanos van experimentando constantemente. Es claro que las necesidades de los seres humanos son diversas y en alguna medida difieren de acuerdo a la cultura y con el aprendizaje, es por eso que se hace necesario clasificarlas. También señala que las necesidades del hombre pueden agruparse en básicas, sociales, psicológicas, y existenciales.

Sarraff & Rubio (2001); de la Universidad de La Hababa Cuba, en su tesis llamada: Reflexiones acerca de la motivación profesional en estudiantes Universitarios. Presentan la importancia que tiene la motivación en el estudiante, los logros que obtiene cuando este componente esta activado, Se aborda la importancia de esta temática en el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje, la importancia que tiene la labor del profesor universitario en el desarrollo de la motivación profesional desde su actividad docente diaria, la influencia que la motivación posee en los resultados académicos de los estudiantes y se aborda esta problemática de forma general en los estudios farmacéuticos, destacándose, en este caso, la necesidad de fortalecer la motivación hacia la profesión, con especial énfasis en los primeros años de la carrera .

En la Universidad Abierta de México DF, García (sf); con su trabajo llamado Motivación Individual; se refiere a la relevancia de la motivación individual y

de su relación con los resultados satisfactorios, así como también de la importancia de las diferentes teorías que se han generado en relación con este tema. Los primeros teóricos de las necesidades, como Murray, que sugirieron listas de necesidades que pueden ser de interés académico, pero que prometen muy poco por lo que se refiere a brindar un instrumento que pueda usarse para comprender el desempeño de las tareas de la vida diaria en el trabajo. Sin embargo, este instrumento estaba a la mano. Consiste en el concepto de jerarquía de las necesidades desarrollado por Abraham Maslow y hecho popular por numerosos escritores sobre administración, siendo el principal Douglas McGregor.

Marco Teórico

Marco Teórico

1. Historia de la motivación

Por medio de la bibliografía revisada se pone de manifiesto la carencia de antecedentes sobre las teorías o sobre estudios de motivación, aunque llama la atención el hecho de que las diferentes teorías de la motivación no suelen tener antecedentes claros, aunque desde hace mucho tiempo el hombre se ha preguntado acerca de los diferentes motivantes que las personas tienen para realizar una acción o dejar de realizar otra.

McTeer (1978) señala que los primeros indicios de la teoría de la motivación, se encuentra en los postulados de la filosofía griega. Estos no centraron a la motivación en si como un objeto de estudio, si no que sus conceptos de motivación se deducen partiendo de su cultura y las diferentes teorías que desarrollaron.

Los filósofos griegos explican la motivación de la siguiente manera:

"Aristóteles y otros filósofos de la antigüedad describieron el "deseo" o los "impulsos" como una de las "fuerzas mentales" o "facultades", facultad esta ubicada en el mismo nivel de la percepción, la imaginación y el sentimiento" (Madsen, 1972)

Por ejemplo Bolles menciona que "Platón, al igual que la mayoría de los filósofos griegos, pensaba que lo que hoy llamamos determinantes motivacionales de la conducta tenia poco que ver con la conducta del hombre, pues se les contrarrestaban con la facultad de razonar. Como el hombre es capaz de elegir metas, mientras el intelecto tenga libertad para decidir sus acciones, el determinante de la acción será la elección de una meta". (Bolles, 1976)

Como se puede observar en los postulados de los filósofos griegos, el ser humano se conceptualiza como un ser activo, racional, y con capacidad de decidir, por ende, el intelecto y la voluntad dirigían la conducta. Esta forma de pensamiento ocasionó una brecha de tiempo en la que se dejó de estudiar los motivos que se encontraban detrás de cada comportamiento, ya que se consideró como una verdad absoluta, no fue hasta la época del renacimiento que filósofos y pensadores de la época retoman este fenómeno de la motivación humana.

2. Proceso de la motivación

La motivación es más un proceso dinámico que un estado fijo. "Si se define la motivación como dinámica, se afirma que los estados motivacionales están en un continuo flujo, de un estado de crecimiento y declive perpetuo" (Reeve, 1994)

Para definir el proceso motivacional, es necesario dar un concepto de lo que es un motivo. Larsen y Buss (2005) refieren que los motivos son estados internos, que estimulan y dirigen el comportamiento hacia objetos o metas específicas.

Con frecuencia un motivo es causado por una deficiencia, una falta de algo, lo cual desequilibra la homeostasis del cuerpo y lleva a movilizar a la persona, para recuperar la homeostasis inicial.

Morris (1997) refiere que "Los motivos nos mueven hacia alguna clase de acción, la cual puede ser tan drástica como asesinar a alguien, o tan mundana como tamborilear sobre la mesa cuando nos sentimos nerviosos. La motivación ocurre estemos consientes de ella o no." (Morris, 1977).

En otras palabras, un motivo es una fuerza interna directiva, ya sea un deseo o una necesidad específicas que activan el organismo y dirigen, la conducta hacia una meta.

Reeve expone lo siguiente con respecto a la fuerza de los motivos:

> Los seres humanos tienen muchos motivos al mismo tiempo. A veces, se puede tener un motivo bastante fuerte y varios motivos no tan fuertes. El motivo más fuerte es el que tendrá la mayor influencia sobre la conducta. Aunque los motivos más subordinados no afectan la conducta de forma inmediata, se poseen toda una gama de motivos subordinados que pueden en un momento dado entrar en la corriente de la conducta (Reeve, 1994)

Larsen y Buss (2005) explican que los motivos difieren entre sí en tipo y cantidad, de tal manera que el hambre difiere de la sed, y ambos difieren de la motivación de logro. Los motivos varían de intensidad, dependiendo de la persona y sus circunstancias.

Se puede decir entonces, que los motivos con frecuencia se basan en necesidades; que son estados de tensión dentro de la persona. Lo que

implica que cuando una necesidad se satisface, el estado de tensión se reduce.

Larsen y Buss (2005) exponen que los motivos impulsan a las personas a percibir, pensar, y actuar en formas específicas que satisfacen la necesidad que se tiene.

Reeve (1994) señala que muchos de los motivos, aunque no todos, se adhieren a un proceso cíclico de cuatro etapas:

1. Anticipación: En esta etapa, la persona tiene conciencia de la emergencia y la satisfacción de un motivo, está generalmente caracterizado por un estado de privación o el deseo de conseguir una meta.
2. Activación y dirección: En esta fase el motivo por un estimulo que puede ser extrínseco o intrínseco.

3. Realización y Feedback: En esta fase la persona realiza conductas dirigidas que le permiten aproximarse a un objeto meta deseable o en dado caso alejarse de un objeto-meta aversivo. También la persona evalúa la efectividad de la conducta dirigida.

4. Resultado: En esta fase la persona vive las consecuencias de la satisfacción del motivo. Si el motivo no está satisfecho, la conducta persistirá.

Palmero et al (1997) menciona que un refuerzo o estimulo también incrementa la probabilidad de ocurrencia de una conducta porque, generalmente, cualquier individuo busca aquellos resultados que le reportan placer o satisfacción o se aleja de aquello que le produce dolor o malestar.

Así se puede decir que, potencialmente, los refuerzos tienen aspectos relacionados con la información y con la producción de satisfacción. Un refuerzo incrementa la probabilidad de ocurrencia de una conducta porque proporciona información acerca de la calidad de la conducta llevada a cabo.

3. Principales exponentes

3.1 Abraham Maslow

Los motivos humanos se estudian desde las más diversas perspectivas, desde los puntos de vistas más objetivos hasta los más subjetivos. El holismo por ejemplo postula que el ser humano es un ser integral y organizado, no una serie de partes diferenciadas, eso quiere decir que el organismo entero puede estar motivado, no sólo una parte del mismo.

"El criterio original de la motivación es de una naturaleza subjetiva. Estoy motivado cuando siento el deseo quiero, procuro, deseo o carezco". ***(Abarca, 1995)***

El humanismo es un movimiento que se identifica fuertemente con la perspectiva holística y pone énfasis especial en la noción del self y la autorrealización.

Para Abraham Maslow psicólogo humanista "una sólida teoría motivacional debería suponer que la motivación es constante, que nunca termina, fluctúa

y que es compleja, y que casi es una característica universal de prácticamente cualquier situación del organismo". (Cofer & Appley, 1975)

Por lo anterior se puede decir que la motivación es necesaria para que los seres humanos se muevan y obtengan los resultados que desean. Toda actividad tiene en sí misma una motivación. Lo cual permite que el ser humano se acerque o se aleje de algo.

La tendencia general de las personas saludables, plantea Maslow en Abarca (1995), es hacia el crecimiento; no se guían por carencias o insuficiencias. Desean avanzar, quieren trascender lo inmediato.

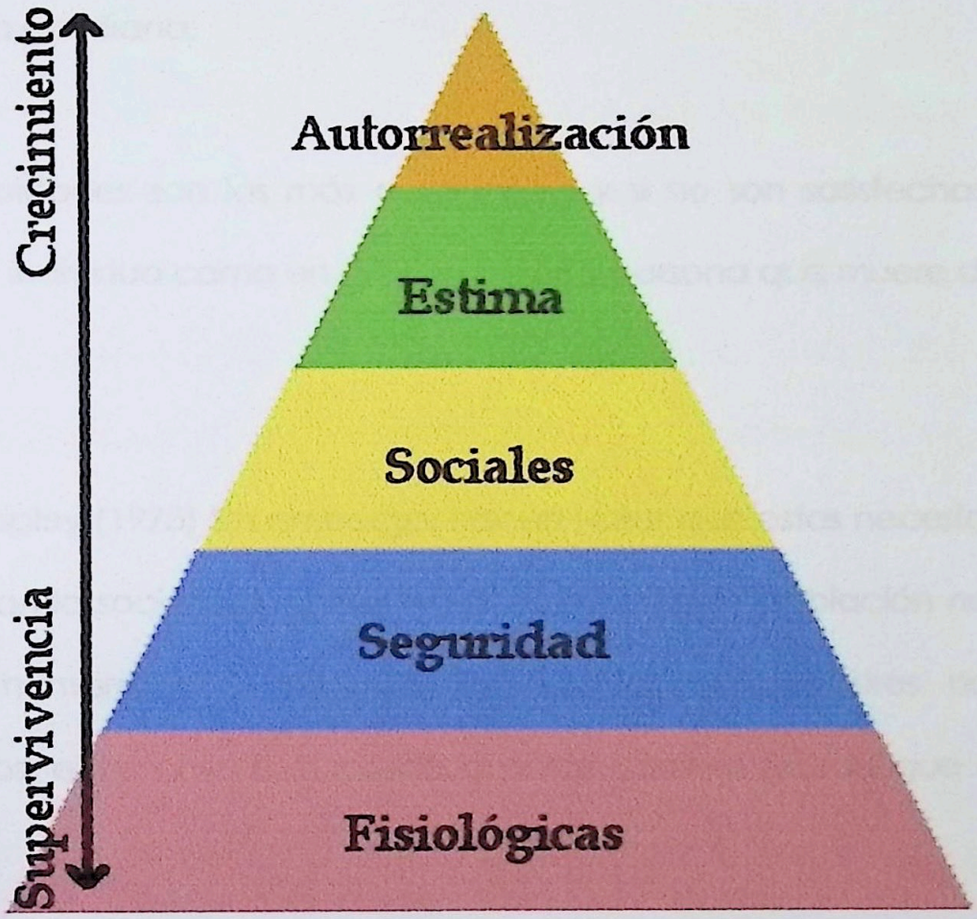
Es decir que las personas que han logrado satisfacciones básicas no descansan, siempre existe un motor que los impulsa a nuevos logros y búsqueda de la misión que se han propuesto realizar en la vida.

Maslow es uno de los primeros teóricos que propone una lista de necesidades humanas, lo cual permite que el tema sea más ampliamente conocido y estudiado.

Maslow, en Halgin & Krauss (2004) propone una jerarquía motivacional en cinco niveles, la cual describe el orden en que debe cubrirse las necesidades humanas.

La premisa básica que Maslow propone es que las personas logren la autorrealización; para que ésto suceda es necesario que se satisfagan antes las necesidades físicas y psicológicas más básicas. Es necesario que las personas satisfagan las necesidades primarias antes de poder progresar en la pirámide de necesidades. Maslow afirma que un filósofo hambriento no puede filosofar, aunque hay sus excepciones en las cuales las personas sacrifican sus necesidades básicas por una causa, pero eso es la excepción y no la regla.

La jerarquía de Maslow se presenta de la siguiente manera:



3.1.1 Necesidades fisiológicas

Las necesidades básicas para el sustento de la vida humana son: alimento, agua, calor, abrigo y sueño. Según Maslow, en tanto estas necesidades no sean satisfechas en el grado indispensable para conservación de la vida, las demás no motivarán a los individuos. Abarca (2003) se refiere a ellas como

necesidades básicas que son sentidas por los individuos como parte de su experiencia cotidiana.

Estas necesidades son las más dominantes y si no son satisfechas, pueden dominar al individuo como en el caso de una persona que muere de hambre y de sed.

Cofer & Appley (1975) Sin embargo, hacen notar que estas necesidades rara vez dominan la sociedad, al menos la mayoría de la población no teme en morir de hambre, no obstante en épocas de desastres naturales o económicos, el hambre o el miedo a pasar hambre puede que domine la conducta.

Es decir, que las personas que han logrado satisfacer sus necesidades fisiológicas, están aptos para alcanzar nuevos logros y siempre existe un motor que los impulsa a tener nuevas metas.

3.1.2 Necesidades de seguridad

Cuando las necesidades fisiológicas se mantienen compensadas, entran en juego estas necesidades. Las personas comienzan a preocuparse en hallar cuestiones que provean seguridad, protección y estabilidad. Incluso podrían desarrollar una necesidad de estructura, de ciertos límites, de orden. Se busca librarse de riesgos físicos y del temor a perder el trabajo, la propiedad, los alimentos o el abrigo.

Cofer & Appley (1975) refiere que varias de las medidas de seguridad que los adultos adoptan, tales como el ahorro, seguros, entre otros. Son medios que proporcionan seguridad ante el ambiente o cualquier cosa que pudiera perturbarlos.

Sin embargo Dicaprio (1989), señala que las necesidades de seguridad pueden darse por el miedo, ya sea el miedo a lo desconocido, a la confusión, al caos.

Generalmente, las personas temen a perder el control de su entorno o de las circunstancias que lo rodean; a convertirse en alguien vulnerable o débil y a no poder enfrentarse a los nuevos retos de la vida.

Por lo anterior las necesidades de seguridad se convierten en una prioridad cuando las necesidades fisiológicas están cubiertas.

3.1.3 Necesidad de aceptación social y amor

Los individuos como seres sociales experimentan la necesidad de pertenencia, de ser aceptados y amados por los demás.

Dicaprio (1989) incluye en esta categoría una variedad de necesidades orientadas al deseo de tener relaciones cercanas con otras personas, ser aceptados en una sociedad o grupo, pertenecer a un ambiente familiar y trabajar en acciones grupales para el bien común. Maslow continúa diciendo que estas necesidades se ven reflejadas cuando existe cierto grado de satisfacción tanto en las necesidades fisiológicas, como en las de seguridad.

En Cofer & Appley (1975) Maslow menciona que la persona sentirá agudamente, como nunca antes, la ausencia de amigos, o de la novia o de la esposa, o de los niños. Tendrá hambre de relaciones afectuosas con la gente en general; a saber, por un lugar en su grupo, y luchará intensamente por lograr su meta. Deseará obtener tal lugar más que cualquier otra cosa en

el mundo, e incluso podrá olvidar que alguna vez cuando estuvo hambrienta se burlaba del amor por irreal o innecesario, o por no tener importancia.

Dicaprio (1989) menciona que las necesidades de amor y pertenencia son particularmente evidentes durante la adolescencia y la edad adulta joven, es por esa razón que se varía entre fuertes deseos de tener una relación estrecha de compañerismos, con un miembro del mismo sexo, como también, ser aceptado como miembro de una pandilla muy cerrada, al igual que tener una relación amorosa con un miembro del sexo opuesto.

Es importante recordar que para Maslow era primordial que las necesidades primarias fueran satisfechas antes que las secundarias, y así sucesivamente hasta llegar a la autorrealización

3.1.4 Necesidades de autoestima

De acuerdo con Maslow, una vez que las personas satisfacen sus necesidades de pertenencia, tienden a desear la estimación tanto propia como de los demás. Este tipo de necesidad produce satisfacciones como poder, prestigio, categoría y seguridad en uno mismo.

De la misma manera en que los seres humanos tenemos necesidades asociadas a nuestra constitución fisiológica, tenemos también necesidades asociadas a nuestra constitución psicológica.

Maslow en Dicaprio (1989) refiere que las necesidades de estima pueden subdividirse en dos clases:

1. Las que se refieren al amor propio, al respeto así mismo, a la estimación propia y la autoevaluación.

2. Las que se refieren al respeto de otro, ya sea reputación, éxito social, gloria y otras cosas parecidas.

Cada uno de los seres humanos tiene la tendencia a evaluarse a si mismo de una manera aceptable o no aceptable, generalmente medidos por lo que los demás ven en nosotros o lo que creemos de nosotros mismos.

Dicaprio subraya que; "Antes de lograr un nivel de estar envuelto orgullosamente en nuestras actividades, buscamos el respeto y la seguridad de otros en el sentido de que valemos" (Dicaprio, 1989).

Maslow en Cofer & Appley (1975) recalca en que debe merecerse el respeto de los otros y que la gratificación de estas necesidades provoca, sentimientos de confianza en si mismos, de dignidad, de fuerza, de capacidad y de adecuación.

3.1.5 Necesidades de autorrealización

Maslow consideró a ésta como la necesidad más alta de su jerarquía. Se trata del deseo de llegar a ser, lo que se es capaz de ser; de optimizar el propio potencial y de realizar algo valioso.

Acerca de la necesidad de autorrealización Abarca dice que "Las personas en el camino de autorrealización tienen una percepción de carácter más integradora en cuanto a las personas y a la vida en general. Quieren a las personas tomando en cuenta sus debilidades y cualidades; no aman por necesidad de dependencia o por temor a la soledad. Pueden desprenderse de su ego y ser mas espontáneos y libres para asociarse con los demás". (Abarca, 2003).

Maslow en Cofer & Appley (1975) presenta una lista de 15 características de la persona autorrealizada.

1. Una percepción más eficiente de la realidad y relaciones más cómodas con ellas.

2. Aceptación del yo y de los otros.

3. Espontaneidad.

4. Centrar problemas.

5. Separación: La necesidad de intimidar.

6. Autonomía: Independencia cultural y de ambiente.

7. Continúa frescura en la apreciación.

8. Experiencia mística o sentimiento oceánico.

9. Interés social.

10. Relaciones interpersonales profundas.

11. Estructura democrática del carácter.

12. Discriminación entre medios y fines.

13. Sentido del humor.

14. Creación.

15. Resistencia a la inculturación.

En esencia dice Abarca (2003) el sentido de la autorrealización se entiende como la permanente necesidad de las personas de construir su propio proyecto de vida de ser él mismo de hacerse a sí mismo y por no guiarse por las necesidades que implican carencias. Y es así que la posibilidad de llegar a la autorrealización depende de la satisfacción mínima de las necesidades básicas.

Para Maslow "Son pocas las personas que pueden considerarse autorrealizadas o en el camino de alcanzar la autorrealización y esto se debe

a que necesidades de abrigo, de vivienda, de comida, de vestido no han sido cubiertas y, por lo tanto, guían la vida de las personas". (Abarca, 2003).

De esto se deduce que la motivación surge primero como un proceso de supervivencia, cuando son las motivaciones y necesidades innatas como por ejemplo, el hambre, la sed, etc.

Una cita de Maslow en Cofer & Appley (1975) menciona que cuando las necesidades fisiológicas y de seguridad están cubiertas, surgen las necesidades de pertenencia y amor. Y es cuando la persona empieza a sentir una fuerte necesidad por la socialización e interacción con el medio social que le rodea, a la misma vez que desea alcanzar logros y metas propuestas.

Estas necesidades con frecuencia se ven frustradas por la sociedad y esto se convierte en la base para el mal ajuste y la psicopatología. Maslow propone que la gratificación de estas necesidades provoca "sentimientos de confianza en sí mismos, de dignidad, de fuerza, de capacidad, y de adecuación" (Cofer & Appley, 1975).

Maslow también propone tres aspectos fundamentales acerca de la motivación humana:

1. Las necesidades básicas están estructuradas dentro de la jerarquía según su grado de primacía y fuerza relativa.

2. Entre más baja se encuentre la necesidad dentro de la jerarquía, aparece antes en el desarrollo filogenético como ontogenético. Por lo tanto las necesidades de seguridad y protección son características de los niños, los jóvenes y los animales inferiores, mientras que las necesidades de valoración, son necesidades características de los adultos y son únicamente humanas.

3. Las necesidades son satisfechas de manera progresiva, de abajo hacia arriba, por lo tanto, antes de que una persona busque la valoración y la autorrealización, deberá tener satisfechas las necesidades fisiológicas y las de seguridad.

Los procesos de motivación al igual que otros procesos psicológicos, se van estructurando a medida que la persona se desarrolla. Por tanto las necesidades psicológicas como la socialización, el poder, la valía etc., surgen

en personas adultas que ya tienen sus necesidades fisiológicas y de seguridad medianamente satisfechas.

3.2 Henry Murray

Henry Murray fue uno de los primeros teóricos de la personalidad que se intereso en el debate de sí la estructura de la personalidad se describía mejor en términos de rasgos o era de forma más dinámica en término de necesidades o motivos.

Murray nació en 1893 en la ciudad de New York. Durante su vida, sus estudios incluyeron desde historia hasta la medicina.

Carver & Scheier (1997) mencionan que Murray se permitió interesarse en la psicología, a partir del primer encuentro con Jung. Murray había acudido a Jung, por el remordimiento que sentía puesto que se había enamorado de una joven estando casado, el problema era que Murray no quería dejar a su esposa ni a su amante y deseaba encontrar una solución que le permitiera quedarse con las dos.

Tanto Murray como Jung tenían una amante, con la diferencia que Jung no sentía remordimientos. La solución que Jung le dió fué que continuará abiertamente con las dos relaciones.

La experiencia que le dió a Murray el haber consultado con un psicólogo y obtener una respuesta que parecía funcionar, lo condujo a pensar seriamente en la psicología como carrera.

Murray comenzó a aprender psicología en su aspecto más crudo, mediante tratos con drogadictos, prostitutas, tragasables y hampones. Se preparó como psicoanalista entre 1927 y 1935 cuando era director de la nueva clínica psicológica en Harvard.

En 1938 "Murray acuña el término de personología que significa estudio científico de la persona total y en la misma fecha publicó el libro Exploración y personalidad" (Dicaprio, 1989)

Murray reunió a su alrededor a un grupo de jóvenes maduros, capaces y estudiosos, muchos de los cuáles son psicólogos notables por su propio derecho. Fue galardonado con el Premio a La Contribución Científica Distinguida de La Asociación Psicológica Estadounidense y con La Medalla

de Oro de La Fundación Psicológica Estadounidense, por sus contribuciones a la psicología. Murray murió en 1988.

3.2.1 Teoría de Henry Murray

Dicaprio (1989), postula que para Murray era importante desarrollar conceptos funcionales para entender y clasificar las causas y conductas humanas, tanto ambientales como intrapsíquicas. Murray reconoce a la personalidad como una estructura real con fuerzas activas: necesidades, capacidades y, logros.

Murray explica que las necesidades "A veces son provocadas directamente por procesos internos de cierto tipo que surgen en el curso de secuencias vitales, pero más frecuentemente por la ocurrencia de alguna de las presiones comúnmente eficaces". (Madsen, 1972)

Es decir, según lo explica Bolles (1976) en el sistema de Murray las necesidades pueden ser producidas por perturbaciones fisiológicas, pero es más característico que se formen a partir de eventos particulares del ambiente que implican amenazas o promesas completas para el individuo.

Carver & Scheier (1997) señalan que cuando las necesidades y los motivos son fuertes, se reflejan en el tipo de conducta que suele considerarse relacionada con la personalidad. Sin embargo los efectos de la motivación tienen dos facetas; necesidades temporales y necesidades a largo plazo.

En Carver & Scheier (1997) Murray denomina dos tipos de necesidades:

1. Necesidades primarias o vicerogénicas: estas se basan en la naturaleza biológica y son las de comida, agua, aire, sexo, y evitación del dolor.

2. Necesidades secundarias o psicogénicas: tales como las de poder o de logro, estas se derivan de las necesidades biológicas y son inherentes a nuestra estructura psicológica

Murray decía que las necesidades tenían base fisiológica y estaban relacionadas con fuerzas químicas en el cerebro. Las necesidades podían surgir tanto de los procesos internos como de los acontecimientos externos pero todas las necesidades creaban un estado de tensión en la persona, que si eran satisfechas producían una reducción de la tensión. Él afirmaba que

algunas (pero no todas) conductas estaban gobernadas por un conjunto nuclear de necesidades humanas universales.

Por lo anterior Murray expresa:

> "La fuerza de la necesidad influye en la intensidad de la conducta con la que se relaciona. Entre más fuerte sea la necesidad más intensas serán las acciones. La idea de intensidad abarca cualidades como el vigor, el entusiasmo o la minuciosidad con que se realiza una conducta, pero también se expresa de manera menos obvias; por ejemplo la fuerza de la necesidad determina prioridades como: que acción emprender primero y cual dejar para después". (Carver & Scheier, 1997).

Reeve (1994) comenta que todas las personas tienen una serie de necesidades básicas que energetizan y dirigen su conducta hacia la satisfacción de aquellas necesidades, sobre las que se basaba la personalidad del ser humano.

Murray en Dicaprio (1989) recalca el hecho de que todos estamos familiarizados con las necesidades vicerogénicas o fisiológicas. Aunque éstas

son absolutamente esenciales para la conservación de la vida, por lo general tienen poco que ver con el desarrollo y funcionamiento de la personalidad a menos que halla una privación o un exceso interno de las mismas, entonces las consecuencias son desastrosas e incluso fatales.

Las necesidades psicógenas, por lo general, no son un factor en la supervivencia, aunque esenciales para el desarrollo y el funcionamiento de la personalidad.

Murray en Madsen (1972), refiere que cuando una necesidad se hace activa de forma secuencial, sobreviene un curso de conducta característico. Las necesidades psicogénicas o secundarias presumiblemente dependientes y derivadas de las primarias pueden ser objeto de una enumeración breve. Ellas representan deseos y sistemas comunes de reacción.

De éstas no se supone que sean impulsos biológicos fundamentales aunque algunas pueden ser innatas.

En su libro Exploración de la personalidad citado por Madsen, Murray introduce una división en el ciclo de la necesidad:

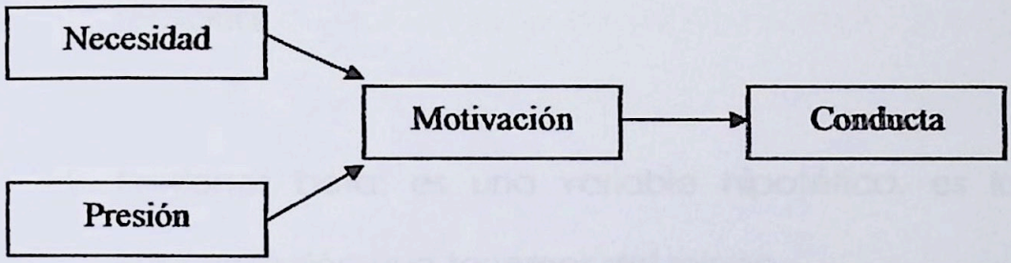
"Por conveniencia, el ciclo de una necesidad puede dividirse en tres periodos: primero el periodo refractario, ningún incentivo puede excitarla; segundo el periodo inducible o aprestado, durante el cual la necesidad está inactiva, pero puede excitarla un estimulo adecuado; tercero el periodo activo, durante el cual la necesidad determina la conducta del organismo total". (Madsen, 1972).

Carver & Scheier (1997) aclaran que es difícil distinguir una necesidad de un motivo, no obstante, existe una razón para sostener la distinción entre los conceptos de motivación y necesidad, incluso las necesidades psicogénicas.

Aunque las necesidades influyen en los motivos, éstos no son la única influencia, los motivos también están determinados en parte por acontecimientos externos. Murray utilizo el término presión para referirse a estas influencias internas. Por lo tanto una presión es una condición o estimulo externo que crea el deseo de obtener o evitar algo y que ejerce así una influencia motivacional, justo como lo hace una necesidad.

Carver & Scheier (1997) añaden que los estados internos de necesidad y las presiones externas pueden influir en la motivación para realizar ciertas actividades, que a su vez se manifiestan como conducta abierta.

El siguiente esquema explica la forma en que se da la motivación:



Dicaprio (1989), dice que la presión nos brinda conocimiento del medio ambiente de una persona en particular. Específicamente, podemos descubrir cuáles aspectos del medio ambiente son percibidos como amenazadores, peligrosos, favorables, provechosos, etc.

Dicaprio continúa explicando que frecuentemente, una necesidad es activada por una presión y le da prioridad a ciertas actividades, que calman la necesidad y reducen la tensión.

Se debe señalar que las necesidades pueden provocar directamente la conducta sin ninguna presión aparente. Pero las necesidades pueden otorgar significado a cierta presión más que a otras.

Madsen (1972), refiere que Murray dividió la presión en dos tipos:

1. Presiones alfa: es una variable empírica, lo que el objeto es en la realidad.

2. Presiones beta: es una variable hipotética, es la percepción o la interpretación que tenemos del mismo.

Murray explica en Dicaprio (1989) que se tendría que conocer la presión beta, si se desea asegurar una representación de la manera en que el medio ambiente afecta a un individuo en particular. Las distorsiones entre las presiones alfa y beta, podrían conducir a pensamientos ilusorios y a trastornos de conductas graves, puesto que los eventos podrían ser percibidos de manera distinta por dos individuos.

Un ejemplo de lo anterior, se podría ver la sonrisa como una señal de amabilidad y una invitación no verbal para comenzar una conversación. Por otra parte, otra persona, podría ver la sonrisa como una sonrisa afectada y en consecuencia sospechar que el extraño se esta riendo de ellos. Por lo tanto de manera objetiva – presión alfa- era la misma sonrisa. De manera

subjetiva – presión beta- era un evento muy diferente para estas dos personas.

Por lo anterior, el conocimiento de las necesidades y la presión beta permite entender mejor la conducta y predecirla potencialmente.

Reeve (1994), señala que Murray se vio en la tarea de identificar las necesidades humanas nucleares para apoyar su creencia de que la conducta humana esta gobernada por un conjunto de necesidades universales. Este decidió hacer una lista de todos los motivos señalados como importantes por los anteriores teóricos de la personalidad, entre ellos, Freud, Jung, McDougall y luego investigarlos.

De esta manera Murray en Reeve (1994) expone una lista de 20 necesidades humanas que se enumeran a continuación:

1. Sumisión: Rendirse, buscar y gozar del daño, la culpa, la crítica y el castigo. Auto - depreciación. Masoquismo

2. Logro: Superar obstáculos y llegar a un estándar alto. Superar a los demás. Esforzarse y alcanzar el dominio.

3. Afiliación: Formar amistades y asociaciones. Saludar, juntarse y vivir con otros. Cooperar y conversar de forma sociable con otros.

4. Agresión: Asaltar o herir a otros. Luchar. Oponerse con fuerza, humillar, hacer daño, acosar o despreciar a otros. Vengarse de un daño hecho.

5. Autonomía: Resistirse al influjo o la coacción. Resistirse a las normas. Ser independientes y libre de actuar por impulso.

6. Contrarrestación: Adquirir domino sobre o compensar un fracaso volviendo a esforzarse. Superar una debilidad. Mantener el honor, el orgullo y la dignidad.

7. Defensa: Defenderse contra las acusaciones, la critica, la humillación. Ofrecer explicaciones y excusas. Resistirse a la indagación.

8. Deferencia: Admirar y seguir los pasos de otro aliado superior. Cooperar con un líder. Elogiar y honrar.

9. Poder: Influenciar o controlar a otros. Persuadir, prohibir, dictar, ordenar. Restringir, organizar la conducta de un grupo.

10. Exhibición: Atraer la atención sobre la propia persona. Causar impresión. Excitar. Divertir, provocar, intrigar, sorprender y causar sensación a otros.

11. Evitación del dolor: Evitar el daño, las heridas físicas, la enfermedad y la muerte. Escaparse de una situación peligrosa. Tomar medidas de seguridad.

12. Infra evitación: Evitar el fracaso, la vergüenza, la humillación y el ridículo. Desistir de la acción por miedo al fracaso.

13. Nutrición: Nutrir, ayudar o proteger a otro indefenso. Compadecerse. Cuidar de un niño. Alimentar, ayudar, apoyar, consolar, sanar, curar

14. Orden: Arreglar, ordenar y guardar cosas. Ser limpio y ordenar. Ser metódicamente preciso.

15. Juego: Relajarse, divertirse, buscar diversión y entretenimiento. Pasárselo bien y jugar, reír, bromear y estar alegre. Divertirse por divertirse.

16. Rechazo: Despreciar, ignorar o excluir a otros. Ser altivo e indiferente. Ser selectivo.

17. Sensitividad: Buscar y disfrutar de la sensualidad.

18. Sexo: Formar y llevar adelante una relación erótica. Tener relaciones sexuales.

19. Socorro: Buscar ayuda, protección o compasión. Pedir ayuda. Pedir clemencia. Adherirse al padre que proporciona afecto y alimento. Ser dependiente. Tener apoyo.

20. Comprensión: Analizar la experiencia. Abstraer, discriminar entre conceptos, definir las relacione, hacer una síntesis de las ideas.

Reeve (1994) señala que Murray se propuso evaluar estos motivos de múltiples maneras por que veía que los motivos se expresaban de muchas maneras, mediante las conductas de aproximación, de evitación, de atención selectiva, por medio de fuertes reacciones emocionales.

Para medir los motivos humanos Murray decidió usar todas las técnicas posibles. Hizo uso de cuestionarios, entrevistas, asociación libre, diarios, escritos autobiográficos, las observaciones de grupo y de contextos experimentales además de observar las reacciones ante la frustración, la música y el humor.

Murray en Larsen y Buss (2005) sostenía que las necesidades de una persona influyen en la forma en que percibe el ambiente, sobre todo cuando el ambiente es ambiguo. El acto de interpretar el ambiente y percibir el significado de lo que esta sucediendo en una situación es denominada como apercepción.

Reeve (1994) menciona que la mayor aportación de Murray fue la creación del Test de apercepción Temática (TAT) para medir las necesidades humanas.

Este consiste en un conjunto de dibujos en blanco y negro, los cuáles son ambiguos. Se le pide a la persona a quien se le está administrando el test, que haga una historia acerca de lo que esta sucediendo en la imagen. Se anima a la persona a decir una historia corta, que tenga un principio, una

parte media y un final, con el fin de identificar los motivos particulares de las personas.

Según Reeve (1994) la palabra apercepción se refiere a la tendencia humana a percibir más allá del objeto estímulo, es decir, apercibir. Cuando una persona apercibe, proyecta sus interpretaciones personales sobre el objeto que está percibiendo.

La palabra temática se refiere al tema que se expresa en la historia que se inventa en cada lámina.

3.3. David McClelland

El psicólogo estadounidense David McClelland ha realizado una importante contribución en el área de la psicología de la motivación; con una serie de artículos de tipo experimental y teórico así como el haber realizado estudios con una edición estandarizada del TAT de Henry Murray.

Para McClelland y sus colaboradores, según lo exponen Cofer y Appley (1971) era relevante establecer por medio de sus estudios, a) un

procedimiento satisfactorio para medir el motivo humano, que posiblemente era un motivo aprendido y de lograr encontrar ese procedimiento, b) estudiar las correlaciones del motivo de la conducta y c) estudiar cuales eran los factores implicados de su desarrollo en las personas.

Madsen (1972), refiere que para McClelland el término motivación es peculiar en dos aspectos: 1) todos los aspectos son adquiridos, y 2) la motivación se basa en el afecto. Al término motivo lo define como, una asociación afectiva, que se manifiesta como una conducta intencionista determinada por la asociación previa de señales de placer o dolor.

En su libro *Notes for a revised theory of motivation* citado en Madsen, McClelland define al motivo como "Una asociación afectiva, que se manifiesta como conducta intencionista determinada por la asociación previa de señales y el placer o dolor" (Madsen, 1972)

Por lo dicho anteriormente, y según la definición de McClelland, "Todos los motivos son adquiridos y toda motivación se basa en emociones; no es idéntica a ellas, se trata más bien de una expectativa de cambio en la condición afectiva" (Madsen, 1972)

BIBLIOTECA
UNADECA
ALAJUELA COSTA RICA

McClelland en Madsen (1972) continúa diciendo que existen dos hipótesis posibles sobre la adquisición de motivos: 1) la asociación se construye sólo entre una señal y un estado afectivo cambiante, y 2) la asociación puede también establecerse entre una señal y un estado afectivo estático.

La teoría motivacional de McClelland se basa en los afectos, los cuáles son producidos por la asociación de ideas y experiencias pasadas. La asociación se fija a través de la identificación de las ideas y experiencias pasadas, con ciertas señales de dolor o placer. El individuo adquiere los motivos; éstos descansan en la expectativa de variación de la situación afectiva. Así, el esperar placer o dolor, de acuerdo con experiencias pasadas, supone controla la motivación de la persona.

Los afectos representan procesos vitales y son exteriorizados por el individuo, ya sea verbalmente o por medio de sus actos. Desde que nace, la persona adquiere afectos y la incorporación de éstos le determina el nivel de adaptación de su organismo y su percepción del medio ambiente.

McClelland en Madsen (1972) presenta la hipótesis de que el placer está determinado desde el nacimiento y expone que hay dos tipos de motivos posibles:

A. El positivo o de aproximación: Es una expectativa de placer o satisfacción.

B. El negativo o de evitación: Es una expectativa de displacer o dolor.

Como para McClelland todos los motivos son adquiridos, él no traza ninguna diferencia entre los psicógenos secundarios y los biogénicos primarios.

No obstante, él explica que las necesidades primarias o biológicas casi siempre determinan conductas que procuran satisfacción o placer, de tal manera que están dirigidas hacia el crecimiento y la homeostasis fisiológica del ser humano, puesto que de otro modo el ser humano, moriría y éstos se aprenden muy pronto en la vida.

También, algunos motivos secundarios o psicógenos son relativamente universales en los seres humanos, esto a pesar de que están determinados por estímulos extemos. Algunos motivos secundarios pueden estar tan determinados a nivel cultural, que el motivo se aprende muy tempranamente y sigue siendo por el resto de la vida de la persona, tan intenso como los determinados biológicamente.

McClelland basó gran parte de su investigación en las orientaciones hacia el logro, el poder y la afiliación. De las tres necesidades, McClelland descubrió que algunas personas manifestaban diferentes formas de actuar y comportarse, dependiendo de los motivos que presentaban.

3.3.1 Necesidad de logro

Carver y Scheier (1997) exponen que la motivación de logro es el deseo de hacer las cosas bien, de obtener placer conforme se superan los obstáculos y realizar un mejor desempeño. Las personas que manifiestan la necesidad de logro, presentan sentimientos positivos respecto al éxito, o negativos con relación al fracaso.

Se puede decir entonces que el motivo de logro es el impulso de superación en relación a un criterio de excelencia establecido.

McClelland en Reeve (1994) define la necesidad de logro como el éxito en la competición con criterio de excelencia. Criterio de excelencia es una definición muy amplia, ya que pueden estar relacionados con la tarea con uno mismo o relacionado con los otros.

McClelland expone que "La situaciones de logros se parecen entre sí en la medida en que la persona sabe que su rendimiento llevara a una evaluación favorable o desfavorable, lo que produce una reacción emocional de orgullo ante el éxito y de vergüenza ante el fracaso". (Reeve, 1994).

Por otro lado Larsen y Buss (2005) definen la necesidad de logro como el deseo de hacer las cosas mejor, de ser exitoso y de sentirse competente.

Estos autores explican que los individuos con una alta necesidad de logro prefieren niveles moderados de desafío, que no sean demasiado altos, ni tampoco demasiado bajos. Esto se puede explicar debido a que la persona alta en la necesidad de logro es motivada para hacerla mejor que otros. Una tarea que es casi imposible de lograr no será atractiva para ella, debido a que no proporcionará una oportunidad para hacerlo mejor que los demás, por otro lado, una tarea que es demasiado fácil será fácil para todos; la persona alta en necesidad de logro no lo hará mejor puesto que todos tendrán éxito.

Es por lo anterior que se llega a la conclusión que las personas altas en la necesidad de logro, tendrán una preferencia por tareas desafiantes en forma moderada.

Larsen y Buss (2005) resumen las características de las personas altas en logro en:

1. Prefieren actividades que presenten algo de desafío, pero no demasiado.

2. Disfrutan de las tareas en las que son responsables en lo personal del resultado.

3. Prefieren tareas para las cuales se dispone de retroalimentación sobre su desempeño.

Dicaprio (1989) expone que la necesidad de logro puede fusionarse con casi todas las demás necesidades. Por ejemplo un individuo puede luchar por destacar a fin de obtener poder sobre los demás; otro puede buscar el éxito para demostrar que no es inferior; otro puede buscar el logro, porque se siente inseguro; otro puede tener vinculada la necesidad de logro con la necesidad de perfeccionarse a sí mismo.

Las personas en las que es intensa la necesidad de logro suelen describirse como ambiciosas, arribistas, y buenos peleadores.

"El logro está asociado, por lo general, con objetivos culturalmente deseables, como seguridad económica, posición, poder, etcétera, el que logra tiene ventajas sobre los demás. Diversas necesidades básicas pueden entonces ser servidas por la necesidad de logro" (Dicaprio, 1989).

3.3.2 Necesidad de poder

La necesidad de poder se basa en el deseo de tener un impacto en los demás y se presume que la necesidad de poder vigoriza y dirige el comportamiento cuando la persona esta en situaciones oportunas para ejercer poder.

Reeve (1994) muestra que las personas con alta necesidad de poder tienden a buscar el reconocimiento en grupos y encontrar una manera de hacerse visibles a los demás en un esfuerzo aparente para lograr poder o influencia. Una persona con alta necesidad de poder se esfuerza por ser asertiva y ejercer influencias.

Dicaprio (1989) afirma que la necesidad de poder se manifiesta en una amplia variedad de formas. Se puede experimentar un deseo de controlar a

los demás, conducir, convencer, hacerse cargo de las situaciones, establecer un patrón o norma que los demás deben seguir.

Por lo tanto la persona que llega a ser dirigente y tiene una alta necesidad de poder, desea estar en un papel dominante y organiza todas sus habilidades para cumplir sus objetivos.

Larsen y Buss (2005) plantean la hipótesis de que un individuo alto en la necesidad de poder esta interesado en el control; de las situaciones y de otras personas. Los hombres elevados en necesidad de poder, por ejemplo, "califican a sus esposas ideales como aquellas que están bajo el control de los hombres y son dependientes de ellos, quizá debido a que tales relaciones les ofrecen un sentido de superioridad. Una persona con una necesidad alta de poder prefiere como amigos a personas que no son muy conocidas o populares, quizás debido a que esas personas no plantean una amenaza para el prestigio o posición de la persona.

Lo anterior es reafirmado en Carver & Scheier (1997) que explica que una pareja independiente es una amenaza potencial, mientras que una mujer dependiente permite que el hombre con una necesidad de poder alta se sienta superior.

El nivel de necesidad de poder del individuo también puede influir en la forma en la que se relacione con los demás.

En un estudio expuesto en Carver & Scheier (1997) se halló que el maltrato físico a la compañera o esposa durante las disputas es más probable entre los hombres con alta necesidad de poder, que entre aquellos que es baja la necesidad de poder.

Reeve (1994) explica que el motivo de poder esta relacionado con la búsqueda y ejercicio de puestos de responsabilidad en organizaciones voluntarias y diferentes instituciones. Este encontró que los hombres con alta necesidad de poder estaban propensos a ejercer las siguientes profesiones: Ejecutivo, profesor, psicólogo, periodista, clérigo y diplomático internacional. Estas carreras tienen en común la posibilidad de dirigir la conducta de la gente de acuerdo a un plan previamente concebido. De igual manera estos profesionales tienen los medios para sancionar a las personas si se desvían de un plan prescrito.

Según Dicaprio (1989) aquellos que son dominantes y tienen una necesidad alta de poder, a menudo manifiestan su dominación en su conducta y

declaran francamente una sensación extraordinaria de seguridad en sí misma. Por lo tanto pueden decir que se sienten capaces en relación con los demás. No se retraen ante quienes tienen la autoridad o posiciones altamente respetables, no manifiestan sentimientos de inferioridad y sienten capacidad para enfrentarse a la mayoría de situaciones.

Reeve (1994) menciona que las personas con alta necesidad de poder tienen la tendencia a acumular símbolos de poder o pertenencias prestigiosas por ejemplo, las personas con alta necesidad de poder que estudian en la universidad tienen más probabilidad de tener un coche, cristalería, televisión, equipo de música, cuadros, etc. y tienden más a poner su nombre en la puerta de su cuarto.

Para Larsen y Buss (2005) las personas que tienen una alta necesidad de poder también tienen significativamente más tarjetas de créditos que las personas con baja necesidad de poder, por lo tanto concluyen que las tarjetas de crédito les permiten a las personas con alta necesidad de poder satisfacer cualquier capricho con sólo el acto de firmar con su nombre, igual que la realeza, los presidentes y las personas muy ricas, y por ende de inmenso poder.

3.3.3 Necesidad de afiliación

Carver & Scheier (1997) definen la necesidad de afiliación como la motivación para pasar tiempo con otras personas. Lo más importante para las personas con una alta necesidad de afiliación no es dominar a los demás, sino establecer y mantener relaciones sociales, dedicar tiempo a la interacción con otras personas.

Lo anterior propone que las interacciones sociales no se utilizan para obtener otros fines sino que se convierten en una meta por derecho propio.

Larsen y Buss (2005) presentan que las personas altas en necesidad de afiliación desean más intimidad y contacto humano significativo que aquellos que tienen una baja necesidad de afiliación.

Se han llevado a cabo diversos estudios para determinar la manera en que las personas con alta necesidad de afiliación y baja necesidad de afiliación difieren entre sí.

Necesidades humanas que presentan las personas que juegan en el casino Fiesta Alajuela.

Se ha encontrado que las personas con alta necesidad de afiliación:

1. Pasan más tiempo durante el día pensando en las relaciones.

2. Reportan más emociones placenteras cuando están rodeados por otras personas.

3. Sonríen y hacen más contacto ocular.

4. Empiezan conversaciones con más frecuencia y escriben más cartas.

Reeve (1994) menciona que la necesidad de afiliación no es el mismo constructo que la extroversión, la simpatía, la popularidad o la sociabilidad. De hecho en algunos estudios se encontró que las personas con alta necesidad de afiliación podrían ser hasta menos populares que las personas que se esfuerzan poco por afiliarse.

Para Dicaprio (1989) la necesidad de afiliación significa la búsqueda de compañía, el trabajar cerca de los demás en un esfuerzo conjunto, ser agradable para aquellas personas que les agradan, relacionarse de forma intima y ser atractivos para algunos.

Las amistades se basan en diversos factores puesto que simplemente puede agradarnos cualquiera a quien simpatizamos; otro busca personas inferiores o dependientes; otro trata de ofrecer amistad sólo a quien son bastante semejantes a él; y otros más luchan por hacerse amigos de personas dominantes.

Dicaprio declara que "la historia de las necesidades de afiliación en cada persona es muy significativa en el desarrollo de la personalidad. A los tres años de edad, su necesidad de afiliación difiere bastante de su necesidad a los 20. En todas las edades, uno de los mayores beneficios de la amistad es la sensación de no estar o no sentirse solo con sus problemas" (Dicaprio, 1989).

Carver & Scheier (1997) presentan una investigación en la que se sugiere que los individuos con una fuerte necesidad de afiliación dedican un porcentaje mayor de su tiempo libre a las actividades sociales que los individuos cuya motivación de afiliación es bajo.

Morris (1997) explica que en algunas ocasiones el motivo de afiliación surge cuando las personas se sienten amenazadas. El espíritu de equipo resulta tan importante para la tropa que va a un campo de batalla así como la de un entrenador con su equipo antes de un partido, en ambos casos están

dirigidos en hacer sentir a las personas que trabajan por una causa compartida o contra un enemigo común.

Morris continúa diciendo que la conducta de afiliación suele prevenir completamente de otro motivo, como por ejemplo, el logro; si da una fiesta para celebrar que obtuvo un empleo. También hay indicios de que el miedo y la ansiedad están relacionados con este motivo, los estudios demuestran que cuando algunas personas o animales son colocados en situaciones que producen ansiedad, la presencia de un miembro de la misma especie que no presente ansiedad reduciría el miedo o la ansiedad.

Larsen y Buss (2005) resumen que la necesidad de afiliación es el deseo de afecto y relaciones cercanas con otros.

Las personas con una necesidad de afiliación intensa disfrutan la compañía de otros, suelen ser más expresivos y comunicativos, comparados con las personas con baja necesidad de afiliación.

Las personas con alta necesidad de afiliación prefieren muchas veces tener unos cuántos amigos cercanos a ser miembros de un grupo ruidoso, encontraste con la necesidad de logro y poder, para las cuales los hombres y

las mujeres muestran niveles comparables, la necesidad de afiliación de las mujeres tiende a ser mayor que la de los hombres.

4. La ludopatía

Sánchez (2003) menciona que el juego como tal ha acompañado a la humanidad desde hace miles de años, ya sea por ocio, placer o necesidades económicas y es tan antiguo que podemos encontrar en muchas culturas pues lo babilonios, etruscos, egipcios, chinos, indios precolombinos, griegos y romanos tenían distintos juegos de azar.

Los juegos de azar son actividades organizadas por una persona o entidad, en las cuales se cobra una cantidad por participar en ella (apuesta) y se asigna un premio a uno o varios de los participantes mediante un mecanismo de azar, en el cual no interviene de forma significativa la habilidad de los participantes.

Los participantes gastan su dinero en los juegos de azar, porque prefieren la ilusión de obtener un gran premio, aunque esta posibilidad sea remota, a los

bienes que pueden conseguir de forma segura con la cantidad, relativamente pequeña, que se les pide por participar.

Halgin & Krauss (2004) señalan que el juego es una actividad común. En la actualidad los juegos de azar ya no están revestidos de los prejuicios que tenían hace un tiempo atrás, puesto que eran considerados como vulgares y sórdidos.

Sin embargo, hoy en día, se han convertido en una actividad común que le permite a la persona adquirir cierto estatus y clase dentro de la sociedad en la que vive.

Gonzáles (2005) refiere que la diferencia entre un jugador y un ludópata es la cuantía y el control de cuándo parar de jugar. De esta manera se puede hacer alguna diferencia de lo que se denomina como jugador social del jugador problema, del patológico o del profesional.

Lo difícil de esta patología, como de cualquier otra, es el hecho de que, la persona que se inicia como jugador social puede cruzar esa línea muy fina que lo mantiene alejado del jugador patológico.

Muchas personas no se consideran jugadores, sin embargo es probable que alguna vez hayan comprado un boleto para una lotería o rifa, hayan enviado algún cupón por correo para participar en un sorteo, o hasta visitado un casino en un par de ocasiones y jugado con las máquinas tragamonedas o algún otro juego.

Los diferentes juegos de azar, ya sea en un casino o en cualquier otro lugar donde se lleven a cabo, tienen algo en común, y es que le permite a los que participan, experimentar diferentes estados de emociones, y también obtener diferentes beneficios del juego, sin que éste llegue a constituirse un problema de control de impulsos.

Gonzáles (2005) explica que el juego es una actividad libre que permite recrearse y socializar con otras personas que asisten a los mismos lugares, las personas comienzan a asistir a sitios como casinos, y realizar apuestas para lograr emociones nuevas o salir de la rutina diaria.

No obstante existe un gran número de personas para las que jugar es el centro de sus vidas, fracasando, al menos aparentemente, en todos los intentos de resistir el impulso de hacerlo. Como consecuencia de ello, se dañan seriamente sus relaciones familiares, laborales, personales y de

cualquier otro tipo. Esta condición es conocida como juego patológico o Ludopatía.

Gonzáles (2005) define la ludopatía como la adicción a los juegos de azar. Éstos se convierten en el centro de la vida de los individuos que la padecen, dejando de lado su vida social, familiar y profesional.

Halgin y Krauss (2004) señala que las personas que padecen el juego patológico tienen un impulso de jugar que es más fuerte que el de la persona promedio y por lo general pasan su vida entera buscando grandes ganancias.

Kaplan y Sadock (1987) explican que los problemas que surgen como resultado del juego conducen a una intensificación de la conducta de jugar. Los problemas que caracterizan esta conducta pueden ser la pérdida del trabajo, debido a las ausencias para poder jugar, los desfalcos o las deudas. También otras responsabilidades financieras, así como la alteración de la relación familiar.

Estos autores continúan diciendo que este trastorno es extremadamente incapacitante de tal manera que determina un fracaso en la capacidad de

obtener o mantener la solvencia económica, o en proporcionar el apoyo básico para uno mismo o para la propia familia.

Las complicaciones incluyen el alejamiento de la familia y amigos, la pérdida de los logros, los intentos de suicidios, y la asociación con grupos ilegales.

Ortiz (2007) define la ludopatía como una alteración progresiva del comportamiento por la que una persona siente una incontrolable necesidad de jugar, menospreciando cualquier consecuencia negativa que le pueda ocurrir, en otras palabras deja de ser una forma de placer o diversión para ser una necesidad.

Por su parte Azor (s.f) explica que la ludopatía además de clasificarse como un trastorno del control de los impulsos, es considerada por muchos autores actualmente como una adicción sin droga por las semejanzas que tiene su sintomatología con la de muchos alcohólicos y drogodependientes: la persona juega a pesar de sus consecuencias negativas; no siente control; el adicto organiza su vida alrededor de la adicción por lo tanto la dependencia física no es un requisito imprescindible para la adicción.

Sánchez (2003) menciona que tanto la APA (Asociación Americana de Psicología) como la OMS (Organización Mundial de la Salud) consideran el juego patológico como un trastorno del control de los impulsos. La persona que padece este trastorno se va haciendo de forma crónica y progresiva incapaz de resistir el impulso de jugar, y lo clasifican junto a otros trastornos en un epígrafe general denominado trastornos en el control de los impulsos no clasificados en otros apartados.

Sánchez (2003) explica que como grupo, los trastornos del control de los impulsos comparten una serie de características:

a) Dificultad para resistir un impulso, deseo o tentación de llevar a cabo algún acto que es dañino o perjudicial para el propio individuo o para los demás. El individuo puede ofrecer o no una resistencia consciente a dicho impulso, y la realización del acto en sí puede o no ser premeditada y planificada.

b) Antes de cometer el acto, en general el sujeto percibe una progresiva sensación de malestar emocional, en forma de tensión o activación interior.

c) Durante la realización del acto, el individuo experimenta placer, gratificación o liberación. Esta característica supone, por sí misma, que el acto es egosintónico, ya que concuerda con los deseos conscientes inmediatos del sujeto en contraste con los síntomas compulsivos.

d) Después de realizar el acto pueden o no aparecer sentimientos negativos como arrepentimiento, autorreproches, culpa, vergüenza o remordimientos, cuando se consideran sus consecuencias.

Por su parte el DSM-IV menciona los criterios diagnósticos de juego patológico:

A. Comportamiento de juego desadaptativo, persistente y recurrente, como indican por lo menos cinco (o más) de los siguientes ítems:

1. Preocupación por el juego (p.ej., preocupación por revivir experiencias pasadas de juego, compensar ventajas entre competidores o planificar la próxima aventura, o pensar formas de conseguir dinero con el que jugar).

2. Necesidad de jugar con cantidades crecientes de dinero para conseguir el grado de excitación deseado.

3. Fracaso repetido de los esfuerzos para controlar, interrumpir o detener el juego.

4. Inquietud o irritabilidad cuando intenta interrumpir o detener el juego.

5. El juego se utiliza como estrategia para escapar de los problemas o para aliviar la disforia (p.ej., sentimientos de desesperanza, culpa, ansiedad, depresión).

6. Después de perder dinero en el juego, se vuelve otro día para intentar recuperarlo (tratando de cazar las propias perdidas).

7. Se engaña a los miembros de la familia, terapeutas u otras personas para ocultar el grado de implicación con el juego.

8. Se cometen actos ilegales, como falsificación, fraude, robo o abuso de confianza, para financiar el juego.

9. Se han arriesgado o perdido relaciones interpersonales significativos, trabajo y oportunidades educativas o profesionales debido al juego.

10. Se confía en que los demás proporcionen dinero que alivie la desesperada situación financiera causada por el juego.

B. Comportamiento de juego no se explica mejor por la presencia de un episodio maníaco.

Sánchez (2003) refiere que el juego supone una alteración sustancial de la adaptación familiar, laboral, económica y social del sujeto. Lo cual impide que tome total conciencia de su problema por sí mismo y que generalmente trate de ocultar su adicción a las personas más allegadas a él.

Por su parte Halgin y Krauss (2004) explican que es difícil persuadir a los jugadores patológicos para que entren a un tratamiento debido a la tendencia a negar la gravedad de su problema. Sólo un pequeño porcentaje de jugadores patológicos logran buscar ayuda para su problema, mientras que el resto prefieren negar la gravedad de su trastorno.

La mayoría de los ludópatas comienzan el tratamiento bajo presión ejercida por otros, más que por haber aceptado voluntariamente la necesidad de tratamiento.

Por lo tanto explican que es necesario enfrentar primero la resistencia del jugador al tratamiento, para que la intervención obtenga los resultados deseados.

La ludopatía como fenómeno social, encuentra mayor terreno en la sociedad moderna, lo cual hace más vulnerables a los miembros de la sociedad actual.

Marco Metodológico

Marco metodológico

1. Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo exploratoria, Hernández, Fernández & Baptista (2003) mencionan que el objetivo de este tipo de investigación es examinar un problema de investigación que se ha estudiado poco o no se ha abordado con anterioridad.

El objetivo primordial como estudio exploratorio es determinar los motivos desde la teoría de la motivación de Murray que lleva a algunas personas adultas jóvenes a frecuentar el casino.

El presente tema, no cuenta con estudios anteriores, se han encontrado algunas ideas pero no se han investigado en el pasado.

También la investigación es de tipo descriptiva ya que su propósito consiste en describir situaciones, eventos o hechos. Hernández et al (2003) refieren que las investigaciones descriptivas pretende recolectar información sobre cada uno de ellos y de esa manera describir el fenómeno que se investiga.

En este caso, lo que se pretende es describir cuál es la necesidad predominante que lleva a las personas a jugar en el casino.

Necesidades humanas que presentan las personas que juegan en el casino Fiesta Alajuela.

1.1. Operacionalización de variables

Variable	Dimensiones	Indicadores	Nº preguntas
Motivación	Logro	Competencia	1,16,31
		Desafío	2,17,32
		Perfección	3,18,33
		Ambición	4,19,34
		Sobresalir	5,20,35
	Afiliación	Anuente	11,26,41
		Intimidad	12,27,42
		Socialización	13,28,43
		Dependencia	14,29,44
		Reconocimiento	15,30,45
	Poder	Control	6,21,36
		Directivo	7,22,37
		Persuasivo	8,23,38
		Individualismo	9,24,39
		Auto eficacia	10,25,40

2.1 Variable:

Motivación: La motivación es más un proceso dinámico que un estado fijo. "Si se define la motivación como dinámica, se afirma que los estados motivacionales están en un continúo flujo, de un estado de crecimiento y declive perpetuo" (Reeve, 1994).

2.2 Dimensiones:

Según el diccionario Encarta (2007) las dimensiones se definen de la siguiente manera:

Logro: Superar obstáculos y llegar a un estándar alto. Superar a los demás. Esforzarse y alcanzar el dominio.

Afiliación: formar amistades y asociaciones. Saludar, juntarse y vivir con otros. Cooperar y conversar de forma sociable con otros.

Poder: Influenciar o controlar a otros. Persuadir, prohibir, dictar, ordenar. Restringir, organizar la conducta de un grupo.

2.3 Indicadores:

Según el diccionario Encarta (2007) los indicadores se definen de la siguiente manera:

1. Competencia: Oposición o rivalidad entre dos o más que aspiran a obtener la misma cosa.

2. Desafío: Acción y efecto de desafiar. Contender, competir con alguien en cosas que requieren fuerza, agilidad o destreza.

3. Perfección: Cualidad de perfecto.

4. Ambición: Deseo ardiente de conseguir poder, riquezas, dignidades o fama.

5. Sobresalir: Aventajarse frente a otros, distinguirse entre ellos.

6. Anuente: Acción y efecto de consentir.

7. Intimidad: Zona espiritual íntima y reservada de una persona o de un grupo, especialmente de una familia

8. Socialización: Acción y efecto de socializar. Naturalmente inclinado al trato y relación con las personas o que gusta de ello.

9. Dependencia: Situación de una persona que no puede valerse por sí misma.

10. Reconocimiento: Acción y efecto de reconocer o reconocerse. Dicho de una persona: Tenerse a sí misma por lo que es en realidad en cuanto a su mérito, talento, fuerzas, recursos

11. Control: Dominio, mando, preponderancia.

12. Directivo: Que tiene facultad o virtud de dirigir.

13. Persuasivo: Que tiene fuerza y eficacia para persuadir.

14. Individualismo: Tendencia a pensar y obrar con independencia de los demás, o sin sujetarse a normas generales.

15. Auto eficacia: Significa 'propio' o 'por uno mismo'. Capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera.

3. Población

La población que abarca esta investigación presenta las siguientes características:

- Edad: 20-45
- Sexo: Femenino y Masculino
- Actividades de juego en el casino: Maquinas tragamonedas

Se escogió el casino Fiesta de Alajuela, por ser el centro más accesible a la población en general logrando de esta forma encontrar una muestra diversa.

El rango de edad se escogió debido a que en está edad se puede encontrar mayor actividad en el casino, basándose en las observaciones previas que se realizaron. Otro aspecto del rango de edad, es que esta población tiene

generalmente la independencia financiera necesaria como para mantener su actividad de juego.

Por otra parte según la teoría psicosocial de Erickson, las personas que están en este rango de edad, se encuentran en una etapa donde se da un conflicto que es descrita por Larsen y Buss (2005) como intimidad frente a aislamiento.

Ellos mencionan que en esta etapa lo más importante para las personas es conectarse son otros, ya sea con amistades, relaciones íntimas y cercanas con otros. Es importante notar que las personas que están en esta etapa muestran una necesidad de formar relaciones que sean mutuamente satisfactorias e intimas.

Resulta interesante señalar, que en esta etapa del desarrollo, es en donde se espera que las personas se conviertan en adultos que brinden cuidado, afecto y sean proveedores. Por otra parte, si no se consigue alcanzar ese nivel de maduración emocional, se recurre al aislamiento y buscan refugio en actividades que no los hagan sentir solos, pero que no les exijan intimidad.

4. Muestra

La muestra es no probabilística ya que no depende de la probabilidad para su designación, si no de elementos relacionados con la investigación. Se busca con ella realizar una elección de sujetos con las características ya mencionadas en la población.

La muestra fue contactada por medio de referencias, que permitió tener acceso a las personas que visitaban el casino.

El número de la muestra es de 20 personas, que se escogieron, de acuerdo al rango de edad entre los 20 y los 45 años.

Es importante recalcar que la población no hace referencia a algún sexo en específico, pues por medio de las observaciones supervisadas, se pudo constatar que la actividad del casino era requerida tanto por hombres como por mujeres.

5. Técnicas e instrumentos:

Se utilizó una escala tipo likert que según Hemández et al (2003) consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios, ante los cuales se pide la reacción de los sujetos. En ella se evalúa la necesidad que motiva a las personas a jugar en el casino.

El instrumento creado por las autoras contará con 45 ítems y cinco categorías de respuesta:

1. siempre
2. casi siempre
3. a veces
4. casi nunca
5. nunca

Las afirmaciones tendrán dirección positiva y dirección negativa, puntuándose de uno a cinco con respecto a la dirección que tengan.

Para la calificación del instrumento se establece el baremo para la medición de la motivación:

Baja motivación	45-90 puntos
Media motivación	91-135 puntos
Alta motivación	136-225 puntos

También se utilizó la observación directa con supervisión en el casino, para obtener una visión global de la actividad que se realiza en el lugar, así como para observar la dinámica que se desarrolla entre las personas y el juego.

6. Procedimiento metodológico

El método que se utilizó para contactar a la muestra fue a través de referencias (Un jugador refirió a otro jugador).

Las investigadoras contactaron a los sujetos de la muestra vía telefónica y por el mismo medio se les solicitó su consentimiento para la aplicación del instrumento.

El cuestionario se aplico con el objetivo de medir el nivel de motivación con respecto al juego que presentan las personas, así mismo determinar la necesidad predominante que insta a las personas a jugar en el casino.

7. Procesamiento de datos

El cuestionario se califico a través de una escala Liker en donde las afirmaciones positivas tienen el siguiente rango:

A. siempre	5
B. casi siempre	4
C. a veces	3
D. casi nunca	2
E. nunca	1

En dirección negativa según la respuesta será de la siguiente manera:

A. siempre	1
B. casi siempre	2
C. a veces	3
D. casi nunca	4
E. nunca	5

Afirmación negativa. Entre menor sea el puntaje, mayor será la motivación hacia el juego.

32. ¿Tiende usted a jugar máquinas con un alto nivel de dificultad?

Siempre	Casi Siempre	A Veces	Casi Nunca	Nunca
1	2	3	4	5

Afirmación Positiva. Entre mayor sea el puntaje, mayor será la motivación hacia el juego.

1. ¿Acostumbra usted a jugar sencillo?

Siempre	Casi Siempre	A Veces	Casi Nunca	Nunca
5	4	3	2	1

La importancia de que el cuestionario cuente con afirmaciones positivas y negativas reside en que se puede evitar una posible distorsión de los resultados y por ende se obtendrá una mayor confiabilidad de los mismos.

Después de llenar los cuestionarios, se realizó una tabulación manual, para poder determinar los puntajes obtenidos por cada sujeto en la prueba y determinar el nivel de motivación que presentaron.

A través de listas de autofiltro, se trató de ver la relación entre los valores constantes tales como la edad, el sexo, el estado civil, y su percepción sobre su actividad del juego, con alta, media, o baja motivación hacia el juego.

Luego se sumaron los puntajes por cada dimensión, para determinar cual de las tres necesidades estudiadas predomina en la muestra investigada.

Se realizó un análisis por parte de las investigadoras, basado en la teoría expuesta en el marco teórico de esta investigación.

8. Limitaciones de la investigación

Durante el proceso de investigación, no se tomaron en cuenta algunas situaciones que al término del trabajo de investigación, limitaron un abordaje más profundo con lo que respecta a la motivación hacia el juego.

- Al medir las necesidades que motivaban a las personas a asistir al casino con frecuencia se baso solamente en la actividad del juego, y no se tomaron en cuenta otros aspectos que podrían estar influyendo en la asistencia al casino como por ejemplo, el consumo del licor, la música, entre otras cosas, que también pueden estar influyendo en que la persona incida en asistir al casino.

- Los controles de seguridad por parte del casino imposibilitaron obtener una muestra de mayor número, y no se pudo abordar a una mayor población por vía telefónica.

- La negación de la problemática y el no querer hacer conciencia de su situación, podría llevar a las personas a declinar participar en la investigación.

Presentación, descripción

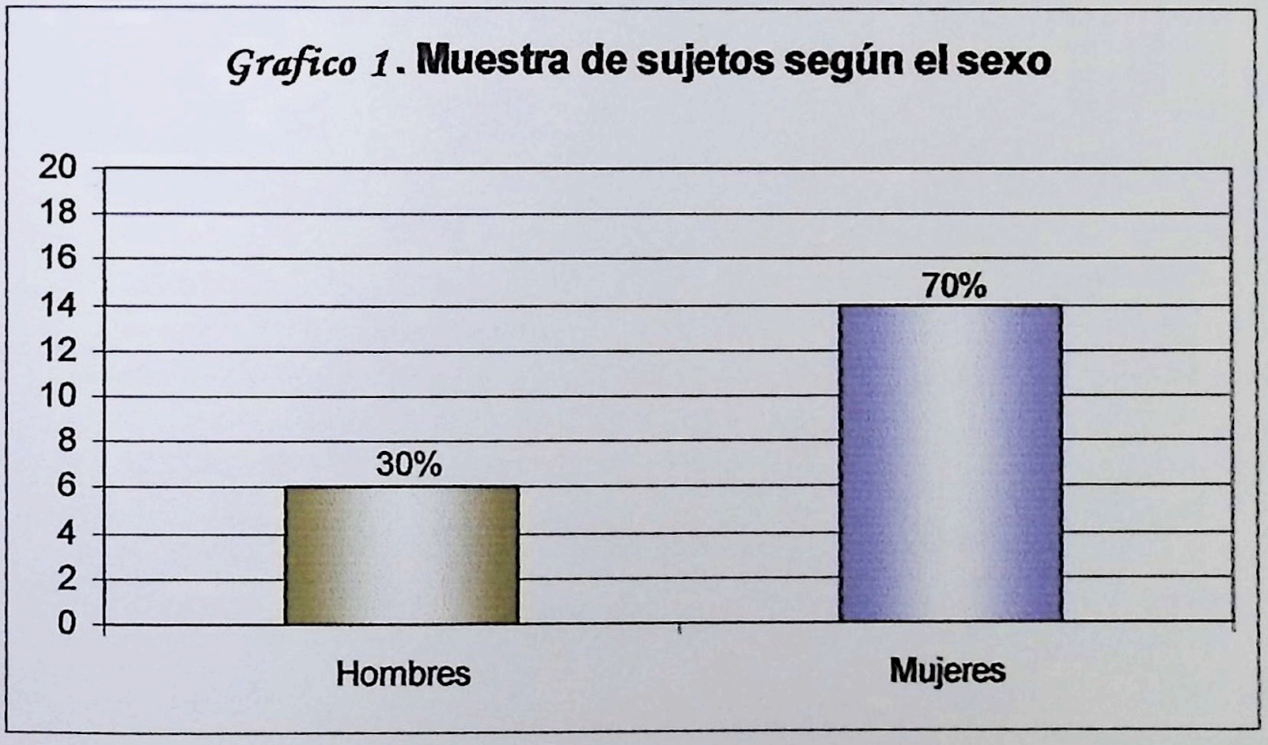
y

análisis de los resultados

Presentación, descripción y análisis de resultados

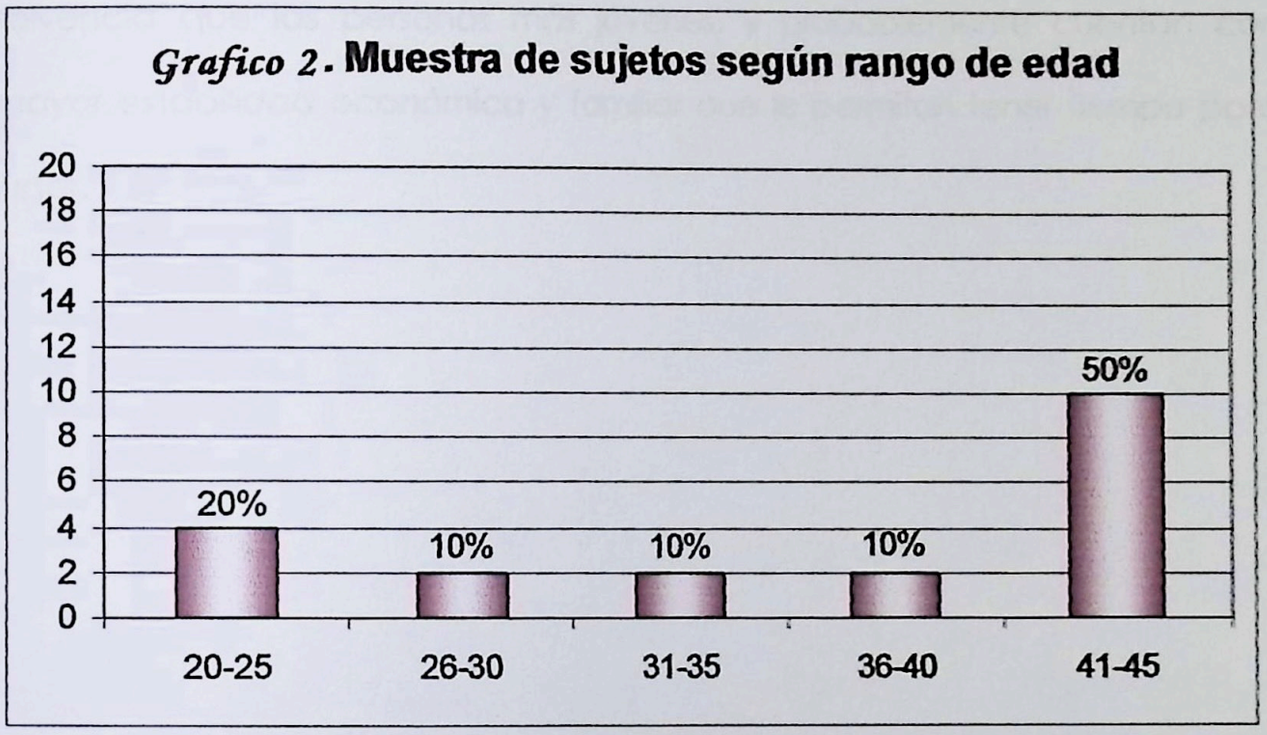
Caracterización de la población

La población de esta investigación se presenta de la siguiente manera:



Con respecto al sexo de la muestra, el grafico anterior presenta como el rango de población femenina es superior al masculino, apreciándose una proporción de 70% a 30% que corresponde a 14 mujeres y 6 hombres.

Un dato anexo de importancia es que durante los periodos de observación, se evidencio como en la actividad del juego, específicamente el área de máquinas tragamonedas es mayor la proporción de mujeres en comparación con los hombres.

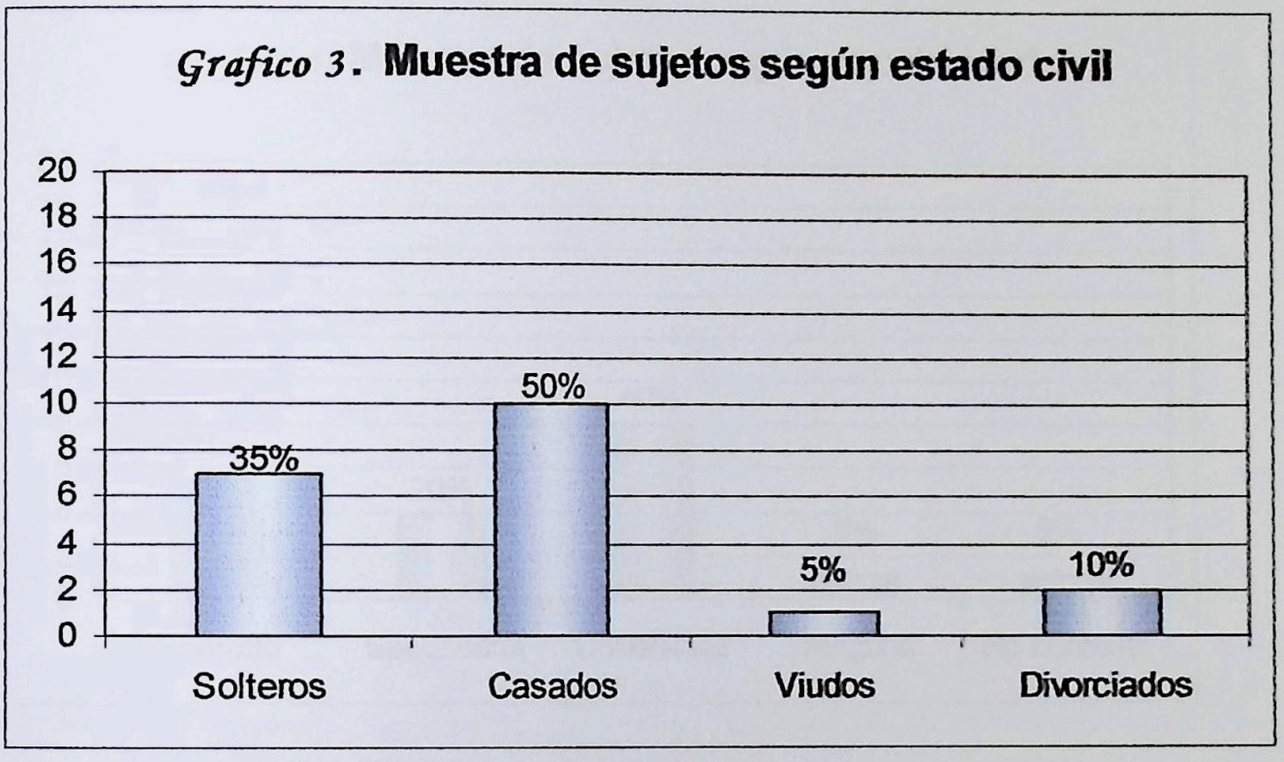


En referencia a los rangos de edad de la muestra, los porcentajes obtenidos son los siguientes:

- De 20 a 25 años con un 20% que corresponde a 4 personas.
- De 26 a 30 años con un 10% que corresponde a 2 personas.
- De 31 a 35 años con un 10% que corresponde a 2 personas.
- De 36 a 40 años con un 10% que corresponde a 2 personas.
- De 41 a 45 años con 50%. que corresponde a 10 personas.

El rango de edad más elevado, es el que se encuentra entre 41 - 45 años, lo cual permite inferir que en esta edad, las personas podrían tener cierta libertad y manejo financieros que permitan su actividad de juego con mayor

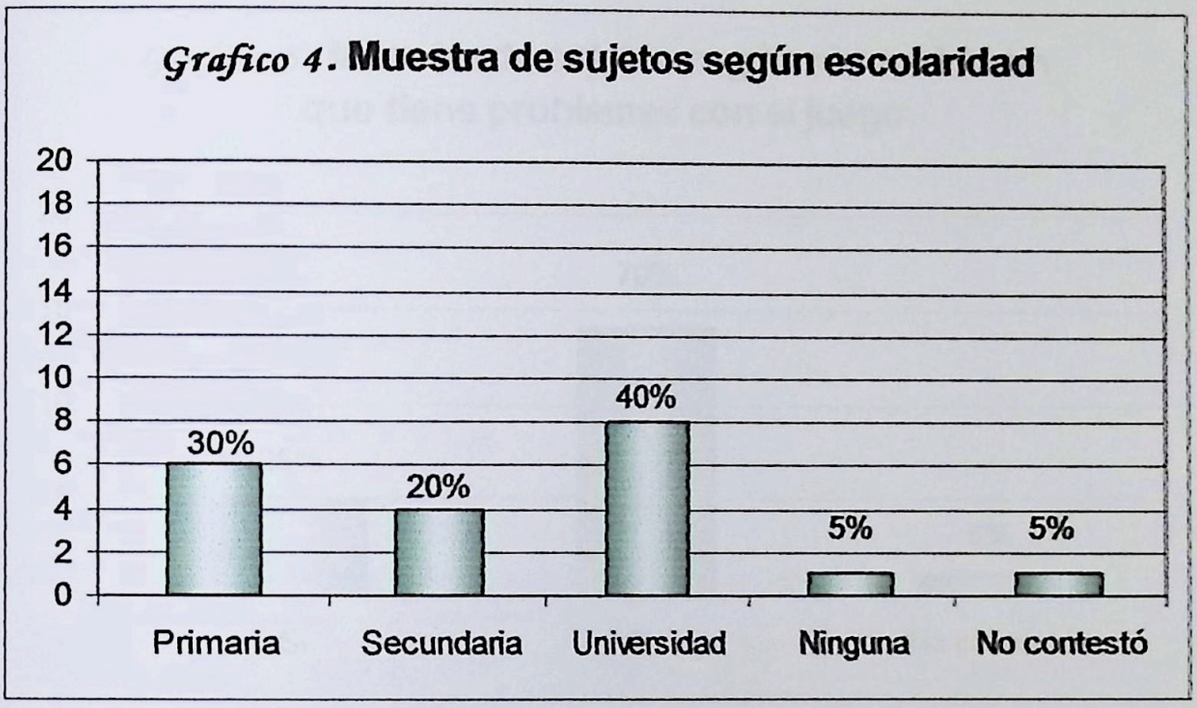
solvencia que las personas más jóvenes, y probablemente cuentan con mayor estabilidad económica y familiar que le permitan tener tiempo para jugar.



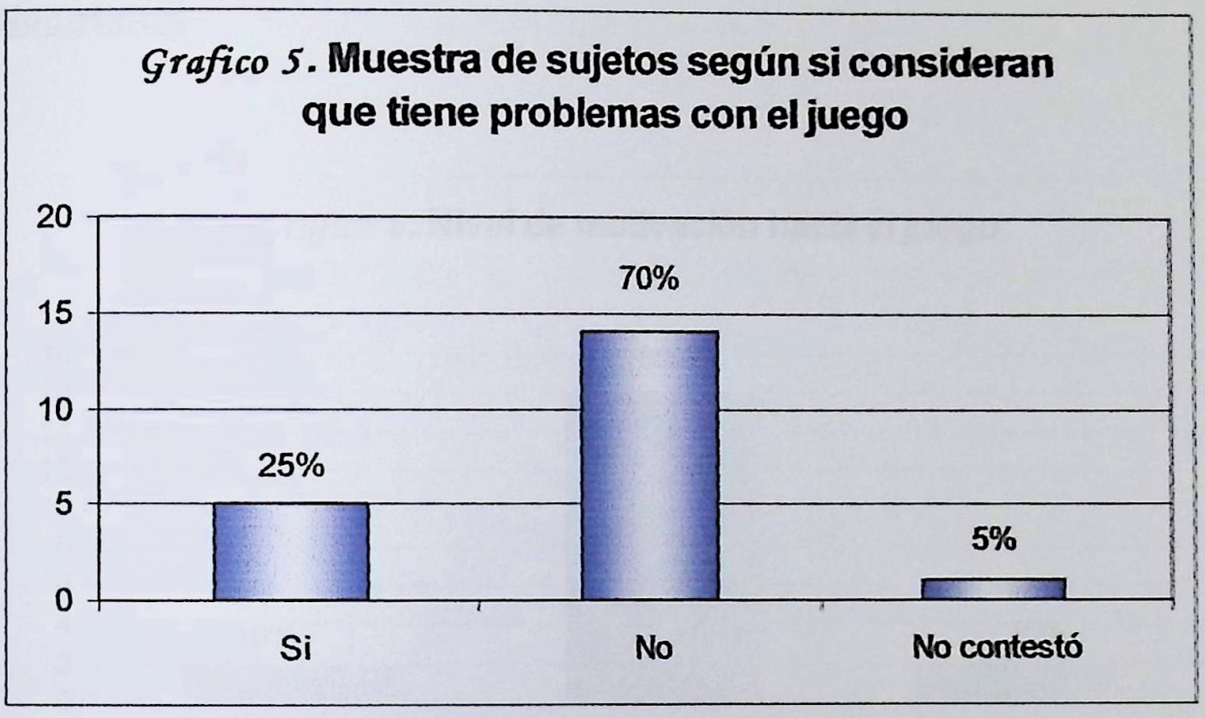
En referencia al estado civil de la población, se obtuvieron los siguientes resultados:

- El 50% de la muestra es casada, que corresponden a 10 personas
- El 35% es soltero, que corresponden a 7 personas
- El 10% es divorciado, que corresponden a 2 personas
- El 5% es viudo, que corresponden a 1 persona

Resulta importante señalar que el rango de edad de la muestra soltera oscila entre los 22 y los 36 años, y el rango de edad de la muestra casada se encuentra entre los 32 y los 45 años, lo cual permite observar que la población casada se encuentra en la edad intermedia.

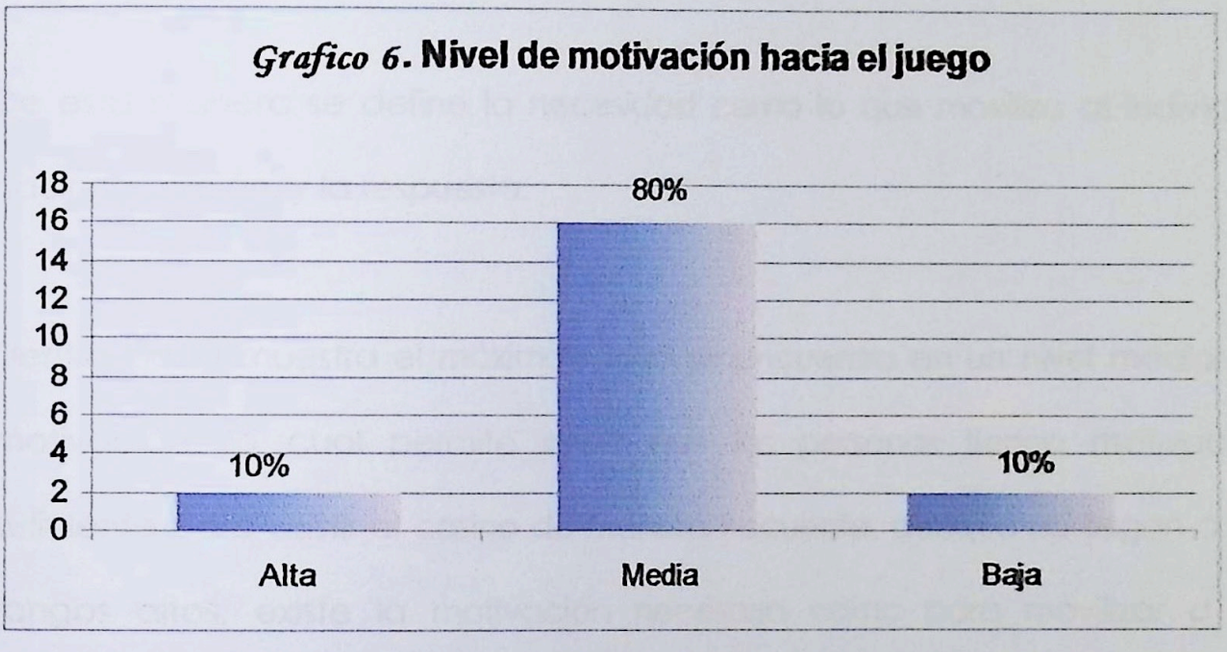


- Referente al nivel de escolaridad de la población, los rangos están distribuidos entre primaria, secundaria, y universidad. El porcentaje más elevado se encuentra en la parte universitaria con un 40%, que corresponden a 8 personas, le sigue primaria con un 30%, que corresponden a 6 personas, luego secundaria con un 20%, que corresponden a 4 personas, hay que mencionar que el 5% que corresponden a 1 persona, de la muestra no contesto y otro 5% que corresponden a 1 persona, no tiene escolaridad formal.



- En referencia a la pregunta ¿Considera tener problemas con el juego?, un 70% que corresponden a 14 personas, dijo no tener problemas, el 25% que corresponden a 5 personas, dijo que sí tenía problemas y un 5% que corresponden a 1 persona, no contestó. Las personas que dijeron tener problemas con el juego cuentan con un nivel de escolaridad universitaria y el porcentaje mayor es de mujeres con un 60% que equivale a 3 mujeres y un 20% que equivale a 2 hombres.

Necesidad



En cuanto a la motivación hacia el juego que presenta la población, se observa que un 10% que corresponde a 2 personas manifiesta una alta motivación, un 10% correspondiente a 2 personas que presenta una baja motivación, mientras que un 80% que corresponde a 16 personas manifiesta un nivel medio de motivación.

Murray en Carver y Scheier (1997), propone que una necesidad es un estado interno no satisfactorio: la falta de algo que se requiere para el bienestar, y define la necesidad como una fuerza directriz interna que

determina la forma en que la gente decide responder a los objetos o las situaciones de su entorno.

De esta manera se define la necesidad como lo que moviliza al individuo hacia la acción, y la respuesta.

Dentro de la muestra el máximo rango se encuentra en un nivel medio de motivación, lo cual permite inferir que las personas tienen motivación suficiente para asistir al casino de manera frecuente, aunque no llegan a ser rangos altos, existe la motivación necesaria como para movilizar a las personas a realizar la conducta.

Las personas que puntuaron una alta motivación hacia el juego, presentan puntajes mayores en la necesidad de poder. Lo anterior se podría interpretar como una necesidad de control. Una de las características más sobresaliente de las personas con una alta necesidad de poder, es el tener el control, de sí mismos, y del medio, incluyendo valores, introyecciones y creencias que se manejan no como algo propio, si no como algo que socialmente se le atribuye a la persona por medio de la familia, la escuela, la región y la sociedad en general.

Estas personas, podrían querer controlar el ambiente en que se desenvuelven y de la misma manera sentirse libres para decidir que es lo que quieren hacer, cómo y cuando hacerlo, sin tener que cargar con el juicio de otros, o que otra persona decida por ellos.

Con base a lo anterior el casino propicia un ambiente, un espacio que ofrece a las personas que juegan, la sensación de tener control absoluto sobre lo que probablemente afuera no tienen. Este lugar permite que las personas sean aceptadas sin recriminaciones, que en otros lugares podrían darse.

El hecho de que la muestra que puntuó una alta motivación al juego sean mujeres, se podría explicar mejor, por la apertura que la sociedad ha mostrado en las últimas décadas al genero femenino, que ya no se muestran en una esfera reducida, sino que se dan la oportunidad de explorar y participar en actividades que por mucho tiempo han sido consideradas "solo de hombres".

También podría influir la flexibilidad de la que ahora gozan muchas mujeres, con respecto a trabajar fuera de casa, y el hecho de que sea una población a la que socialmente no se le exige la manutención del hogar si está casada

y el formar una familia si es soltera, podría ser la razón por la cual se encuentre en una representación mayor que los hombres en el casino, ya que éstas podrían tener la economía suficiente para mantener su actividad de juego sin ser juzgadas, ni detenidas por falta de dinero.

Culturalmente el juego es considerado como malo, estas introyecciones negativas no son fácilmente puestas a un lado por las personas, ya que son ideas y pensamientos que son reafirmados, no sólo por la familia, sino también por la iglesia, y la escuela.

Las razones que podrían llevar a las personas a jugar una y otra vez, a pesar de que probablemente se experimente culpa por el hecho de jugar, se puede explicar como un posible escape a las prohibiciones impuestas por la cultura, ya que el ambiente del casino, le podría permitir a las personas flexibilizar sus rígidos parámetros culturales y de creencias, que de otra manera no podrían hacerlo. Podría referirse a una forma simbólica de manifestar control sobre lo que se quiere hacer y crear en un lugar privado, sin parámetros establecidos de cómo deben ser las personas.

Lo anterior conduce a la hipótesis que podría existir un proceso que lleve a las personas a frecuentar el casino, como un medio de liberación y control de sí

mismos, en donde la persona se puede permitir ser quien es sin temor, y con una mayor sensación de control que probablemente a fuera no tenga o no se permita tener.

Se puede observar entonces un fenómeno cíclico en donde lo primero que se experimenta es una necesidad de control que anudado a la presión que ejerce el ambiente y el juego en si mismo, lleva a la persona a movilizarse en busca de la satisfacción; de esa necesidad que es tratada se satisfacer en su cotidianidad, pero que sin embargo no le permite a la persona conseguir un equilibrio y por ende puede llevar a esta persona a optar por refugiarse en el juego, como medio para liberar su emoción.

Esto le permite a la persona sentirse libre de ser, de hacer y de creer lo que guste; al salir de lugar, regresa la razón, en forma de culpa, la cual se intensifica si ha habido pérdida. Es importante aclarar que la culpa, no solamente se da por causa de las perdidas económicas sino por el tiempo, el lugar y la actividad de juego considerada culturalmente como mala, de la misma manera, por la incapacidad para dejar de asistir.

Por otro lado las personas que puntuaron baja motivación hacia el juego, muestran puntuaciones más elevados en la necesidad de poder. Lo cual

indica que si bien, los puntajes fueron bajos, la necesidad de poder siendo la más alta, y la conducta de juego, sigue siendo generada por la necesidad de poder.

Esto puede deberse a que el juego logra anular la razón momentáneamente, lo cual lleva a las personas a sacar la emoción, lo que permite que durante la actividad del juego las personas sientan satisfacción y se permitan hacer algunas cosas que probablemente en otro lugar no harían, como tomar bebidas alcohólicas, fumar, y prescindir del dinero, para meterlo a una máquina tragamonedas, cosa que en otro momento, quizás lo pensaría con más cuidado.

Motivación con referencia a la edad

Según Erickson citado por Larsen y Buss (2005) es en la edad intermedia donde se da el conflicto entre generatividad a estancamiento. En su planteamiento él menciona que las personas que se encuentran entre los 35 y los 45 años, tenderán o a encontrar una forma de mantenerse activos o a estancarse. También es en esta edad donde las personas se permiten experimentar algunas cosas de las que habían estado alejados durante

algún tiempo, como sintiendo que tienen una ultima oportunidad para hacerlo.

Basándose en lo anterior, se observa que la muestra si bien es cierto, tenia un rango que distaba entre los 20 a los 45 años, la mayor parte de la población se encuentra concentrada en un 65% entre la edad de 35 a 45 años, y basados en las observaciones previas, se puede deducir que es ésta población la que se puede encontrar con más frecuencia dentro del casino.

Es importante apuntar, que la mayoría de la muestra no presenta una alta necesidad por el juego, sin embargo presentan necesidad por mantener esa actividad dentro de sus vidas. Se puede inferir entonces que las personas podrían estar manifestando una necesidad de desarrollar algún grado de generatividad y de esa manera evitar el estancamiento.

Esta población, sin embargo es mayormente casada, lo cual podría llevar a explicar el hecho de que al no poder generar o sentirse productivo en otras áreas de la vida, las personas realizarían una actividad alterna, que les haga sentirse fuertes y productivos, ya que la sensación de ganar, superar, producir de alguna manera, es algo que podría permitirles tener satisfacción acerca de su generatividad.

Durante esta edad, las personas, podrían tener una mayor solvencia económica, pero también compromisos con familia, hijos, y cónyuges. Esto lleva a la pregunta de por qué se busca un lugar como el casino para pasar algunas horas, teniendo estos compromisos. Se puede inferir que el casino, junto con todo el proceso emocional que se vive en la experiencia del juego, podría servir de escape momentáneo, para las responsabilidades que sobre todo en esta edad se presentan.

Motivación con referencia a si consideran que tienen problemas con el juego.

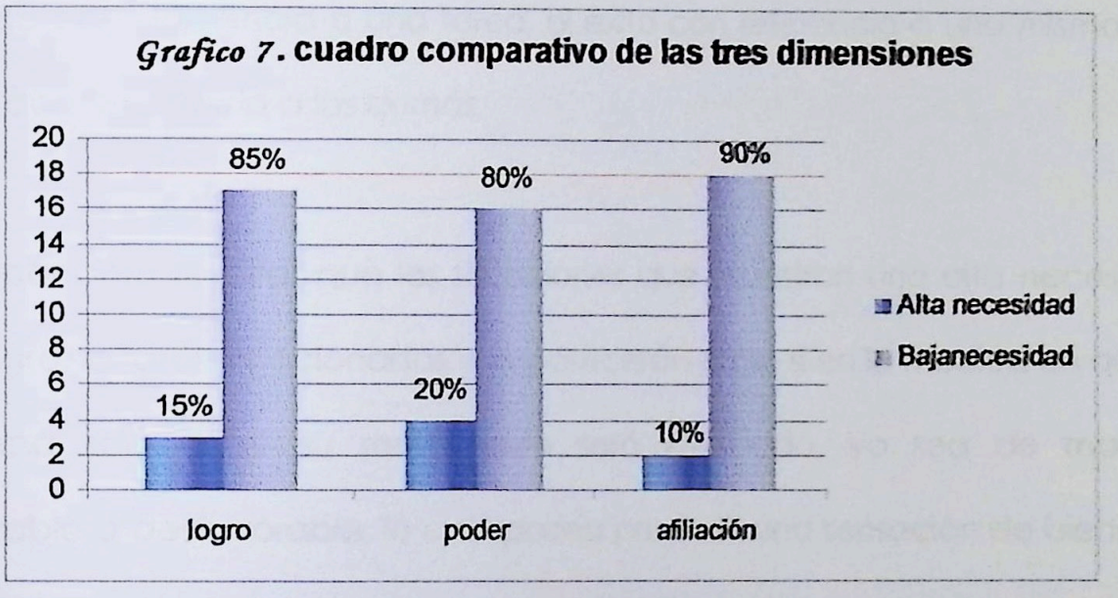
En cuanto a las personas que consideran tener problemas con el juego, sobresale que un 83% tienen una educación universitaria, y un 17% tiene educación formal.

Es importante destacar, que posiblemente las personas que tienen un nivel de educación universitaria, tienen mayor alcance a la información con respecto a los problemas de adicción al juego, que las personas que no cuentan con una educación universitaria. Algunos hasta lograron identificar como

Ludopatía, el problema que manifestaban con el juego, lo cual lleva a inferir que probablemente, estén mejor informados acerca del tema.

Si bien es cierto, solo una de las personas que consideraron tener problemas con el juego, presento en efecto, una motivación alta hacia el juego, los demás que admitieron tener problemas con su forma de jugar, presentaron puntajes elevados por encima del promedio, en la medición de las tres necesidades, acentuado más en logro y poder, y por último, en la necesidad de afiliación.

Grafico comparativo



Se realizó una comparación entre las tres necesidades investigadas, la necesidad de logro, la necesidad de poder y la necesidad de afiliación.

Madsen (1972) explica que David McClelland baso sus investigaciones en estas tres necesidades, por considerar que resumía las otras necesidades que ya Murray había propuesto.

McClelland descubrió que algunas personas manifestaban diferentes formas de actuar y comportarse, dependiendo de la necesidad que presentaban.

La dimensión de logro, se presenta como una urgente necesidad de ganar, de lograr y alcanzar metas propuestas. Y tiene tres manifestaciones básicas, el éxito con referencia a una tarea, el éxito con referencia a uno mismo y el éxito con referencia a los demás.

Es importante resaltar que las situaciones que muestran una alta necesidad de logro, estarán relacionadas y se parecerán entre si en la medida en que la persona sabe que su rendimiento será evaluado, ya sea de manera favorable o desfavorable, lo cual podría producir una sensación de bienestar y orgullo ante el éxito, o una sensación de rechazo y vergüenza ante el fracaso.

La muestra, puntuó en un 85% una baja necesidad de logro, mientras que 15% puntuaron una alta necesidad de logro, cabe decir que las personas que puntuaron una alta necesidad de logro, son mujeres y tienen una educación universitaria, ellas consideran que tienen problemas con el juego.

Se resalta entonces que el casino, podría proveer un ambiente propicio, para satisfacer algunas necesidades tanto en hombres como en mujeres, que no han logrado satisfacer en su vida diaria, de la manera en que el sujeto esperaría, y que de alguna manera, se utiliza el juego, como una manera de

"lograr" y alcanzar la victoria, aunque en el juego, no medie la habilidad de la persona.

La dimensión de poder se puede definir como el deseo de hacer que el mundo se ajuste a la imagen o idea que uno tienen del mismo.

Madsen (1972) la define como una necesidad de tener impacto, control o influencia sobre otra persona, grupo o el mundo en general. Por lo tanto se puede decir que el impacto permite iniciar o establecer el poder, el control ayuda a mantener el poder y la influencia permite extender o recuperar el poder.

Por su parte Dicaprio (1989) afirma que la necesidad de poder se manifiesta en una amplia variedad de formas. Se puede experimentar un deseo de controlar a los demás, conducir, convencer, hacerse cargo de las situaciones, establecer un patrón o norma que los demás deben seguir.

Para las personas con alta necesidad de poder, es indispensable mantenerse en la dirección y el liderazgo. También suelen presentar mayor agresividad, que generalmente se manifiesta con actos impulsivos, con los que tratan de mantener el control a su alrededor.

Necesidades humanas que presentan las personas que juegan en el casino Fiesta Alajuela.

Un 80% de la muestra puntuó una baja necesidad, sin embargo, un 20% puntuaron una alta necesidad de poder.

La necesidad de poder fue la que se puntuó más alta en toda la prueba, convirtiéndose en la necesidad predominante que manifestaron los sujetos de la muestra investigada.

Aunque 16 personas no presentaron una alta necesidad hacia el juego, se presentó por arriba del promedio en casi todos los sujetos de la muestra. Esto indica que la necesidad de poder, se encontró plenamente identificada en las personas investigadas.

Se puede decir de lo anterior que el casino presenta un ambiente atractivo a las personas, que le permite tener diferentes estímulos aparte del juego, que influyen en el hábito de frecuentar el casino.

El alcance que la necesidad de poder, de control, de autonomía, de auto eficacia tiene sobre la conducta de las personas, podría ser mayor que la de otras necesidades.

Si bien las necesidades no son excluyentes entre ellas, para efectos de la investigación, se toma en cuenta, que la necesidad de poder, es lo que podría llevar a las personas a frecuentar el casino y mantener la actividad del juego dentro de sus vidas.

La dimensión de afiliación se presenta como una necesidad de socializar con otras personas, mantener vínculos estrechos que le permitan desarrollar relaciones y esto se convierte en una meta en sí misma.

Para Dicaprio (1989) la necesidad de afiliación significa la búsqueda de compañía, el trabajar cerca de los demás en un esfuerzo conjunto, parecer atractivo para otros, trabajar en compañerismo y no estar solos.
Las personas con una alta necesidad de afiliación, necesitan interactuar con otras personas, y se muestran típicamente ansiosas por esas relaciones.

También temen la desaprobación de los demás, y en lo que sería un intento por saber la opinión que se tiene de ellos, muchas veces se afanan en buscar seguridad en el resto de la gente, lo que suele ser un patrón de conducta que podría hacerlos menos populares.

Necesidades humanas que presentan las personas que juegan en el casino Fiesta Alajuela.

Dentro de la muestra investigada, un 90% presentaron una baja necesidad de afiliación y un 10% manifestaron una alta necesidad de afiliación.

De las tres dimensiones, la necesidad de afiliación es la que se puntúo con el porcentaje más bajo de toda la prueba, sin embargo cabe rescatar, que el casino no provee un lugar donde se puedan llegar a tener relaciones afectuosas intimas con otras personas, pero si provee una sensación de no estar solo.

La teoría apunta que para las personas con alta necesidad de afiliación no es sólo la necesidad de estar con los demás lo que los motiva, sino la voluntad de vivir un intercambio cálido, íntimo y comunicativo con otras personas.

Lo anterior señala una necesidad que amérita de vínculos fuertes y definidos, de lugares donde este tipo de relaciones se puedan llevar a cabo. Se puede inferir entonces que si las personas no están encontrando satisfacción en su medio social, la sensación de soledad podría estar siendo medianamente satisfecha en un lugar que aunque no provee todos los elementos para que se de una interacción profunda con otras personas, podría trasmitirle a la persona la sensación de no estar sola.

Por medio de la observación hecha en el lugar de la investigación, se pudo observar que las personas no suelen interaccionar entre sí mientras juegan, la mayoría de las personas concuerdan que el casino no es un lugar para hacer amistades, sin embargo algunas personas suelen ir acompañadas con sus amigos, pero la mayoría de las relaciones no se hacen en el casino, si no que se traen de otro ambiente social.

Análisis de motivación según cada dimensión

Presencia de necesidad en la dimensión de logro, con base al total de respuestas posibles (60).

Necesidad	No. de respuestas afirmativas hacia la necesidad.	Porcentaje del No. de respuestas	Cantidad de personas
Competencia	24	40	8
Desafío	23	38	8
Perfección	11	18	4
Ambición	4	7	1
Sobresalir	6	10	2
Promedios	13.6	22.66	5
Necesidad	No. de respuestas negativas hacia la necesidad	Porcentaje del No. de respuestas	Cantidad de personas
Competencia	36	60	12
Desafío	37	62	12
Perfección	49	82	16
Ambición	56	93	19
Sobresalir	54	90	18
Promedios	46.4	77.34	15
Totales	60	100	20

Con lo que respecta a la dimensión de la necesidad de logro, las personas que manifiestan una alta necesidad de logro, tienden a movilizarse con base a los premios, logros, o cimas alcanzadas.

Manifiestan una gran competitividad, lo que los hace ser inflexibles a la hora de tomarse las cosas como juego, etc. Sin embargo no se arriesgan demasiado, de tal manera que la persona calcula sus posibilidades de éxito. Si la tarea o la meta son demasiado difíciles, no se arriesgarán a una derrota y si la meta es demasiado fácil, no tendrán ninguna motivación, ya que los demás también podrán hacerlo y obtener el éxito.

En esta dimensión las respuestas afirmativas hacia la necesidad de logro está representada en un 13.6%, y se obtuvo un 46.4% de respuestas negativas hacia la necesidad de logro.

Se puede deducir por tanto que la necesidad de logro, de vencer obstáculos, y sentir la sensación de ganar, podría estar influyendo en la forma en que las personas juegan. Aún cuando en el juego no medie la habilidad de la persona, el hecho de ganarle a una máquina, le permite sentir que logró algo.

Cabe resaltar que más de la mitad de la población estudiada son mujeres. Culturalmente la mujer ha sido concebida por mucho tiempo como un ente pasivo, que no necesita de la competencia para adjudicarse el titulo de mujer, contrario a lo que se espera del hombre, que por la cultura es concebido como alguien con mayor tendencia a competir, lograr metas, y ser más agresivo a la hora de relacionarse con las otras personas.

De lo anterior se puede deducir, que la necesidad de logro, presente en estas mujeres, podría llevarlas a tratar de satisfacerla en un lugar donde pueden alcanzar una meta y ganar libremente, el juego representa entonces una actividad para alcanzar la necesidad de logro sin temor a ser señaladas.

Dentro de la dimensión de logro, los indicadores que presentan los porcentajes más altos son el de competencia y desafío, por otra parte el indicador que tiene mayores respuestas negativas hacia el logro es el de ambición. Esto permite desmentir la creencia generalizada que maneja la sociedad acerca de las personas que juegan puesto que se cree que las personas que juegan lo hacen por dinero, sin embargo, se puede observar en los resultados, que la ambición no es lo que lleva a la mayoría de las personas a mantener una actividad de juego, sino otro tipo de necesidades están involucradas.

Sin embargo se encuentra que dentro de la necesidad de logro, el hecho de competir y desafiar ya sea a la máquina o a sí mismo, podría llevar a las personas a querer seguir jugando a pesar de las consecuencias negativas.

Presencia de necesidad en la dimensión de poder, con base al total respuestas posibles (60).

Necesidad	No. de respuestas afirmativas hacia la necesidad.	Porcentaje del No. de respuestas	Cantidad de personas
Control	15	25	5
Directivo	16	27	5
Persuasivo	10	17	3
Individualismo	26	43	9
Autoeficacia	30	50	10
Promedios	19.4	32.52	6
Necesidad	No. de respuestas negativas hacia la necesidad	Porcentaje del No. de respuestas	Cantidad de personas
Control	45	75	15
Directivo	44	73	15
Persuasivo	50	83	17
Individualismo	34	57	11
Autoeficacia	30	50	10
Promedios	40.6	67.68	14
Totales	60	100	20

Con respecto a la dimensión de poder, se presenta en personas que consideran necesario mantener el control de sí mismos y de lo que los rodea, de ser directivos y persuasivos por medio de la asertividad que se esfuerzan por tener, de la misma manera suelen ser individualista y buscan sentirse autoeficaces.

Las personas con alta necesidad de poder que asisten frecuentemente al casino, podrían estar buscando algún reconocimiento como el prestigio, la reputación y el liderazgo, hay que mencionar que existen una serie de conductas que pueden darle a la persona la ilusión de mayor control tales como; toma de riesgo, el individualismo, control sobre el dinero y el tiempo.

Dentro de la dimensión de poder, se encontró que las respuestas afirmativas hacia el poder tienen un promedio de 19.4%, y las respuestas negativas hacia el poder tienen un promedio de 40.6%. Esta dimensión presenta el porcentaje más alto de respuestas positivas, y dentro de la dimensión, los indicadores más altos de respuestas afirmativas son la Autoeficacia y el Individualismo, y el indicador más alto de respuestas negativas hacia la dimensión de poder es Persuasivo.

De lo anterior se puede deducir que las personas que manifiestan una alta necesidad de poder, podrían encontrar en la actividad del juego y el ambiente que rodea al casino, satisfacción a las expectativas que tienen sobre sí mismos y el mundo que los rodea, además de obtener lo necesario para sentirse eficaces y en control de la situación, el casino podría proveer un ambiente de clase, que lo lleve a desarrollar un individualismo social, pero a la vez, en control de lo que quiere, lo que piensa y lo que puede hacer.

Se puede apuntar el hecho de que las personas que mostraron una alta necesidad de poder, son mujeres. Es importante resaltar que la teoría consultada tiende a presentar más ejemplos de hombres con alta necesidad de poder, que de mujeres, sin embargo, se puede observar que las mujeres pueden presentar tanta necesidad de poder como los hombres.

El casino no presenta diferencias marcadas entre géneros, lo cual provee un ambiente propicio para realizar actividades que en otro lado, quizás puedan ser consideradas como de hombres o de mujeres, los hombres se pueden dar la oportunidad de satisfacer una necesidad de afiliación, la cual culturalmente se atribuye al género femenino, y por su parte, las mujeres se pueden dar la libertad de satisfacer la necesidad de poder, la cual se atribuye más al género masculino en nuestra cultura.

Presencia de necesidad en la dimensión de afiliación, con base al total de respuestas posibles (60).

Necesidad	No. de respuestas afirmativas hacia la necesidad.	Porcentaje del No. de respuestas	Cantidad de personas
Anuente	21	35	7
Intimidad	9	15	3
Socialización	10	17	3
Dependencia	13	22	4
Reconocimiento	11	18	4
Promedios	12.8	21.34	3
Necesidad	No. de respuestas negativas hacia la necesidad	Porcentaje del No. de respuestas	Cantidad de personas
Anuente	39	65	13
Intimidad	51	85	17
Socialización	50	83	17
Dependencia	47	78	16
Reconocimiento	49	82	16
Promedios	47.2	78.66	17
Totales	60	100	

Con respecto a la dimensión de afiliación, la persona considera imprescindible la relación con otras personas, así como el poder mantenerse dentro de un grupo, que le de pertenencia y seguridad.

El aislamiento social y las condiciones que activan el miedo, son dos situaciones donde se ha visto que aumenta el deseo de la persona para afiliarse a los demás. De la misma manera, las personas suelen buscar a otras que se encuentran en la misma situación, podría ser que la razón principal es que hablar con otros que comparten las mismas necesidades hace que se sientan menos ansiosos.

En esta dimensión, el porcentaje de respuestas positivas hacia la afiliación fue de 12.8% por otro lado el promedio de las respuestas negativas hacia la afiliación fue de 47.2%.

Estos datos, presentan a la necesidad de afiliación, como la necesidad más baja que manifiestan la muestra investigada, lo cual indica que las personas no suelen ser movilizadas hacia la actividad del juego, por una necesidad de afiliarse a otros.

Como dato interesante se puede señalar que si la otra persona no puede aliviar la necesidad entonces la persona necesitada prefiere estar solo o en compañía de muchas personas pero sin intimar con ninguna.

El casino, por constituir un ambiente impersonal, en donde no se alienta a las relaciones entre las personas que asisten, se convierte en un sitio donde la persona no tienen que intimar con nadie, y por ende no sentir rechazo, pero aún así sentir la compañía de otras personas que se encuentran a su alrededor.

El indicador más alto de respuestas afirmativas hacia la afiliación, fue la anuencia, y el más alto de respuestas negativas hacia la intimidad.

Se rescata entonces, que el ceder, y darse a los demás; le gana a mantener una relación de intimidad, es mucho más fácil, estar en un ambiente que no le permite sentirse sola a la persona, pero que a la vez, no le exige intimar con nadie.

Por lo cual, se puede decir que el miedo y la ansiedad podrían aumentar la conducta afiliativa, mientras que la vergüenza al rechazo podría reducirla.

Conclusiones

Conclusiones

- De acuerdo con el análisis de los resultados obtenidos en la muestra, se determinó que las personas que asisten al casino Fiesta de Alajuela presentaban los siguientes porcentajes, en base a las 60 respuestas posibles:

Necesidad	**% de necesidad**
Logro	25%
Poder	45%
Afiliación	30%

- Se pudo establecer que las personas manifestaban una alta, media o baja motivación hacia el juego, establecidos en los siguientes porcentajes:

Necesidades humanas que presentan las personas que juegan en el casino Fiesta Alajuela.

Necesidad	Porcentaje	No. de personas
Alta	10%	2
Media	80%	16
Baja	10%	2

Aunque en los resultados obtenidos en los cuestionarios se observa que la mayoría de las personas encuestadas presentan una necesidad media, al comparar estos resultados con la realidad, se observa que no hay concordancia puesto que las personas para librarse de la culpa, podrían optar por el camino de la negación, que les impide admitir que están presentando problemas con el juego. También es importante rescatar que cuando se aplicó el instrumento, las personas no estaban en la etapa de emoción que el juego produce, si no en la etapa de la razón, lo cual podría haber permitido que las personas no vieran su problema como es.

- Aún cuando no presentaron una alta motivación hacia el juego, el 80% presentó una media motivación hacia el juego, lo cual permite deducir que existe la motivación necesaria para incidir en el juego. Lo cual permite concluir que no se necesita una alta motivación hacia el juego para realizar una actividad o movilizarse hacia algún objetivo,

- La dimensión de necesidad de poder presentó el mayor porcentaje en las personas que juegan, en comparación con las otras dos necesidades con un 20%.

Es importante mencionar que en la dimensión de Poder el indicador que puntuó más alto fue auto eficacia con un 50%, estas personas buscan realizar las cosas por si mismo asegurándose de esta manera que estén bien hechas. Las personas con alta necesidad de poder, también se podrían ver influidas, no sólo por el juego en sí mismo, si no también, por los otros motivantes externos al juego, pero que pueden ser encontrados en el ambiente del casino, tales como la sensación de estar en un sitio exclusivo, la música, el tipo de personas que se pueden encontrar allí, de manera que pueden darle prestigio y de alguna manera se convierte en un sitio que representa prestigio y lujo.

El problema que se presenta para estas personas, es que la necesidad que los lleva a jugar, se ve suplida solo momentáneamente, mientras se encuentra dentro del casino, pero al enfrentarse a la realidad fuera del mismo, sienten que en realidad no pueden controlar su ambiente externo, pero tampoco su actividad del juego.

- En la dimensión de logro no puntuó tan alto como la de poder, pero no hay que ignorar que las personas que tienen esta necesidad buscan la excelencia, y son personas que buscan constantemente retos que puedan alcanzar y así obtienen una sensación de buen rendimiento.

Es importante recordar que para estas personas las metas y los logros son un fin en si mismos, y su competencia puede ser vista en tres formas; hacia los demás, hacia sí mismos y, hacia la tarea que se realiza.

Las personas que mostraron una alta necesidad de logro, podrían no estar logrando sus metas en su ambiente social, y utilizan la actividad del juego como un medio para alcanzar y tener la sensación de ser exitosos.

El problema con esta situación radica en el hecho de que en el juego no siempre se gana, por lo tanto las personas se involucran más y más en el juego buscando la manera de ganarle a la máquina, pero mientras esto sucede se pierde dinero, tiempo, y podría fácilmente llevar a esta persona a manifestar la adicción hacia el juego.

El estar buscando constantemente el éxito en lo que realizan, es lo que mueve a las personas a buscar retos, y el jugar y poder ganarle a una máquina se convierte en un reto difícil de ignorar.

- Con respecto a la dimensión de afiliación, se puede observar que fue en la que menor puntaje se obtuvo con un 10% en la prueba, sin embargo hay que tener en cuenta que el casino no provee un ambiente que permita una intimidad con otras personas.

La teoría apunta que para las personas con alta necesidad de afiliación no es tanto la necesidad de estar con los demás, como la voluntad en vivir un intercambio cálido, íntimo y comunicativo con otras personas.

Las personas con una alta necesidad de afiliación, necesitan interactuar con otras personas, y se muestran típicamente ansiosas por esas relaciones.

También temen la desaprobación de los demás, y en lo que sería un intento por saber la opinión que se tiene de ellos, muchas veces se afanan en buscar seguridad en el resto de la gente, lo que suele ser un patrón de conducta que podría hacerlos menos populares.

La dificultad que surge en estas personas a la hora de entablar relaciones de intimidad en su medio diario, podría llevarla a hacer del casino un lugar en donde no se sientan solos pero en el cual no existe la presión de intimar con nadie.

Las personas tienden a manejar dos miedos con respecto a las personas; el miedo a estar solos y a la vez el miedo que da el llegar a la intimidad con otras personas, por lo tanto un lugar como el casino resulta ideal para manejarlos de manera temporal.

- Por lo valorado en las tres dimensiones estudiadas se concluye que probablemente estas personas presentan una serie de necesidades insatisfechas que buscan de alguna manera satisfacer en el casino por medio del juego. Ya que de alguna manera el medio no está recompensando esas necesidades, el problema del juego es que es una dinámica cíclica que no lleva a la persona al equilibrio luego de satisfecha la necesidad, sino que cada vez en lugar de satisfacerse la necesidad, hace que esta se incremento y lleve a la persona a repetir la conducta.

Recomendaciones

Recomendaciones

De acuerdo con las conclusiones anteriores, se plantean una serie de recomendaciones dirigidas a cuatro direcciones:

1. Las personas investigadas
2. Futuras investigaciones
3. Profesionales que intervienen
4. Hacia el gobierno de Costa Rica

Las personas investigadas

- Es recomendable que las personas investigadas se permitan entrar en un proceso de reflexión con respecto a los factores que podrían estar influyendo para que se repita la conducta del juego.

- Es importante plantearse la idea de buscar ayuda por medio de algún profesional, grupos de apoyo y centros de ayuda que le permitan trabajar los factores emocionales que le provoca la necesidad de

jugar, y de esa manera entrar en un proceso de cambio para vencer la problemática.

Futuras investigaciones

- Es importante que los investigadores abarquen también los fenómenos adyacentes al juego, así como otros motivantes que las personas podrían tener para asistir al casino a parte del juego.

- Realizar la recolección de los datos de manera personal, y de esa manera abarcar otros aspectos que permitan tener una visión mas profunda del fenómeno, utilizando entrevistas como parte del instrumento de evaluación.

Profesionales que intervienen

- Seria importante indagar el significado que tiene el juego para la persona lo cual permitiría crear una forma de atención personalizada, y más acorde a la situación que presenta el paciente.

- Es necesario explorar las problemáticas que presenta el paciente en su vida diaria y su relación con la problemática de juego que presenta el paciente.

Hacia el gobierno de Costa Rica

- Por ser el juego un fenómeno resiente y poco estudiado, pero que rápidamente esta formando parte activa de la sociedad, sin hacer diferencia entre sexo, edad, estado social, escolaridad, se recomienda que se realicen campañas con vías preventivas que le permitan conocer a la población en general, las implicaciones emocionales, económicas y sociales que conlleva el problema del juego.

- De la misma manera obligar a los dueños de los casinos a colaborar con estas campañas preventivas. Así como cooperan otras empresas que ofrecen otro tipo de adicción.

Bibliografia

Bibliografía

1. Abarca, Sonia (1995) Psicología de la motivación. 1era edición. San José Costa Rica. Editorial UNED. Pp. 184.

2. Aeppli, Ernst. (1972).Personalidad, la esencia del hombre maduro.2da edición. Barcelona. Editorial Luís Miracle. Pp.349.

3. Apley, M.H & Cofer, C.N (1975) Psicología de la motivación. 2da Edición. México. Editorial Trillas. pp. 907.

4. Bolles. C, Robert. (1976) Teoría de la motivación. 1ra edición, segunda reimpresión. México DF. Editorial Trillas. pp. 570.

5. Carver, S. Charles & Scheier, F. Michael (1997) Teorías de la personalidad. 3ra edición. Mexico. Prentice-Hall Hispanoamericana. pp. 631.

6. Chacón, M. & Jiménez, A. (1990), Exploración de algunos factores motivantes para participar en deporte: Estudio en tres disciplinas

deportivas a nivel de la primera división (futbol, voleibol y baloncesto). Tesis de licenciatura no publicada, universidad de Costa Rica, Costa rica.

7. DiCaprio. N, S. (1989). Teorías de la personalidad. 2da edición. México DF. Editorial McGRAW-HILL Interamericana de México.

8. Guzmán (1983). Estudio exploratorio de los factores que afectan la motivación de la comunidad y la moral del sector administrativo de la facultad de odontología de la universidad de Costa Rica. Tesis de licenciatura no publicada, universidad de Costa Rica, Costa Rica.

9. Halgin, Richards & Krauss, Susan (2004) Psicología de la anormalidad. 4ta edición. Mexico DF. McGrav-Hill Interamericana. Pp. 666.

10. Hernández, Fernández & Baptista, (2003) Metodología de la Investigación 3ra edición. México. Editorial Ultra, S. A. de C. V. Pp. 369.

11. Kaplan, I. Harold y Sadock, J. Benjamín (1987) Compendio de psiquiatría. 2da edición. Barcelona. Salvat Editores. Pp. 979.

12. Larsen, Randy & Buss, David. (2005) Psicología de la personalidad.2da edición. México D.F. McGRAW-HILL Interamericana editores. P.p. 651.

13. Madsen, K.B (1972) Teorías de la motivación. 2da edición. Argentina. Editorial Paidos. Pp. 381.

14. McTeer, Wilson. (1978) El ámbito de la motivación.1era edición. México DF. Editorial El Manual moderno. Pp. 303.

15. Morris, Charles. (1997). Psicología. (9a. Edición.) México: Prentice- Hall, pp. 778.

16. Reeve, Johnmarshall (1994) Motivación y emoción. 1ed. Madrid. McGRAW-HILL de España. Pp. 425.

Literatura consultada en Línea

1. Azor L. Fernando (s.f.) Adicción al Juego. Gabinete de Psicologia, Valencia, España.

Disponible en:

http://www.gabinetedepsicologia.com/ARTICULOS/adiccionaljuego.htm

Consultado el 24 de Junio de 2007.

2. Camacho (2004), Autoestima y motivación. Universidad Nacional Experimental Politécnica "Antonio José de Sucre" Vice Rectorado de Barquisimeto Departamento de Estudios Generales. Barquisimeto, Venezuela.

Disponible en:

http://www.monografias.com/trabajos16/autoestima-motivacion/autoestima-motivacion.shtml

Consultado el 24 de Junio de 2007.

3. Diccionario Electrónico Microsoft Encarta (2007).

4. García (sf), Motivación Individual. En la Universidad Abierta de México DF Disponible en:

http://www.universidadabierta.edu.mx/Biblio/G/Garcia%20Alfredo-Motivacion%20individual.htm

Consultado el 24 de Junio de 2007.

5. Gonzáles, R. Lizett (2005) Ludopatía. Panamá.

Disponible en:

http://www.prensa.com/actualidad/psicologia/2005/11/02/index.htm

Consultado el 24 de Junio de 2007.

6. Gudiño (2001), La motivación del paciente como alternativa para la prevención de las alteraciones gingivo periodontales.

Disponible en:

http://www.monografias.com/trabajos6/mopa/mopa.shtml

Consultado el 24 de Junio de 2007.

7. Sánchez, E. (2003) Juego patológico; un trastorno emergente. Valencia, España.

Disponible en:

http://db.doyma.es/cgi-bin/wdbcgi.exe/doyma/mrevista.fulltext?pident=13045096

Consultado el 24 de Junio de 2007.

8. Ortiz (2007) Carta Remitida por la Asociación Pro Seguridad Ciudadana de Lima (PERÚ), Lima Perú.

Disponible en:

http://juegopatologico.blogspot.com/

Consultado el 24 de Junio de 2007.

9. Magaña (2006), Motivación y desempeño laboral enfoque personal. Estudiante de Ingeniería Química de la Universidad de El Salvador. San Salvador El Salvador.

Disponible en:

http://www.monografias.com/trabajos34/motivacion-laboral/motivacion-laboral.shtml

Consultado el 24 de Junio de 2007.

10. MCCLELLAND, DAVID. (1985), *Teoría de la Asociación Efectiva*

Disponible en:

http://sigma.poligran.edu.co/politecnico/apoyo/administracion/admon1/pags/juego%20carrera%20de%20observacion/MACLELLAND.html

Consultado el 24 de Junio de 2007.

11. Palmero, Gómez, Carpi, Guerrero y Díez (1997), Motivación y biología: desarrollos teóricos: Universitat Jaume I: Castelló de la Plana; Hospital Dr. Pesset: Valencia

Disponible en:

http://reme.uji.es/articulos/numero20/6motibio/texto.html

Consultado el 24 de Junio de 2007.

12. Sarraff & Rubio (2001); Reflexiones acerca de la motivación profesional en estudiantes Universitarios. Universidad de la Habana Cuba.

Disponible en:

http://www.monografias.com/trabajos38/motivacion-profesional/motivacion-profesional.shtml

Consultado el 24 de Junio de 2007.

Anexos

Edad:
Sexo:
Estado Civil:
Escolaridad:

¿Considera usted que tiene problemas con el juego?

SI	NO

	Siempre	Casi Siempre	A Veces	Casi Nunca	Nunca
1. ¿Acostumbra usted a jugar sencillo?					
2. Suele mantenerse en una misma maquina, a pesar de haber perdido en ella?					
3. ¿Acostumbra usted a analizar las jugadas de las maquinas en las que juega?					
4. ¿Acostumbra usted a jugar hasta recuperarse o ganar?					
5. ¿Acostumbra usted meter de una vez más de 1,000 créditos a la maquina que esta jugando?					
6. ¿Acostumbra usted a jugar hasta dominar un juego?					
7. ¿Acostumbra usted a dirigir o explicar a otros la manera en que se juega una maquina?					
8. ¿Logra usted que otros sigan los consejos que les ha dado para jugar una maquina?					
9. ¿Asiste solo al casino?					
10. ¿Se considera usted un buen jugador?					
11. ¿Accede a visitar el casino cuando sus amigos lo invitan?					
12. ¿Asiste usted con sus amigos cercanos al casino?					
13. ¿Considera que el casino es un medio para hacer amigos?					
14. ¿Depende usted de otras personas para asistir al casino?					

15. ¿Suele celebrar sus victorias en el juego con sus amigos?

16. ¿Acostumbra usted a jugar las mismas maquinas?

17. ¿Acostumbra usted tomarse el tiempo para conocer las maquinas en las que juega?

18. ¿Acostumbras usted a contar las jugadas?

19. ¿Asiste usted al casino como un medio para ganar dinero?

20. ¿Acostumbra usted a jugar varias maquinas a la vez?

21. ¿Cree usted que en algún momento se puede controlar a la maquina?

22. ¿Suele usted darle ordenes a la maquina cuando está jugando?

23. ¿Insta a otras personas a que jueguen?

24. ¿Acepta usted los consejos que le dan los demás a la hora de jugar?

25. ¿Gana usted en más ocasiones que sus compañeros de juego?

26. ¿Accedes a compartir maquinas con tus amigos?

27. ¿Tiene preferencia por las maquinas en donde hay personas alrededor para conversar mientras juega?

28. ¿Asiste usted en grupo al casino?

29. ¿Siente usted necesidad de ir al casino para no sentirse solo?

30. ¿Le gusta que otras personas se acerquen a su maquina para observar su juego?

31. ¿Acostumbra usted a jugar mucho tiempo en las maquinas?

32. ¿Tiende usted a jugar maquinas con un alto nivel de dificultad?

33. ¿Considera que al contar las jugadas tiene más probabilidades de ganar?					
34. ¿Asiste usted al casino para obtener reconocimiento?					
35. ¿Acostumbra usted celebrar en voz alta cuando gana?					
36. ¿Acepta usted que otra persona participe en el juego con usted en la misma maquina?					
37. ¿Suele usted dejar de jugar para mostrarle a otros como ganar un bono?					
38. ¿Anima a otras personas a seguir jugando?					
39. Si va al casino en compañía de amigos, y ellos deciden irse ¿Se va con ellas?					
40. ¿Se siente bien con usted mismo cuando gana?					
41. ¿Comparte usted sus ganancias con sus amigos para que ellos se sientan parte del juego también?					
42. ¿Le cuenta a las personas con las que conversa en el casino algunas cosas de su vida intima?					
43. ¿Acostumbra usted socializar con las personas con las que juega a su alrededor?					
44. ¿Acepta usted ir al casino con sus amigos con tal de no sentirse solo?					
45. ¿Le gusta a usted que lo elogien por su forma de ganar o manejar una maquina?					