

	<b>ARTICULO DE TRABAJO DE GRADO</b>	<b>Código:</b> F-PI-028
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 1 de 13

## MOTIVACION PARA EL TRABAJO Y AUTOESQUEMAS EN MODELOS WEB CAM.

CRISTINA QUIROZ RESTREPO  
Institución Universitaria de Envigado

**Resumen:** El presente trabajo tiene como objetivo conocer la motivación para el trabajo y los autoesquemas presentes en un estudio de modelos webcam del municipio de Envigado en el año 2016. Para ello se llevó a cabo una investigación de corte cuantitativo con un enfoque descriptivo transversal, a una muestra de 25 mujeres entre los 18 y los 30 años. Los resultados permiten evidenciar que este grupo de mujeres presentan buen autoconcepto, buena autoimagen y una autoestima alta, a su vez se evidencia que los principales factores motivacionales internos están relacionados con el logro y el reconocimiento, los principales medios para para obtener las retribuciones deseadas en el trabajo están enfocadas en la dedicación a la tarea y por último las motivaciones externas están dirigidas al salario.

**Palabras claves:** *autoconcepto, modelos webcam, motivación.*

**Abstract:** The present document has the purpose of knowing the motivation for the job and the self-reports that are present in a webcam model study of the Envigado municipality in 2016. For this purpose, a quantitative research was made which is based on an explicit paradigm with a transversal descriptive approach, to a sample of 25 women which age is between 18 and 30 years. The results show evident prove that this women group shows a fair self-concept, a fair self-image and a high self-esteem, and at the same time it is evident that the main inter motivation factors are related with success and recognition, the main way to obtain the desired job income are focus on the task dedication and at last the external motivations in this women group point to the income.

**Key words:** *motivation, selfconcept, webcam models.*

### 1. INTRODUCCIÓN

Actualmente se ha visto un cambio progresivo en cuanto a las (TIC) **Tecnologías de la información y la comunicación**, las cuales han permitido transmitir, interactuar, procesar, difundir y acceder a cualquier información de manera fácil e instantánea. El internet se expandió de tal forma que ya no solo hay acceso a la información, sino que también la posibilidad de establecer nuevas formas de comunicación y de generar relaciones sin importar la lejanía, ahora solo se está a un clic de distancia. (Rebeca, 2005). Poco a poco, las oportunidades de negocio utilizando la Web no se hicieron esperar, por lo cual se crearon gran variedad de formas para ganar dinero. Una de ellas es el negocio de modelos webcam, donde el principal objetivo es generar entretenimiento para adultos, estableciendo relaciones eróticas virtuales con personas de todas partes del mundo. (Bustos,

2016). Las modelos webcam acceden a grandes ingresos mensuales desde la comodidad de sus hogares. En el mundo están conectadas más de 10.000 modelos en todas las páginas webcam, donde el 85% de los consumidores son hombres, el 8% son parejas y el 7% son mujeres (Bustos, 2016).

Colombia y Rumania manejan el mayor tráfico de modelos. Actualmente existen alrededor de 8.909 páginas de video chat en el mundo y de estas 432.000 son de dueños colombianos o el sitio se encuentra ubicado en Colombia (Caballero, 2012). Las ciudades donde más se evidencia este fenómeno son Medellín, Cali y Bogotá. Medellín es la de mayor crecimiento en esta industria con el 35 % de las modelos webcam colombianas, siendo las paisas las más buscadas por el prototipo de mujer (Bustos, 2012). Ser modelo webcam se relaciona con actividades afines a la prostitución, la cual ha tenido varias connotaciones de carácter religioso, ético y moral. La prostitución no distingue género ni edad, e

	<b>ARTICULO DE TRABAJO DE GRADO</b>	<b>Código:</b> F-PI-028
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 2 de 13

incluso en algunos países es ilegal. Pero es un oficio que trasciende las barreras de tiempo y espacio, permanece vigente y cada vez se naturaliza más en el contexto colombiano. (Bidegain, 2005).

Este trabajo fue realizado con la idea de entrarse a un mundo con gran auge en los últimos años para los jóvenes que han salido de los estándares sociales. Ellos han visto en este trabajo la oportunidad de alcanzar sus metas aprovechando su belleza física y el medio tecnológico para así obtener retribuciones monetarias. En este trabajo se estudian las principales razones, beneficios, autoesquemas, e inconvenientes para tener un mayor conocimiento para la implementación de proyectos de intervención psicosociales.

## 2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En Colombia la prostitución no es ilegal y menos penalizada como lo confirma la corte constitucional (Sentencia T-629 del 22 de enero de 2010), esta sentencia contempla la legalidad de la prostitución voluntaria y racional en sus diversas manifestaciones.

Sin embargo, esta labor aún no ha podido conseguir una mirada como oficio aprobado ante la sociedad, puesto que acarrea dilemas éticos, morales, religiosos, además problemas de salud pública y problemáticas sociales. (Montoya & Morales, 2015). Esta labor aún guarda mucho tabú en la sociedad y en el pueblo colombiano el cual es regido ampliamente por la religión y una moral rígida (Bidegain, 2005).

En Medellín, según la Secretaría de Integración Social en la Caracterización de personas en el ejercicio de la prostitución entre 2010-2015, se evidencian tres principales causas: “el desplazamiento forzado, el desempleo, y la falta de oportunidades y pocos recursos que tienen las madres solteras”. “De las 1.238 personas atendidas por la Administración, 435 están entre los 18 y 27 años y 349, entre los 28 y los 37”. (Secretaría de Integración Social, Informe: Caracterización de personas en ejercicio de prostitución, pg. 8-15 2010- 2015

El fenómeno social, contemporáneo de las modelos webcam es tema por investigar ya que se ha visto un reciente incremento en mujeres que acceden a realizar esta labor y es preciso indagar por las motivaciones laborales que surgen para

persistir ejerciendo la labor a pesar de la discriminación de la sociedad y los conflictos morales, éticos y religiosos.

En recientes investigaciones Bonilla, N & Rodríguez, A (2012) hallaron que las principales motivaciones en mujeres que ejercen la prostitución es generar dinero, ya que la mayoría de esta población cuenta con bajos recursos socioeconómicos y educativos, así como pocas oportunidades laborales. Ceballos, Arévalo, Hernández & Suarez (2013), hallaron que las trabajadoras sexuales no presentan problemas en relación con la autoestima y al autoconcepto, identificando esta población como mujeres seguras, asertivas independientes, entre otras. Otra investigación afín, afirmó que el trabajo en prostitución incrementó la autoestima y el autoconcepto en la población evaluada. (Bonilla & Rodríguez, 2012).

Es importante indagar acerca de los aspectos motivacionales, con la finalidad de detectar las principales causas que inspiran a la población a llevar a cabo este oficio. Así mismo, es importante investigar los autoesquemas presentes y su relación con el trabajo, para saber que tanto puede influir este oficio en la concepción de sí mismo. Adicionalmente, surge la inquietud con respecto a la relación entre los autoesquemas y la motivación para el trabajo en la población de modelos webcam con el fin de tener una visión más compleja del problema a investigar.

Teniendo en cuenta lo anterior, para este ejercicio investigativo surge la siguiente pregunta. ¿Cuáles son los factores motivacionales para el trabajo en las modelos webcam y cómo se relacionan con los autoesquemas?

## 3. MARCO REFERENCIAL

### 3.1 Antecedentes investigativos:

Referente al tema de las modelos webcam, se hallan investigaciones muy limitadas ya que es un asunto poco abordado y poco investigado, se encontraron temas afines como el cybersexo y la prostitución tanto en hombres como mujeres desde diferentes perspectivas, esto nos puede dar una aproximación y un acercamiento acorde, puesto que es un tema directamente relacionado al tema que se desea investigar. Las investigaciones halladas son las siguientes:

Con relación a la prostitución, Orozco, Padilla & Vadecillo (2011) investigaron los factores que

	<b>ARTICULO DE TRABAJO DE GRADO</b>	<b>Código:</b> F-PI-028
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 3 de 13

inciden en el incremento de jóvenes en prostitución (prepago) en las universidades más reconocidas de la ciudad de León, en Nicaragua. La investigación la realizaron con 25 mujeres universitarias entre los 18 y 23 años, tomado en cuenta 13 jóvenes en prostitución prepago de la UNAN (Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua) y 12 jóvenes de la UCC (Universidad Cooperativa de Colombia). El método utilizado fue la entrevista estructurada cerrada, y los resultados dan cuenta de que las familias de estas jóvenes pertenecen a un status social medio-alto, de familias nucleares, pero sin buena comunicación entre sus miembros. También hay prevalencia de valores conservadores en la familia y el impacto de medios de comunicación juegan un papel importante en la elección de la prostitución.

Gutiérrez (2013) investigo los factores de riesgo que conllevan a ejercer la prostitución en mujeres entre 18 y 25 años del área norte de la ciudad de León – Nicaragua. Se halló que el 65% de las mujeres tienen entre 21-25 años y el 60% se encuentran solteras. El 70% de ellas tienen otra ocupación como son estudiante (10%), doméstica (10%) y comerciante (50%); el 80% tiene hijos y de estas el 81.3% tuvo su primer hijo antes de los 20 años. Además, el 55% de ellas viven en casas en donde pagan un alquiler mensual. En la presente investigación también se encontró que tener dependientes a su cargo y pagar un alquiler mensual por sus viviendas aumentan 4.88 veces la probabilidad de caer en prostitución. Las que tuvieron su primer hijo antes de los 20 años 8.66 veces y las mujeres que recibieron violencia física en el último año de su vida 6.182 veces. Las que consumen alcohol tienen 16.7 veces y las que consumen drogas ilegales tienen 22.6. La autoestima baja, la presencia de alto grado de depresión, ansiedad e insomnio, son factores de riesgo que pueden conllevar al ejercicio de la prostitución según la investigación realizada.

Bonilla & Rodríguez (2012) realizaron una investigación en Colombia en la fundación renacer, donde el principal objetivo es la caracterización de la autoestima de preadolescentes y adolescentes que han ejercido la prostitución y que se encuentran en proceso terapéutico. Se realizó un estudio descriptivo, y se utilizó el instrumento “escala para evaluar la autoestima de Acosta Gonzales” con 31

preadolescentes y adolescentes entre los 12 y 18 años. La investigación indica que estas personas han sentido mucha confianza en la autopercepción de su propio merecimiento y competencia porque no conocen sus defectos y sus limitaciones, y que han tenido momentos de déficits en su confianza. Estas personas tienen características tales como efectividad en el manejo de las diferentes tareas y retos de la vida, asertividad e independencia.

Por otra parte, Ceballos, Arévalo, Hernández & Suarez (2013), investigaron acerca de la autoestima, la depresión, el consumo de alcohol y cigarrillo en mujeres que ejercen la prostitución en las ciudades de Santa Marta y Riohacha (Colombia). La investigación se llevó a cabo con 30 mujeres que ejercen la prostitución, los resultados que arrojaron las encuestas indicaron que no existe correlación entre las variables de estudio, sin embargo, las mujeres investigadas en su gran mayoría presentan una depresión moderada y un consumo abusivo de alcohol, sin embargo, no reportan problemas en relación a la autoestima y al consumo de cigarrillo.

Teniendo en cuenta las investigaciones realizadas se puede concluir, que el género masculino es el principal consumidor del cibersexo, también se concluye que la mayoría de las personas que acceden a estas páginas web, utilizan el anonimato para ocultar su identidad personal. Los hombres prefieren acceder a estos sitios de una manera discreta y solitaria, también buscan ocultar la información de sus ordenadores. En cuanto a las investigaciones con relación a la prostitución, se puede concluir que la mayoría de mujeres se encuentran entre las edades de 18 y 15 años, la mayoría cuentan con familias numerosas y modelos no funcionales, bajos recursos económicos, niveles educativos bajos y escasos recursos económicos,

También se puede concluir que las poblaciones investigadas no presentan problemas en relación con la autoestima y al autoconcepto, ya que en los resultados hallados se evidencia que esta población cuenta con buena confianza, seguridad, asertividad, independencia, entre otras características personales.

### 3.2 Marco teórico:

El presente marco teórico tiene por objetivo, exponer el concepto de motivación, autoesquemas y el concepto de modelos webcam, con la

	<b>ARTICULO DE TRABAJO DE GRADO</b>	<b>Código:</b> F-PI-028
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 4 de 13

finalidad de integrar las teorías y los enfoques teóricos referentes al problema de investigación.

### 3.2.1 Motivación

En la actualidad existen diferentes teorías y conceptos acerca de la motivación. Las distintas escuelas como la psicología, el psicoanálisis, el cognitivismo, la psicología, entre otras, definen el concepto de motivación a su manera y partiendo desde su especialización ya que se considera que la motivación es un concepto muy complejo para establecer una definición y una teoría única para todas las escuelas del pensamiento (Soler, 2007).

usamos este concepto, cuando deseamos describir las fuerzas que actúan sobre o dentro de un organismo, estas fuerzas permiten la ejecución de acciones destinadas a mantener o modificar la conducta (Palmero & Martínez, 2008). La motivación tiene fuentes internas y fuentes externas, las fuentes internas están relacionadas con la historia personal y las variables psicológicas como por ejemplo la curiosidad, el miedo, el sentimiento entre otras y las fuentes externas es tan relacionadas con los diferentes estímulos que desde fuera del individuo ejercen su influencia hacia él, un ejemplo es el dinero, o los elogios, estos son consecuencias sociales del ambiente y aportan motivación para realizar o no la conducta (Reeve, 1994).

Las motivaciones influyen en toda nuestra existencia, en las relaciones familiares, sociales, profesionales y nos da el impulso y la fuerza para seguir adelante, sin embargo, pueden existir dificultades si hay ausencia de estas, como por ejemplo puede conllevar a la falta de impulso, la improductividad y la no constructividad y si perdura la desmotivación puede generar estrés negativo, ansiedad, angustia crónica, desánimo y depresión (Soler, 2007). Entonces la desmotivación puede encadenar otros problemas a nivel psicológico y puede afectar directamente la conducta de los individuos, ya que por desmotivación se puede caer en un estado pasivo donde el sujeto pierde productividad y ánimo para realizar sus tareas, una persona desmotivada no actúa de manera consciente y voluntaria, la mayor parte del tiempo la pasa mal y se deja invadir por los pensamientos negativos que debilitan el estado mental (Cofer & Appley, 1972). Se han

identificado factores que contribuyen a la desmotivación, los cuales pueden ser:

Actividades insatisfactorias, falta de control, falta de actividad física, falta de informaciones y de perspectivas de futuro, críticas negativas, fijación de objetos inalcanzables o ausencia de objetos, nivel de ingresos, malas condiciones de trabajo e inseguridad de empleo, falta de directrices, falta de estimulación, falta de legitimidad, falta de transparencia, falta de conocimiento de proyección personal y falta de autoestima. (Cofer & Appley, 1972, p. 12)

Todos estos factores contribuyen a la desmotivación y a las posibles enfermedades que se puedan encadenar ya sean psicológicas o fisiológicas.

Según Soler (2007) existen 16 motivaciones fundamentales que gobiernan a una persona o un grupo de personas, independiente de la cultura, el lenguaje, o los valores éticos. Estas 16 motivaciones son: “conceptualización, apariencia, placer, visibilidad, poder, afectividad, interés colectivo, innovación, seguridad, interés personal, economía, bienestar, practica, consideración, autorrealización, amor propio” (p. 34). Pero no existe un orden previo ya que para hablar de motivos básicos hay que tener en mente los mecanismos de adaptación que cada organismo posee (Palmero & Sánchez. 2008). Por su parte, Abraham Maslow en su teoría de la jerarquía de las necesidades humanas, aporta una variedad de necesidades que pueden satisfacerse o no participando en la actividad del grupo.

El autor indica que conforme se satisfacen las necesidades más básicas, los seres humanos desarrollan necesidades y deseos más elevados. Estas necesidades están íntimamente ligadas con nuestra motivación, ya que es el motivo por el cual hacemos las cosas y realizamos las actividades, como dice Maslow, “ una necesidad satisfecha deja de motivar” (citado en Soler, 2007, p. 12) y tiene razón en su postulado ya que cuando se satisface un deseo ya no hay ansiedad sino por el contrario aparece una nueva necesidad, un nuevo deseo por satisfacer, una nueva motivación para impulsar la conducta, porque el hombre es un animal que tiene necesidades, y pocas veces alcanza un estado de satisfacción completa, cuando alcanza esa satisfacción es por un periodo de tiempo corto y cuando este deseo es satisfecho, otro aparece para

	<b>ARTICULO DE TRABAJO DE GRADO</b>	<b>Código:</b> F-PI-028
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 5 de 13

ocupar y reemplazar su lugar, entonces el ser humano a lo largo de su vida, pasa prácticamente deseando algo, y sus motivaciones son variantes y diferentes a medida de que satisface sus deseos (Soler,2007).

Las motivaciones suelen expresarse de manera diferente, estas maneras son: de forma consciente, con la finalidad de satisfacer o activar una motivación para conseguir un objetivo, y pueden expresarse verbalmente, y de manera inconsciente, que están representadas en nuestro esquema mental y salen de manifiesto en nuestra conducta, por ejemplo, a través de los gestos, las expresiones corporales y faciales se reflejan nuestras motivaciones más profundas. (Soler, 2007).

Desde el campo ocupacional hay motivaciones que afectan a la inserción laboral, estas motivaciones están presentes en la identidad, el reconocimiento y rango, la valoración, el poder, la proyección, el aprendizaje, el control, el cambio, el riesgo, la diversión y el poder. Se puede evidenciar que existen múltiples motivos que estimulan la incorporación de las personas a ejercer e iniciar una labor y cada persona se siente identificada y motivada por una razón diferente, esta razón depende de cada organismo, de sus intereses, y sus esquemas mentales, cada persona elige la razón por la cual se siente motivada para empezar a ejercer una labor. (Rubio & Medina, 2007). Y de acuerdo a su interés se despliega una conducta, ya que toda conducta es motivada, porque sin motivación no habría conducta (Cofer & Appley,1972). Maslow y McGregor (citados en Adair, 2009), indican que las personas trabajan para satisfacer las necesidades básicas y primordiales, la supervivencia juega un papel relevante en el ámbito laboral, nos sentimos motivados para trabajar por una contribución monetaria.

En la presente investigación se midieron las motivaciones internas que incluyen: el logro, el poder, la afiliación, la autorealización y el reconocimiento, estas variables en conjunto describen condiciones personales internas de carácter cognitivo y afectivo, que permiten al individuo identificar sentimientos de agrado o desagrado de su experiencia con personas o con eventos externos específicos (Vinaccia, Quinceno & Fernández, 2008).

También se midieron las condiciones motivaciones externas, que incluyen la supervisión, el grupo de trabajo, el contenido de trabajo, el salario y la promoción, estas variables suscitan el interés por el trabajo y refuerzan o incentivan modos de comportamiento dirigidos a obtenerlos, también busca ver el valor que cada persona le atribuye a varios tipos de retribución por el desempeño que una organización puede ofrecer (Vinaccia, Quinceno & Fernández, 2008).

Y por último se tuvieron en cuenta los medios preferidos para obtener retribuciones deseadas en el trabajo, como: la dedicación a la tarea, la aceptación a la autoridad, la aceptación de normas y valores, la requisición y por último la expectativa. Las tres primeras variables permiten identificar modos de comportamiento útil, importantes y deseables para la organización, y las dos últimas (requisición y expectativa) describen opciones para obtener retribuciones deseadas en el trabajo desde la perspectiva del individuo (Vinaccia, Quinceno & Fernández, 2008).

### 3.2.2 Autoesquemas

Hay muchas razones que inquietan al ser humano y debido a esto ha surgido el interés por el estudio del comportamiento y el deseo de saber más acerca del sí mismo, esto no ha sido un interés reciente ya que la filosofía ha tratado de abordar esta inquietud desde diferentes perspectivas dando explicaciones desde lo metafísico y lo trascendental. La psicología ha basado todo el constructo teórico del autoconcepto basándose inicialmente en el análisis filosófico de ¿quién soy yo?, esta es una pregunta que ha inquietado al ser humano desde siempre, En todas las épocas, en todos los contextos, y ha intentado encontrar una respuesta desde la filosofía, la religión o la mitología (Oñate, 1989).

Los psicólogos desde sus inicios rechazaron las ideas metafísicas de alma, el deseo y el espíritu por no estar ligados con la metodología científica, entonces en 1890 surgen las primeras aportaciones de la psicología científica con William James, quien es reconocido como el primer psicólogo que desarrollo la teoría del autoconcepto, el incorporo el concepto de self en sus investigaciones (Goñi, 2009). El concepto de self está asociado a la conciencia de sí mismo, donde la persona es consciente de las ideas, pensamientos, creencias y representaciones subjetivas, el self tiene la

	<b>ARTICULO DE TRABAJO DE GRADO</b>	<b>Código:</b> F-PI-028
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 6 de 13

capacidad de pensar y hablar sobre sí mismo, la consciencia de sí mismo es la única característica y atributo propio del hombre, incluso nos distingue de los animales más que el mismo lenguaje (Oñate, 1989).

El concepto del self está directamente relacionado con el autoconcepto y gran número de psicólogos contemporáneos nos dicen que los autoesquemas juegan una función importante en la integración de la personalidad, la motivación del comportamiento y el desarrollo de la personalidad (Oñate, 1989). Sin embargo, a raíz de este concepto se han estructurado varias teorías desde las diferentes corrientes para dar explicación a este término.

El conductismo se limita a parámetros observables, cuantificables y medibles, se centra en el ambiente y no presta mucha atención al self ya que este implica una experiencia interna y una interpretación subjetiva, por lo tanto, indican que el autoesquema son patrones adquiridos de comportamiento (Goñi, 2009).

El humanismo y la fenomenología sustenta que la autopercepción del sujeto se construye a partir de como se ve cada cual a sí mismo, en cómo interpreta las situaciones en las cuales está inmerso y como interrelaciona ambas percepciones, indican que la conducta es influenciada no solo por las experiencias pasadas y presentes si no, que también por los significantes personales. El humanismo hace hincapié en mejorar la percepción y la aceptación para una mejor la autoimagen (Oñate, 1989).

Por su parte la psicología social centra su interés en el análisis de las aspiraciones y valores y en como las experiencias familiares y otras dan lugar a diferentes respuestas (Goñi, 2009).

Desde la corriente cognitiva Oñate (1989) nos da una noción más completa, donde nos habla no solo del papel que cumple el referente social en la construcción de nuestro autoconcepto, sino que también abarca las ideas, evaluaciones, imágenes y creencias que el sujeto tiene hacia sí mismo, las creencias tienen un valor significativo ya sea negativo o positivo, el éxito o el fracaso representan una habilidad importante para el yo, este nos reafirma nuestras habilidades, ya sea para confirmar o por el contrario para reducir la consideración de las capacidades y los pensamientos que poseemos. La corriente cognitiva también abarca no solo las imágenes que

los demás tienen de él, sino que también abarca la imagen de la persona que le gustaría ser. Estos esquemas son únicos en cada persona no hay dos personas que sostengan un idéntico conjunto de creencias (Oñate, 1989).

La mayoría de los postulados confieren que los autoesquemas están relacionados con la idea que tiene cada persona de sí misma, unos se basan desde lo conductual otros desde las teorías sociales, otros desde la cognición, sin embargo, todos tienen en común, que el autoconcepto hace referencia al propio self (Goñi, 2009).

Teniendo en cuenta, las teorías más contemporáneas, estas abarcan los autoesquemas desde diferentes ámbitos, de una manera más holística y no se limitan a una sola corriente, dicen que los autoesquemas también tienen que ver con el conjunto de éxitos logrados que tiene la persona en la vida, ya que el resultado de los logros es un aspecto significativo para la concepción propia, cuando el éxito que tenemos ante determinadas situaciones es igual o superior a las aspiraciones, la persona va reforzando su autoconcepto o si por el contrario las pretensiones sobrepasan los logros obtenidos el autoconcepto baja.

Cuando una persona tiene un autoconcepto alto es seguro de sí mismo, irradia seguridad, se siente importante, tiene confianza en sus propias capacidades, conoce y expresa sus sentimientos, se percibe como único, se gusta así mismo y gusta de los demás, tiene facilidad para relacionarse con el sexo opuesto, el autoconcepto alto no es un estado de éxito total y constante es también reconocer las propias limitaciones y debilidades y sentirse orgulloso por las habilidades y capacidades, por el contrario cuando una persona tiene un autoconcepto bajo suelen ser personas que esperan ser engañadas, menospreciadas, se anticipan a lo peor, dirigen su vida hacia donde otros quieren que vaya, se estancan, tiene problemas para relacionarse con el sexo opuesto se esconden tras un muro de desconfianza y se hunden en la soledad y el aislamiento, les resulta difícil ver, oír y pensar con claridad, estas personas sufren de sentimientos de inseguridad e inferioridad (Rodríguez, Pellicer & Domingues, 1988)

Goñi (2009) indica que la autoformación del autoesquema está relacionada con diferentes aspectos entre ellos se encuentra: los papeles ambientales, las experiencias de éxito y fracaso,

	<b>ARTICULO DE TRABAJO DE GRADO</b>	<b>Código:</b> F-PI-028
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 7 de 13

los influjos interpersonales, la comparación social y la construcción del marco interpretativo propio.

### 3.2.3 Modelos webcam

Actualmente no hay referencias académicas que respalden este tema, ya que es un acontecimiento que apenas se ha ido desarrollando de manera silenciosa en la sociedad. Sin embargo, se abordará el tema afín de la prostitución y se remitirá a diferentes blogs hallados en la web acerca los modelos webcam.

La prostitución es un concepto que ha recorrido y ha abarcado las diferentes partes del mundo y es uno de los oficios más antiguos de la humanidad. Es entendida como el acto de participar en actividades sexuales a cambio de dinero, es decir, es un negocio voluntario que ejercen algunas mujeres y hombres donde vende el cuerpo a cambio de una suma de dinero, en Colombia la prostitución no es ilegal ni mucho menos es penalizada (Santamaría, Martínez & Espinosa 1985).

Las reacciones de la cultura difieren de país a país, de tiempo a tiempo, de lugar a lugar, tanto en su aceptación como en su rechazo, en Colombia la prostitución ha sido vista desde diferentes perfectivas, desde la ética, la moral, la religión, se ha visto como una actividad económica, como la expresión de la personalidad, y un trabajo con fines lucrativos, La prostitución es ejercida desde todas las orientaciones sexuales, no distingue ni de genero ni edad y cada vez se naturaliza más en nuestro contexto (Santamaría, Martínez & Espinosa 1985).

En algunos países es ilegal, pero es un oficio que trasciende las barreras de tiempo y espacio, permanece vigente en la sociedad, sin embargo, existen algunas problemáticas que surgen a raíz de la prostitución, estas problemáticas están ligadas a su labor ya que estas personas no tienen derecho a disfrutar de las prestaciones sociales como los trabajos convencionales, aparte de esto, son marginadas, discriminadas y propensas a ser agredidas, extorsionadas y robadas por ser una población desprotegida (Santamaría, Martínez & Espinosa 1985).

A diferencia de la prostitución hay otro negocio que va relacionada con este ya que se trata de otro ejercicio donde se vende la imagen del cuerpo, pero con la diferencia que es a través de internet,

es decir, no existe contacto directo ni relaciones carnales (Rodríguez, 2012).

Las personas que ejercen esta labor son individuos que realizan servicios sexuales en el internet a cambio de dinero o bienes, por lo general ganan créditos por cada minuto que el cliente gaste, utilizan la cámara web para satisfacer los deseos y las fantasías de los usuarios, no existe límites ni de tiempo ni de espacio (Rodríguez, 2012).

Trabajaban por medio de una plataforma que funciona las 24 horas del día y está clasificada en las diferentes modalidades, desde región, contextura física, hasta habilidades que tenga la persona que practica la labor (Patiño, 2015).

Las modelos suelen ser personas de todas las partes del mundo, pero la mayoría de los sitios webcam, tienen como lenguaje principal el inglés ya que la mayoría de los consumidores se encuentran en norte américa, por lo tanto, la mayoría de las modelos deben utilizar el inglés para relacionarse con los usuarios. (Patiño, 2015)

Bustos (2016) Indica que existen dos tipos de plataformas en una de ellas pagan por minuto trabajado, donde el objetivo de la modelo es llevar al privado a un cliente y satisfacer su fantasía o su deseo, desde el momento que el usuario ingresa a privado comienza a generar dinero, el precio lo decide cada modelo dependiendo de sus habilidades, características físicas y recorrido en el mercado, existen plataformas que pagan semanal, quincenal y mensual.

La otra modalidad de plataforma es llamada free-chat, donde el objetivo es hacer tokens que equivalen a créditos. Los modelos ponen un tope, es decir, un precio y en el momento que cumplen la meta hacen el show en sala pública. Se diferencian porque en esta otra modalidad, los modelos generan vínculos amistosos con los clientes, ya que utilizan las redes sociales como WhatsApp, Instagram, twitter, Snapchat, con el fin de generar mejores ingresos, también esta modalidad promueve “el arte, la conversación y el entretenimiento” (Bustos, 2016).

Además del show los modelos también ganan dinero por propinas y por regalos que dejan los usuarios en sus perfiles. No solo se vende sexo, hay modelos que también ganan dinero por entablar conversaciones con los usuarios, por generar empatía y por crear un ambiente donde el

	<b>ARTICULO DE TRABAJO DE GRADO</b>	<b>Código:</b> F-PI-028
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 8 de 13

usuario más que tener sexo se enamora de un prototipo de mujer que solo pueden ver a través de la pantalla. (Bustos, 2016)

#### 4. DISEÑO METODOLOGICO

La metodología que se seguirá en la presente investigación es de tipo cuantitativa, esta metodología está basada en el paradigma explicativo y utiliza información cuantificable para describir o tratar de dar explicación a un fenómeno desde la estructuración lógica, teniendo en cuenta el método científico (Briones, 2002).

El tipo de investigación que se desea llevar en la investigación es descriptivo con corte transversal. Es descriptivo porque busca la descripción de los fenómenos que son observables, no hay manipulación de la realidad, los estudios descriptivos también se llevan a cabo para demostrar las asociaciones o relaciones entre las cosas del entorno. La investigación es de corte transversal puesto que se realizará en un momento determinado del tiempo y no hay continuidad en el eje del tiempo (Hernández, Fernández & Baptista 1997).

##### 4.1 Población:

La población está conformada por mujeres entre los 18 y los 30 años de edad, que se encuentran laborando como modelos web cam en el Municipio de Envigado.

La mayoría de estas mujeres viven en estratos socio económicos 1 y 2. Ninguna de las mujeres que trabajan en este estudio, están realizando estudios superiores, técnicas o tecnologías, solo cuentan con estudio de bachillerato. Algunas de estas mujeres tienen hijos menores de 10 años.

##### 4.2 Muestra:

La muestra fue de 25 mujeres, a conveniencia, puesto que ingresaron al estudio las modelos que aceptaron participar en el mismo, la muestra se considera “no probabilística” ya que no entra el azar y no hay la probabilidad de elegir entre la población (Briones, 2002).

En la investigación participaran todas las modelos que lo deseen, y se les indicara que deben firmar un consentimiento informado.

##### 4.3 Instrumentos:

Los instrumentos que se van a utilizar para la presente investigación son: **cuestionario de**

**motivación para el trabajo (CMT).** Es un instrumento psicológico que evalúa aspectos motivacionales para el trabajo. Está diseñado para identificar y valorar objetivamente las condiciones motivacionales internas y condiciones motivacionales externas del trabajo. Consta de 75 ítems que en conjunto representan 15 factores motivacionales. Los ítems están representados en grupos de cinco y cada uno operacionaliza un factor de motivación. El sujeto debe ordenar los ítems de cada grupo de acuerdo con la importancia que le va atribuyendo a los mismos, asignándole un determinado valor a cada ítem entre cinco (5) y un (1) punto, para indicar la mayor o menor importancia que les atribuye respectivamente (Toro,1992).

Los factores que se evalúan en el CMT son: Condiciones Motivacionales Internas, (Logro, Poder, Afiliación, Autorrealización y Reconocimiento). Condiciones Motivacionales externas (Supervisión, Grupo de Trabajo, Contenido del Trabajo, Salario y Promoción) y por último se mide también los medios Preferidos para obtener retribuciones deseadas en el Trabajo estas son: (Dedicación a la Tarea, aceptación de la autoridad, aceptación de normas y valores, requisición y expectación). La prueba tiene un coeficiente alpha de Cronbach de 0.72 (Toro, 1992).

Los coeficientes obtenidos, muestran una confiabilidad altamente satisfactoria para un instrumento multifactorial del tipo del CMT. La probabilidad puede variar de un grupo a otro, sin que haya bajado de 0.70 en ningún caso.

En cuanto a la validez, Uribe (1982) y Toro (1983), exploraron la validez de construcción del cuestionario mediante análisis factorial, por el método de análisis factorial. Para determinar el número de factores se empleó el criterio Scree – test, además, para definir el valor significativo aceptable para cada cargo factorial se utilizó la fórmula de Burt- Banks y se efectuó rotación ortogonal. La gran mayoría de las variables se ubicaron nítidamente en sus respectivos factores, con aceptación de tres variables de los medios preferidos (Aceptación de la autoridad, Aceptación de normas y Valores y Expectación) que no logran tan buena figuración factorial como los demás.

**Cuestionario de autoesquemas (CIE).** Es una prueba diseñada para medir tres variables,

autoimagen, autoconcepto y autoestima; construida inicialmente con un total de 80 ítems, y es validada por Álvarez, Arango, y Arismendy (1992) en una población de 60 individuos seleccionados en profamilia 51. El índice de consistencia interna de la prueba, alcanzado para cada uno de los ítems, varía entre 0,23 y 0,9, pero al hacer el análisis comparativo de los ítems, se eliminan aquellos con un índice de consistencia interna por debajo de 0,46, lo que argumenta una alta confiabilidad del instrumento. La confiabilidad en total, con el método Alfa de Cronbach es de 91%, lo cual se ubica dentro de un criterio de alta confiabilidad.

#### 4.4 Consideraciones éticas:

toda participación en investigación psicológica debe ser voluntaria y el participante tiene el derecho de retirarse de la misma en cualquier momento. Además, tiene el derecho a realizar preguntas y recibir una explicación después de la participación.

El investigador entregó un consentimiento informado por escrito a cada uno de los participantes y fueron firmados, y de esta forma se acreditó su participación en el estudio

Esta investigación está regida bajo el principio de confidencialidad para lo cual a cada participante se le asigna un código numérico que proteja su identidad. En ningún momento, los lectores de esta investigación podrán identificar a ningún participante.

La información obtenida será utilizada con fin académico e investigativo.

### 5. RESULTADOS

Se evaluaron 25 mujeres de un grupo de modelos Web Cam del Municipio de Envigado-Colombia, en las cuales se evaluó los autoesquemas y la motivación para el trabajo, encontrándose los siguientes resultados:

En la Tabla 1 se muestran los resultados del cuestionario de autoesquemas. Se evidencia que esta población presenta; 1) un buen autoconcepto, 2) una excesiva atención a la autoimagen, realizando una sobrevaloración en el sí mismo, esta sobrevaloración está enfocada en aspectos visuales del cuerpo y en la estimación global del sí mismo, y 3) una alta valoración positiva al conjunto de percepciones, pensamientos,

evaluaciones, sentimientos y tendencias de comportamiento dirigidas hacia el sí mismo.

Puntuación de referencia media según el Cuestionario de Autoesquemas CIE. <sup>a</sup> 67.5 (12.3), <sup>b</sup> 43.9 (7.2), y <sup>c</sup> 65.5 (12.4).

	Mín.	Máx.	Media	Desv. Típica
Autoconcepto	49	74	66.3 <sup>a</sup>	8,6
Autoimagen	41	76	63.2 <sup>b</sup>	8,8
Autoestima	31	53	66.3 <sup>c</sup>	6,5

**Tabla 1. Evaluación del concepto, autoimagen, y autoestima en un grupo de mujeres modelos webcam. Envigado-Colombia 2016.**

En la Tabla 2 del cuestionario de motivación para el trabajo (CMT), teniendo en cuenta las motivaciones internas, se evidencia que la población evaluada presenta una alta motivación en los factores de logro y reconocimiento, lo que indica que hay una alta valoración en alcanzar las metas, los objetivos, logros y se espera el reconocimiento, la atención, o la admiración a nivel laboral por lo que la persona es, hace o es capaz de hacer. Por otro lado, se evidencia falta de motivación en aspectos como poder, afiliación y autorrealización, lo que indica que la población evaluada presenta poco interés en los comportamientos orientados a obtener y conservar relaciones afectivas satisfactorias en el entorno social, también presenta poco interés en la adquisición y mejora de habilidades y conocimientos personales y poca motivación hacia las funciones de poder, dominio o control.

\*Puntuación de referencia media 50 (10) según el Cuestionario de Motivación para el Trabajo CMT.

	Mín.	Máx.	Med.	Desv. Típica
Logro	61	80	72.7 <sup>*</sup>	5,0
Poder	31	52	38.8 <sup>*</sup>	5,4
Afiliación	21	52	34.2 <sup>*</sup>	8,7
Autorrealización	19	46	30.5 <sup>*</sup>	8,7
Reconocimiento	60	90	73.3 <sup>*</sup>	8,3

**Tabla 2. Condiciones motivacionales internas en un grupo de mujeres modelos webcam. Envigado-Colombia 2016.**

En la Tabla 3 del cuestionario de motivación para el trabajo (CMT), teniendo en cuenta las motivaciones externas se evidencia que el factor motivacional más puntuado esta con relación al salario, lo cual indica que hay una alta valoración en la retribución económica asociada al empleo.

La población evaluada también presenta buena motivación con referencia a la supervisión y a la promoción, pero se hallan dificultades con

	<b>ARTICULO DE TRABAJO DE GRADO</b>	<b>Código:</b> F-PI-028
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 10 de 13

referencia al poco interés en el trabajo en equipo y el contenido del trabajo.

\*Puntuación de referencia media 50 (10) según el Cuestionario de Motivación para el Trabajo CMT.

	Mín.	Máx.	Med.	Desv. Típica
Supervisión	19	88	49.6*	13,8
Grupo de trabajo	19	66	37.2*	14,3
Contenido de trabajo	13	47	27.8*	10,8
Salario	62	91	74.6*	7,9
Promoción	20	84	53.8*	17,9

**Tabla 3. Motivaciones externas en un grupo de mujeres modelos webcam. Envigado-Colombia 2016.**

En la Tabla 4 del cuestionario de motivación para el trabajo (CMT), se evidencia que el medio preferido para obtener las retribuciones deseadas en el trabajo está enfocado principalmente en la dedicación a la tarea, es decir que la muestra evaluada presenta buen empeño trabajando el tiempo requerido con eficiencia y responsabilidad.

\*Puntuación de referencia media 50 (10) según el Cuestionario de Motivación para el Trabajo CMT.

	Mín.	Máx.	Med.	Desv. Típica
Dedicación a la tarea	30	76	64.5*	7,8
Aceptación de la autoridad	33	59	48.7*	5,8
Aceptación de normas y valores	20	78	38.4*	12,1
Requisición	38	60	49.3*	7,3
Expectación	36	62	48.0*	6,8

**Tabla 4. Medios preferidos para obtener retribuciones deseadas en el trabajo en un grupo de mujeres modelos webcam. Envigado-Colombia 2016.**

La población evaluada también presenta buena aceptación de la autoridad, buena requisición y expectativa, pero se presentan bajas puntuaciones en la aceptación de normas y valores, lo cual corresponde a que la muestra, presenta dificultades con la ley en cuanto a las normas establecidas y los límites, también se presentan dificultades en la ética y la moral

En la Tabla 5 se puede evidenciar que hay una correlación negativa entre el autoconcepto y el trabajo en equipo, demostrando que cuando el autoconcepto es bajo se presentan dificultades en las relaciones laborales. También se evidencia que existe una correlación positiva entre el autoconcepto y el contenido de trabajo, revelando que entre más alto sea el autoconcepto las mujeres web cam tendrán una percepción más positiva de

las actividades que realizan su trabajo, sin percibirlo de forma rutinaria y monótona

\* La correlación es significativa en el nivel 0,05

	Coefficiente de correlación	Sig (bilateral)
Logro	0,031	0,512
Poder	-0,307	0,135
Afiliación	-0,022	0,916
Autorrealización	-0,220	0,291
Reconocimiento	0,097	0,645
Dedicación a la tarea	0,011	0,957
Aceptación de la autoridad	-0,440	0,098
Aceptación de normas y valores	-0,056	0,792
Requisición	-0,030	0,886
Expectación	0,023	0,913
Supervisión	-0,293	0,250
Grupo de trabajo	-0,429*	0,032
Contenido del trabajo	0,481*	0,015
Salario	0,372	0,067
Promoción	-0,119	0,571

**Tabla 5. Correlación entre autoconcepto y motivación en un grupo de mujeres modelos webcam. Envigado-Colombia 2016.**

En la Tabla 6 se puede evidenciar que hay una correlación negativa entre autoimagen y aceptación de la autoridad, demostrando que cuando la autoimagen es baja se presentan dificultades en aceptar las normas impuestas por la autoridad

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01

	Coefficiente de correlación	Sig (bilateral)
Logro	0,032	0,512
Poder	-0,107	0,611
Afiliación	-0,158	0,450
Autorrealización	-0,106	0,616
Reconocimiento	-0,305	0,138
Dedicación a la tarea	0,323	0,116
Aceptación de la autoridad	-0,506**	0,010
Aceptación de normas y valores	-0,071	0,735
Requisición	-0,177	0,396
Expectación	-0,130	0,537
Supervisión	-0,119	0,572
Grupo de trabajo	-0,127	0,546
Contenido del trabajo	0,269	0,194
Salario	0,094	0,654
Promoción	-0,314	0,126

**Tabla 6. Correlación entre autoimagen y motivación en un grupo de mujeres modelos webcam. Envigado-Colombia 2016.**

En la Tabla 7 se puede evidenciar que hay una correlación negativa entre autoestima y aceptación

de la autoridad, demostrando que cuando la autoestima es baja se presentan dificultades en aceptar las normas impuestas por la autoridad. También se evidencia que existe una correlación positiva entre autoestima y el contenido de trabajo, revelando que entre más alta es la autoestima hay más dedicación a la labor y más variedad en el contenido de trabajo evitando la monotonía la rutina y creando de manera autónoma y libre posibilidades de ejercer la labor.

morales, demostrando en las pruebas aplicadas un desinterés por estas áreas y destacando que la población evaluada indica que el contenido de trabajo no es un factor importante a la hora de obtener una retribución monetaria.

Se recomienda abrir más investigaciones con la población de modelos webcam que puedan dar lugar a proyectos de intervención psicosocial. Se recomienda crear instrumentos específicos para evaluar los factores motivaciones y autoesquemas presentes en esta población, con el fin de tener más validez en los resultados. Se recomienda también ampliar el tamaño de la muestra teniendo en cuenta el género masculino para comparar resultados y crear nuevas líneas de investigación sobre el tema tratado.

\* La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

	Coeficiente de correlación	Sig (bilateral)
Logro	0,032	0,654
Poder	-0,042	0,841
Afiliación	-0,091	0,666
Autorrealización	-0,086	0,682
Reconocimiento	-0,040	0,850
Dedicación a la tarea	0,420	0,801
Aceptación de la autoridad	-0,419*	0,037
Aceptación de normas y valores	-0,255	0,219
Requisición	-0,311	0,131
Expectación	-0,033	0,876
Supervisión	0,077	0,713
Grupo de trabajo	-0,364	0,073
Contenido del trabajo	0,457*	0,022
Salario	0,091	0,667
Promoción	0,259	0,211

**Tabla 7. Correlación entre autoestima y motivación en un grupo de mujeres modelos webcam. Envigado-Colombia 2016.**

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Se puede concluir que este fenómeno social de modelos webcam se ha venido presentado en los últimos años y cuenta con un gran desconocimiento por parte de la sociedad, hasta ahora hay poca información al respecto, pero se han venido presentando investigaciones que van permitiendo una percepción y una mirada diferente. La presente investigación tiene gran valor en la medida que se logró indagar por las motivaciones y los autoesquemas que tienen las modelos webcam, hallando que esta población cuenta con buenos niveles de autoestima, autoconcepto, y autoesquemas, siendo su labor un factor importante en la concepción del sí mismas, también es importante resaltar que la mayor motivación en este grupo poblacional está centrada en el salario, el logro y el reconocimiento. Es interesante analizar que esta población no encuentra motivación en la autorrealización y a su vez en factores éticos y

## REFERENCIAS

- Alvarez. C, Arango. J, Arismendi. G. (1992). *Cuestionario de autoesquema (Concepto imagen y estima): CIE*.
- Adair, J. (2009). *Liderazgo y motivación*. Barcelona: Gedisa.
- Ballester. R, Arnal. M, Dolores. L, Gómez. S, Gil, B. (2010) Propiedades psicométricas de un instrumento de evaluación de la adicción al cibersexo. *Revista anual de la psicología*. 22(4), 1048-1053. Recuperado de: <http://www.unioviado.es/reunido/index.php/PS/T/article/view/8990>.
- Bidegain. A, M; Demera. J, D (2005). *Globalización y diversidad religiosa en Colombia*. Bogotá: Unibiblos.
- Bonilla, N & Rodríguez, A (2012) *caracterización de la autoestima de preadolescentes y adolescentes que han ejercido la prostitución y que se encuentran en proceso terapéutico en la fundación renacer*. (Tesis pregrado) Universidad de la sabana. Chía-Cundinamarca. Recuperado de: <http://intellectum.unisabana.edu.co/handle/10818/4133>
- Bustos, J. (marzo 3, 2016). Re: Web cam en cifras: todo lo que no sabía de la industria mundial. webcam [Grupo de noticias]. Recuperado de: <https://juanbustos.com/webcam-en-cifras-todo-lo-que-no-sabia-de-la-industria-mundial/>
- Bustos, J. (2016) Principales diferencias entre las páginas de tokens y privados. Medellín. Recuperado de: <https://juanbustos.com/principales-diferencias-entre-las-paginas-de-tokens-y-privados/>
- Ceballos, G. Arévalo, C. Hernández, G & Suarez, Y (2013), Autoestima, depresión, consumo de

	<b>ARTICULO DE TRABAJO DE GRADO</b>	<b>Código:</b> F-PI-028
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 12 de 13

- alcohol y cigarrillo en mujeres que ejercen la prostitución en las ciudades de Santa Marta y Riohacha (Colombia). *Encuentros*. 11(1), 41-53. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4805306>
- Cofe, C.N., & Appley, M.H. (1972). *Psicología de la motivación teoría e investigación*. México: Trillas.
- Colombia. Corte constitucional. (2010). Sentencia T-629.
- Derecho del Bienestar Familiar. (febrero, 2016). *Disposiciones analizadas por avance jurídico Casa editorial Ltda*. Recuperado de: [http://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/ley\\_1336\\_2009.htm](http://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/ley_1336_2009.htm)
- Escobar, C. Aguilar, R. A. (2002). *Motivación y conducta*. México: El manual moderno.
- Goñi, A. (2009). *El autoconcepto físico psicología y educación*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Gutiérrez, L (2013) *Factores de riesgo que conllevan a ejercer la prostitución en mujeres entre 18 y 25 años de edad del área norte de la ciudad de León – Nicaragua*. (Tesis de maestría). Universidad Autónoma de Madrid, España. Recuperada de: <http://riul.unanleon.edu.ni:8080/jspui/handle/123456789/345>
- Hernández, R. Fernández, C. & Baptista.P (1997). *Metodología de la investigación*. Colombia: Panamericana forma s e impresos
- Hoffman, E. (2009) *Habraham Maslow vida y enseñanzas del creador de la psicología humanista*. Kairos: Barcelona.
- Montoya, L. & Morales, S. (2015) *La prostitución una mirada desde sus actores*. 6 (1), 59-71. Fundación universitaria Luis amigo, Colombia. Recuperado de: [http://funlam.edu.co/revistas/index.php/RCCS/article/view/1357/pdf\\_5](http://funlam.edu.co/revistas/index.php/RCCS/article/view/1357/pdf_5)
- Oñate, M. (1989). *El autoconcepto formación, medida implicaciones en la personalidad*. Narcea de ediciones.
- Palmero, F. & Martínez, F. (2008). *Motivación y emoción*. Aravaca: McGraw-Hill/Interamericana de España, S.A.U.
- Patiño, P. (lunes 28 de septiembre, 2015) [Mensaje en un blog]. En el 'room' de una modelo webcam de Bucaramanga. Blog. Recuperado de: <http://www.vanguardia.com/area-metropolitana/bucaramanga/329622-en-el-room-de-una-modelo-webcam-de-bucaramanga>
- Rebeca. M. R; Villatoro. P (2005). *Las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) y la institucionalidad social. Hacia una gestión basada en el conocimiento*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Reeve, J. (1994). *Motivación y emoción*. Aravaca: Copyright.
- Rodríguez, C. (Domingo 13 de mayo, 2012). [Mensaje en un blog]. Prostitución virtual. Recuperado de <http://prostitucionvirtual.blogspot.com.co/>
- Rodríguez, M & Domínguez, M (2006). *Serie: capacitación integral autoestima clave del éxito personal*. México: Editorial el manual moderno.
- Romero, A; Cruz, C (2014) ¿Cómo se comportan las mujeres en las relaciones en línea? Una primera aproximación. universidad autónoma del estado de Hidalgo: asociación mexicana de psicología social. Recuperado de: <http://www.iberopsicologia.mx/images/comosecomportanlasmujeres.pdf>
- Sanabria, P. A. (2004). Características psicológicas de consumidores de cibersexo: Una aproximación. *Acta Colombiana de Psicología*, 12, 19-38. Recuperado de [http://editorial.ucatolica.edu.co/ojsucatonica/revistas\\_ucatolica/index.php/acta-colombiana-psicologia/article/view/468/465](http://editorial.ucatolica.edu.co/ojsucatonica/revistas_ucatolica/index.php/acta-colombiana-psicologia/article/view/468/465).
- Sánchez, J., & Oviedo, E. (2005) Amor.com: vínculos de pareja por internet. *Revista Intercontinental de Psicología y Educación* VL-7IS-2SN-0187-7690UR- recuperada de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80270204ER> –
- Salamanca, A., Sepúlveda. M & García, C. (2011) Relatos de la vida de mujeres que ejercen la prostitución; factores psicosociales y perspectivas a futuro. *Revista vanguardia psicológica, clínica teórica y práctica*. 2 (1), 1-20. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4815135>
- Séptimo Día (Manuel Tedoro). (2012). Así funciona el negocio de las modelos webcam [Video en línea]. <http://www.noticiascaracol.com/septimodia/asi-funciona-el-negocio-de-las-modelos-webcam>.
- Soler, X. (2007). *Pura motivación 16 leyes universales del éxito y la felicidad*. Barcelona: Aliena.
- Tefastar (jueves 7 de Marzo, 2013) [Mensaje en un blog]. Secretos modelos web cam, trabajar como modelo web cam. Recuperado de: <http://secretosmodeloswebcams.blogspot.com.co/>
- Toro, F. (1992). *Cuestionario de motivación para el trabajo CMT*. Segunda edición: Medellín.
- Vinaccia, S. Quiceno, J. Fernández, H. Calle, L. Naranjo, M. & Osorio, J. (2008). *Autoesquemas y habilidades sociales en adolescentes*. Pensamiento psicológico.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo</p>	<b>ARTICULO DEL TRABAJO DE GRADO</b>	<b>Código:</b> F-PI-028
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 13 de 13