

**VIDEOJUEGOS**

**COMO**

**AGENTE DE SOCIALIZACIÓN**

**TRABAJO DE FIN DE GRADO**

**AUTORA:** SHEILA BRITO PÉREZ

**TUTOR:** CHRISTIAN ROSALES SÁNCHEZ

GRADO EN TRABAJO SOCIAL (UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA)

CONVOCATORIA: JULIO 2022

## Resumen

Las nuevas tecnologías han planteado numerosos cambios en la manera en la que nos relacionamos. En los últimos años el uso de los videojuegos y las redes sociales ha aumentado considerablemente entre la población, llegando a cambiar la forma en la que establecemos relaciones sociales con los demás. Son numerosos los estudios que mencionan los efectos positivos, y negativos de los videojuegos, y cómo afectan estos en las relaciones interpersonales o las conductas sociales de las personas. En el presente trabajo se analiza la percepción de los jugadores sobre estereotipos o prejuicios sobre los jugadores, y a su vez, la percepción de las personas no jugadoras hacia estos mismos. También se estudia el aislamiento social, la socialización de los jugadores, los estereotipos hacia los jugadores y cómo los eventos presenciales influyen en la forma de entablar relaciones sociales y fomentar el contacto físico fuera del juego de los jugadores. Asimismo, se analiza en qué medida las variables sociodemográficas influyen en las variables dependientes. La muestra está compuesta por 90 participantes, quienes han cumplimentado un cuestionario ad hoc. Los principales resultados muestran: 1) que las motivaciones principales de los jugadores son entretenerse y divertirse, 2) que los jugadores son percibidos como personas que prefieren relacionarse con otras personas con gustos similares, 3) que los eventos presenciales tipo LAN party fomentan la participación de los jugadores reforzando sus redes sociales y 4) que el número de horas semanales dedicadas a los videojuegos genera diferencias en las motivaciones para jugar y en la socialización. En conclusión, el presente trabajo subraya la importancia del buen uso de los videojuegos, ya que éstos pueden favorecer la socialización de las personas con más dificultades a la hora de entablar relaciones sociales.

**Palabras clave:** videojuegos, socialización, aislamiento, LAN party, estereotipos sobre los videojuegos, percepción sobre los jugadores, motivación

**Abstract**

New technologies have brought about numerous changes in the way we relate to each other. In recent years, the use of video games and social networks has increased considerably among the population, changing the way in which we establish social relationships with others. There are numerous studies that mention the positive and negative effects of video games, and how they affect interpersonal relationships or social behaviors of people. This paper analyzes the perception of gamers on stereotypes or prejudices about gamers, and in turn, the perception of non-gamers towards them. It also studies social isolation, gamer socialization, stereotypes towards gamers, and how face-to-face events influence the way gamers establish social relationships and encourage physical contact outside the game. The extent to which sociodemographic variables influence the dependent variables is also analyzed. The sample is composed of 90 participants, who completed an ad hoc questionnaire. The main results show: 1) that the main motivations of gamers are to be entertained and to have fun, 2) that gamers are perceived as people who prefer to socialize with other people with similar tastes, 3) that face-to-face LAN party events encourage the participation of gamers by reinforcing their social networks, and 4) that the number of hours per week dedicated to video games generates differences in the motivations to play and in socialization. In conclusion, this study underlines the importance of the good use of video games, since they can favor the socialization of people with more difficulties in establishing social relationships.

**Key words:** video games, socialization, isolation, LAN party, stereotypes about video games, perception about players, motivation

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	4
<b>1. MARCO TEÓRICO</b>	<b>5</b>
1.1. Socialización y agentes de socialización	5
1.2. Posibles efectos psicosociales negativos asociados al mal uso de los videojuegos	6
1.3. Posibles efectos psicosociales positivos asociados al buen uso de los videojuegos	7
1.4. Videojuegos como agente de socialización	9
1.5. GAMECON y LAN Parties como eventos para la socialización	10
<b>2. OBJETIVOS</b>	<b>11</b>
<b>3. MÉTODO</b>	<b>12</b>
3.1. Participantes	12
3.2. Diseño	12
3.3. Instrumentos	13
3.4 Análisis de datos	15
<b>4. RESULTADOS</b>	<b>15</b>
<b>5. DISCUSIÓN</b>	<b>17</b>
<b>6. CONCLUSIONES</b>	<b>19</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>23</b>
<b>Anexo 3. Escala ad hoc de percepción sobre los videojuegos Jugador no habitual</b>	<b>25</b>
<b>Anexo 4. Horas semanales dedicadas a jugar</b>	<b>26</b>
<b>Anexo 5. Escala ad hoc de Percepción Videojuegos Jugador Habitual</b>	<b>27</b>
<b>Anexo 6. Escala ad hoc para medir la motivación de los jugadores</b>	<b>28</b>
<b>Anexo 7. Escala ad hoc para medir la socialización fuera del juego</b>	<b>29</b>
<b>Anexo 8. Escala ad hoc de Opinión de los jugadores asistentes a Eventos LAN</b>	<b>30</b>

## INTRODUCCIÓN

Tradicionalmente, se han identificado como los principales agentes de socialización el sistema educativo, la familia y los amigos, pero, hoy en día, los medios como las redes sociales, el internet y los videojuegos, también, están destacando en este sentido. Estos últimos han ampliado, exponencialmente, su público en los últimos años, tal y como se observa en el estudio de la asociación Española del Videojuego (2021) donde se concluyó que hay 18.1 millones de jugadores, de los cuales 9.5 millones son hombres y 8.6 millones son mujeres.

Así, actualmente, los videojuegos son aceptados socialmente y, en líneas generales, se ha normalizado su uso. Sin embargo, en la literatura se observan trabajos que instan a la problemática asociada al mal uso de ellos, relacionándose con una percepción del jugador como una persona aislada. Algunos de los estigmas o percepciones negativas que se tienen del uso de videojuegos son el aislamiento social, la agresividad, el sedentarismo, y sobre todo, la adicción (Tejeiro-Salguero et al. 2009). Esta tendencia ha ido cambiando, así, por ejemplo, Moscardi (2020) y Kowert (2014) señalan la importancia de estos, gracias a las comunidades que se forman dentro de los mismos, y el fomento de relaciones interpersonales que se establecen en los eventos presenciales del tipo «Game-con». En este sentido, Freeman y Wohn, (2017), en su trabajo sobre se qué tipos de apoyos y relaciones sociales se forman entre los «Gamers», subrayaron que, aunque la mayoría de los jugadores no se conocían, el contexto del videojuego (de ayudarse, trabajar en equipo, etc.) les facilitó fomentar las relaciones entre ellos durante la partida.

En definitiva, a partir de lo expuesto anteriormente, este trabajo tiene como objetivo conocer la motivación o qué motivadores incitan a los “*Gamers*” a jugar de forma habitual, en qué medida los eventos presenciales propician la socialización o qué ideas tienen los jugadores que han acudido a estos, y la percepción sobre las personas que juegan videojuegos o jugadores.

## 1. MARCO TEÓRICO

### 1.1. Socialización y agentes de socialización

Simkin (2013) afirma cómo la socialización ha supuesto uno de los acontecimientos más relevantes en la investigación de las Ciencias sociales, ya que ha permitido observar el aprendizaje e imposición de creencias, comportamientos, idiomas, normas sociales, y valores a través de los diferentes agentes de socialización. En esta dirección, Yubero (2005) define el proceso de socialización como un aprendizaje del individuo, quien está rodeado desde pequeño de normas, valores y patrones de conducta que irá aprendiendo y asimilando. Asimismo, este autor enfatiza el entorno de la persona, puesto que éste influye de manera directa en su socialización, teniendo en cuenta que el individuo a lo largo de las diferentes etapas vitales va aceptando una serie de constructos sociales y normas para adaptarse al grupo. Sin embargo, si se producen dificultades en la integración grupal, puede ocurrir que o el grupo refuerce la integración del individuo, evitando el aislamiento y la marginación, o bien se impulse la separación del individuo. Los individuos se adaptan a la sociedad y asimilan ciertos valores y creencias a través de organismos y entidades, por consecuencia, las interacciones diarias que se realizan con otras personas se consideran agentes de socialización. De las evidencias anteriores, los individuos o las instituciones que velan por la interiorización efectiva de las estructuras sociales pueden definirse como agentes de socialización. Es más, cualquier persona con la que se interactúa en la vida diaria es un agente social en la medida en que es capaz de influir en la conducta del otro. En este tipo de interacciones, los agentes disponen de tiempo limitado, dependiendo de la estructura de relación establecida, aunque utilizan una variedad de refuerzos para modificar y corregir el comportamiento en direcciones socialmente definidas. A lo largo de la historia se ha conceptualizado como principales agentes de socialización a la televisión, al sistema educativo (colegios, institutos, escuelas, universidades...), a la familia, y, más recientemente, a internet y a los videojuegos (Kowert et al.,2014).

Kovess-Masfety (2016) examinó en qué medida afecta el tiempo que los niños emplean jugando videojuegos y cómo éste afecta a sus habilidades cognitivas y sociales. Así, con una muestra de 3.000 niños, los resultados subrayan que los niños que jugaban más de 5 horas a la semana a videojuegos se asociaban a: mejores habilidades de funcionamiento intelectual, menores dificultades intelectuales y unos mejores logros académicos. Además, se

señala que el hecho de que los niños jugaran más tiempo a los videojuegos no está relacionado con problemas de conducta, pensamientos negativos o conductas suicidas. Por último, el estudio determina que los videojuegos mejoran las conductas prosociales.

En esta línea, Granic et al. (2014) afirman que los videojuegos promueven un amplio rango de habilidades cognitivas como son la atención localizada, un mejor procesamiento visual, y la capacidad de rotación mental. También, se observan beneficios sociales, ya que los videojuegos actuales tienen una naturaleza social. En síntesis, los autores inciden en el carácter voluntario de los videojuegos y juegos tradicionales, donde sin importar el modo de juego (cooperativo o competitivo), los jugadores disfrutan de un mundo de fantasía en un contexto seguro, donde pueden expresar sus emociones, aunque sean negativas, y les permite tener una sensación de control. También el factor sorpresa de no saber si ganarás o no la partida, que se convierte en satisfacción y un refuerzo positivo por conseguir los objetivos planteados. Por otra parte, insistir en el gran potencial social que estos ofrecen, ya que cada día son más los jugadores que juegan online, cruzando la barrera geográfica y lingüística, conectando con personas desconocidas, o reforzando las amistades ya existentes.

## **1.2. Posibles efectos psicosociales negativos asociados al mal uso de los videojuegos**

Según Tejeiro-Salguero et al. (2009) algunos de los posibles efectos psicosociales asociados al mal uso de los videojuegos son: la adicción, la agresividad o violencia y el aislamiento social.

Con respecto a la adicción, ésta es un prejuicio “clásico” hacia los videojuegos asociado a su supuesto potencial adictivo. En concreto, desde el punto de vista de los jóvenes, que pasan gran parte de su tiempo consigo mismos y con las relaciones sociales que los rodean, no faltan personas que hablan de “dependencia” y “adicción”.

En cuanto a la agresividad o violencia, los estudios sobre los efectos de los videojuegos tradicionalmente se han concentrado en el impacto del contenido de los videojuegos en los niños y adolescentes. Así, en el metanálisis de Anderson et al. (2010) se observa que la exposición a contenidos violentos puede incrementar las agresiones, mientras en los videojuegos con contenido prosocial refuerzan un comportamiento prosocial, sin embargo otros autores han discutido que estos efectos son mínimos. En esta línea, Breuer et al. (2015) analizaron cuáles son los efectos nocivos del uso de insultos durante la partida. Sus

resultados subrayan que la cantidad de insultos o palabrotas que se dicen durante una partida competitiva no tienen ningún efecto sobre el comportamiento agresivo. En otro trabajo, Ackermann (2012) afirmó que gran parte de los videojuegos se fundamentan en juegos tradicionales como, por ejemplo, policía y ladrones. Así, los jugadores, normalmente, eligen el bando de ladrones y terroristas como los más emocionantes, ya que es probable que nunca vayan a ejercerlo en la vida real. Es más, en esta minimización de la agresividad de los videojuegos, numerosos estudios de la Universidad de Oxford, la Revista Científica Entertainment Computing o incluso la APA (American Psychological Association), niegan la relación entre violencia y videojuegos. Según Sandra L. Shullman, directora de la APA, "La violencia es un problema social más complejo, es multifactorial. Atribuir violencia a los videojuegos no es científicamente sólido y desvía la atención de otros factores, como el historial de violencia, que sabemos por la investigación es un importante predictor de violencia futura".

Por último, en relación con el aislamiento social, Schmierbach (2010) demostró que los videojuegos que implican un carácter cooperativo reducen las conductas agresivas y en el trabajo de Emmerich y Masuch (2013) se encontraron evidencias del incremento de empatía en los juegos cooperativos, una mayor cohesión grupal y sentimiento de confianza hacia sus compañeros de equipo, así como, una actitud más positiva hacia los miembros del equipo contrario.

### **1.3. Posibles efectos psicosociales positivos asociados al buen uso de los videojuegos**

En la literatura se señalan numerosas ventajas para los jugadores asociadas al buen uso de los videojuegos. En primer lugar, se estimula la creatividad y la imaginación (Bernal-Merino, 2008). En otro estudio dirigido por Rahimi y Shute (2021), se analizó y comprobó la importancia de los videojuegos a la hora de potenciar la creatividad en niños de distintos grupos de edad (desde preescolar hasta estudiantes de posgrado). En la investigación se incide en la importancia de que los profesionales educativos, psicólogos, padres, ... sean capaces de implementar el uso de videojuegos en diferentes etapas para así aprovechar esta herramienta capaz de aumentar la creatividad.

En segundo lugar, se observan efectos positivos en procesos de toma de decisiones, memoria, y agilidad visual. En este sentido, Eichenbaum et al (2014), en su trabajo sobre los efectos sobre videojuegos de acción, señalan la existencia de efectos positivos en procesos

psicológicos básicos a largo plazo, tales como la percepción, la atención, la memoria, la capacidad de decisión, el procesamiento cognitivo, la capacidad visual selectiva, el mantenimiento de la atención, la impulsividad, y la flexibilidad cognitiva. Asimismo, Gray (2015) hace hincapié en cómo los videojuegos parecen construir ciertos componentes de inteligencia de forma más rápida y eficiente que otro tipo de intervención. También, Forsberg et al. (2015) afirman que los participantes en su estudio, personas con problemas de equilibrio a las que se les facilitó una consola de videojuegos llamada Wii Fit, valoraron como desafiantes tanto física como cognitivamente los juegos, y apreciaron de forma positiva el carácter competitivo del mismo. Además, se comprobaron cambios significativos en el control sobre el cuerpo, tanto en las sesiones de juego, como en la vida diaria, ya que después de haber jugado, presentaban un mayor equilibrio al caminar, y una mejor capacidad para pasar tiempo de pie.

En tercer lugar, destaca el uso de los videojuegos como medio didáctico (García y Carrillo, 2011). Estos autores afirman que “Los videojuegos tienen un gran potencial educativo ya que pueden combinar juegos tradicionales en un entorno educativo. El contexto de juego y exposición a la tecnología informática fomenta y mantiene los intereses y motivaciones de los niños.” Esto puede facilitar llevar a cabo estrategias de aprendizaje más activas para lograr los objetivos. Esto es especialmente importante para los niños con dificultades de aprendizaje o necesidades de apoyo educativo. De esta manera, los videojuegos pueden utilizarse como un método educativo para superar la resistencia que pueden suponer muchas veces los métodos de aprendizaje tradicionales, ya que los niños tienen expectativas más positivas sobre el aprendizaje mediante el uso de videojuegos.

En último lugar, cabe subraya el papel social de los videojuegos puesto que, a menudo, éstos exigen que varias personas tengan que jugar juntas, siendo crucial en el desarrollo y mantenimiento de las amistades en la vida real (De Grove, 2014). Asimismo, en el trabajo de Anderson et al. (2015) se indica que el 52% de los adolescentes pasan tiempo jugando videojuegos con sus amigos. En esta dirección, Lenhart et al. (2015) subraya que los adolescentes tienen una mayor predisposición a jugar videojuegos con sus amigos, antes que, con personas desconocidas, aunque, en muchos casos, la relación con esos amigos comenzó a través de los videojuegos. A pesar de este efecto positivo, aún, hoy en día, existen trabajos que ignoran la importancia del contexto social en el que se juegan los juegos, como por

ejemplo en la publicación de Baldinelli (2022) titulada “Efectos negativos de los videojuegos en línea en la mente humana”.

#### **1.4. Videojuegos como agente de socialización**

Los videojuegos son una actividad, altamente, estereotipada. Durante muchos años se ha asociado con una imagen muy específica, caricaturizada y sobre todo, negativa. En concreto, el estereotipo de jugador ha sido representado de forma popular y generalizada, enfatizando que éste suele ser hombre, joven, con sobrepeso, pálidos y con escasas habilidades sociales. Este estereotipo se ha difundido ampliamente, incluso llegando a viralizarse “memes” caricaturizando este perfil de jugador (Kowert et al., 2014).

Kowert y OldMeadow (2012) analizan la imagen del jugador como una persona que realiza una actividad adictiva y sedentaria, que puede producir aislamiento, enfermedades físicas como la obesidad, y enfermedades mentales como la depresión o la ansiedad. Sin embargo, los jugadores declararon tener un IMC medio de 25,19, que, aunque se califica de ligero sobrepeso, es, sustancialmente, inferior al IMC medio de un adulto estadounidense (28). De este modo, no se encontraron evidencias que apoyen el estereotipo de que los jugadores tienen sobrepeso. Asimismo, en el mismo estudio, se analizó que existe una desproporción de jugadores masculinos respecto a las jugadoras femeninas. También, estudios previos han señalado que, en cuanto a la edad, los juegos online son una actividad que disfrutan una amplia gama de grupos de edad, y que, por lo tanto, existe una población “*envejecida*” de jugadores (Williams et al., 2008).

En relación con el poder socializador de los videojuegos, Cole y Griffiths (2007) sostienen que los entornos de videojuegos son beneficiosos para aquellas personas que tienen dificultades para entablar relaciones sociales en su vida cotidiana, al ser un espacio social alternativo que puede dar acceso a nuevas amistades o incluso complementar las ya existentes. En el caso de los individuos con bajas capacidades para formar relaciones sociales, pueden verse motivados a participar en entornos de videojuegos de carácter multijugador para acceder a un espacio social alternativo que proporcione amistades de fácil acceso. De igual forma ocurre con las personas que perciben menos apoyo social y pertenencia al grupo, Morahan-Martin y Schumacher (2003) observaron que los individuos que se suelen sentir más solos informaron que se conectan más a Internet cuando se sienten

deprimidos, ansiosos o aislados, encontrando como refuerzo el hablar con personas de internet, en comparación con las personas que no se sienten solas.

Por último, cabe destacar el trabajo de Eklund y Roman (2017) quienes estudiaron cuáles son los patrones en las relaciones interpersonales de los adolescentes mediante su identidad como jugador. Los resultados de la investigación concluyeron que el factor de identidad de ser jugador da preferencia a entablar amistades en la escuela, y se convierte en un rasgo de la identidad importante, esto quiere decir que los jugadores tienen predisposición a entablar relaciones de amistad con otros niños que también sean jugadores. Sin embargo, esto no quiere decir que ser jugador sea un filtro clave a la hora de seleccionar las amistades, ya que no es un rasgo visualmente observable, sino que a medida que los menores entablan relaciones sociales y se conocen, preguntan por sus intereses y preferencias, y en este caso, el ser jugador, se convierte en factor que propicia el mantenimiento de la amistad. Asimismo, estos autores otorgan especial importancia a la forma en la que, en esta sociedad cada vez más digitalizada, la vida online está cada vez más vinculada a la vida real, ya que esta se centra en las relaciones interpersonales que se crean en la escuela como agente de socialización. Así, parece no tener sentido hablar de los videojuegos como un elemento que fomenta el aislamiento, pues en la investigación se comprueba que precisamente el ser jugador, fortalece y mantiene las amistades que crean los menores en el espacio educativo.

### **1.5. GAMECON y LAN Parties como eventos para la socialización**

Generalmente, el concepto de LAN party y GAMECON, suelen traer pensamientos negativos a la mente de personas no jugadoras, asociados a los estereotipos mencionados con anterioridad. No obstante, en el estudio de Ackermann (2012) se demuestra que jugar juntos a videojuegos en grupo de forma presencial, mejora habilidades sociales como la comunicación, la resiliencia, la cooperación, la paciencia, etc. Es más, el entorno o recinto donde se desarrollan este tipo de eventos están preparados para hacer una experiencia compartida a los jugadores, a través de la creación de espacios distribuidos que fomentan la integración y participación de los asistentes en todo tipo de actividades, y no simplemente reducirlo a una zona con ordenadores y mesas.

Simon (2007) puntualiza que, en este tipo de eventos, mientras los jugadores juegan una partida están socializando, y cuando no se encuentran jugando, socializan en las actividades ofrecidas por el evento como juegos de mesa, juegos físicamente interactivos

(como por ejemplo Just Dance, Ring Fit, etc). Además, insiste en cómo las personas que asisten a los eventos del tipo LAN party están más motivadas socialmente, que por el hecho de jugar videojuegos. En esta línea, las principales motivaciones de los participantes de los eventos LAN party es, según Jansz y Martens (2005), el contacto social incluso más que el hecho de aprender más sobre videojuegos.

En definitiva, los eventos del tipo LAN parties están organizados de forma en la que los participantes puedan compartir la experiencia con los demás participantes, y que sean capaces de formar lazos afectivos entre todos (Ackermann, 2012)

## **2. OBJETIVOS**

El objetivo general de este trabajo es conocer la percepción de las personas no jugadoras sobre los jugadores, y como los jugadores sostienen esta percepción o ideas hacia ellos, así como los motivadores que incitan a las personas jugadoras a jugar videojuegos de forma habitual. Específicamente, se plantean los siguientes objetivos específicos:

1. Analizar qué percepción existe sobre los videojuegos en personas jugadoras y no jugadoras.
2. Identificar cuál o cuáles son los principales motivadores de las personas para jugar, habitualmente, videojuegos.
3. Examinar si existen diferencias en función del sexo en la percepción sobre los videojuegos.
4. Comprobar en qué medida el número de horas dedicadas al juego, influye en la percepción y en las motivaciones de los jugadores.
5. Estudiar la importancia de los eventos presenciales, tipo Lan Party, en la vida social de los jugadores.

### 3. MÉTODO

#### 3.1. Participantes

En el presente trabajo han participado un total de 90 personas de las cuales, 41 son mujeres (45.6%), 45 son hombres (52.2%), y el 2.2% son género no binario. Los participantes son mayores de edad, con edades comprendidas entre los 18 y los 62 años). En la tabla 1, se presentan las frecuencias, en porcentajes, de los datos sociodemográficos recogidos.

**Tabla 1**

Frecuencia de los datos sociodemográficos de los participantes

<b>Variable</b>	<b>Categoría</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Género</b>	Masculino	52,2%
	Femenino	45,6%
	No binario	2,2%
<b>Nivel de estudios</b>	Educación Secundaria Obligatoria	3,3%
	Bachillerato	13%
	Formación Profesional	32,2%
	Estudios universitarios	51,1%
<b>Edades agrupadas</b>	18 a 25	60%
	26 a 30	24,4%
	31 a 40	11,1%
	41 a 62	4.4%

#### 3.2. Diseño

El diseño de esta investigación, según Ato et al., (2013), es comparativo, ya que tiene como objetivo comparar las diferentes percepciones desde el punto de vista de las personas no jugadoras habituales, frente a las personas jugadoras. Además, es transversal, y se ha utilizado una metodología cuantitativa mediante un cuestionario.

### 3.3. Instrumentos

En este trabajo se elaboraron, mediante Google Forms (formularios de Google), dos cuestionarios. El cuestionario *Jugador no habitual*, cumplimentado por aquellos participantes que no suelen jugar videojuegos, mientras que el cuestionario *Jugador habitual* lo cumplimentaron las personas que habitualmente juegan a videojuegos. Todas las escalas empleadas en los dos cuestionarios son ad hoc. En concreto, el cuestionario del *Jugador no habitual* incluye:

1) **Sección de Variables sociodemográficas y otras cuestiones** (Anexo 2) se compone de 5 ítems relacionados con los datos sociodemográficos (Género, edad, nivel de estudios, si alguna vez ha jugado videojuegos, si es jugador habitual).

2) **Escala de percepción sobre los videojuegos** (Anexo 3). Ésta se cumplimenta con una escala de respuesta tipo Likert numerada del 1 al 7, en la que 1 es “nada de acuerdo”, y 7 “totalmente de acuerdo”. Esta mide la percepción sobre los jugadores, donde se exponen 7 ítems expuestos como afirmaciones o prejuicios sobre estos mismos. Este cuestionario está dirigido a personas no jugadoras.

En cuanto al cuestionario de *Jugador habitual*, es cumplimentado por aquellos participantes que suelen jugar videojuegos de forma habitual. Las escalas empleadas en este cuestionario también son ad hoc. En concreto, el cuestionario del *Jugador habitual* incluye:

1) **Sección de variables sociodemográficas y otras cuestiones** (Anexo 2) se compone de 5 ítems relacionados con los datos sociodemográficos (Género, edad, nivel de estudios, si alguna vez ha jugado videojuegos, si es jugador habitual).

2) **Escala de percepción sobre los videojuegos** (Anexo 5) está dirigida a las personas jugadoras habituales, y se compone de una escala de 7 ítems con las mismas afirmaciones o prejuicios que se les expuso a las personas no jugadoras. Al igual, dispone de una escala de respuesta tipo likert numerada del 1 al 7, en la que 1 significa “nada de acuerdo” y 7 “totalmente de acuerdo”

3) **Pregunta sobre el número de horas semanales dedicadas a jugar** (Anexo 4) está dirigida a personas que han respondido que sí son jugadoras habituales, y se

compone de un ítem de multirespuesta para categorizar cuánto tiempo dedican a jugar videojuegos.

4) **Escala de motivaciones para jugar.** La escala ad hoc para medir la motivación de los jugadores (Anexo 6) está dirigida a personas jugadoras, se compone de 5 ítems e investiga la motivación o razones por las que los jugadores suelen jugar videojuegos. Se cumplimenta con una escala del tipo likert numerada del 1 (nada de acuerdo) al 7 (totalmente de acuerdo).

5) **Escala para medir la socialización fuera del juego** (Anexo 7) está dirigida a personas jugadoras, consta de 3 ítems y trata de conocer cuales son los motivos que fomentan las interacciones de los jugadores fuera del juego con otros jugadores. Se efectúa mediante una escala de respuesta de tipo likert en la que 1 es “nada de acuerdo”, y 7 “totalmente de acuerdo.”

6) **Escala de Opinión de los jugadores habituales asistentes a Eventos LAN** consta de 5 ítems y busca comprender cuáles son las opiniones o sentimientos suscitados por parte de los jugadores en los eventos presenciales para jugar videojuegos o LAN parties. Figura una escala likert para responder en la que 1 es (nada de acuerdo), y 7 (totalmente de acuerdo)

### 3.4. Procedimiento

Una vez elaborado y revisado el cuestionario, éste se distribuyó por distintas redes sociales (Telegram, WhatsApp y Twitter). Para ello, se envió un mensaje junto al enlace del cuestionario:

*¡Hola! Soy Sheila, estudiante del Grado en Trabajo Social de la Universidad de La Laguna. Estoy realizando una investigación para la realización del Trabajo Fin de Grado, la cual se centra en conocer las relaciones socioemocionales que se generan en comunidades de videojuegos y la percepción sobre los jugadores.*

*Le agradecería la cumplimentación del cuestionario, no le llevará más de 5 minutos. Asimismo, si conoce a alguna persona que pudiera estar interesada en participar, le agradecería que le envíe este mensaje. ¡Muchas gracias!*

La recogida de datos comenzó el 12 de mayo de 2022, permitiendo su cumplimentación hasta 21 días después de su difusión, así, el 2 de junio se cerró el cuestionario.

### 3.4 Análisis de datos

Los análisis de datos se realizaron con dos programas estadísticos. Por un lado, se utilizó el programa Microsoft Excel para filtrar y ordenar cada una de las variables (sociodemográfica, horas de juego semanales, motivación para jugar videojuegos, percepción sobre los jugadores, socialización fuera del juego, socialización en eventos presenciales). Y, por otro lado, se empleó el programa de software Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) en la versión 28 para el análisis de los datos.

## 4. RESULTADOS

En primer lugar, se ha comprobado la consistencia interna de las escalas elaboradas para este trabajo. La *escala de percepción sobre los jugadores de videojuegos* muestra un Alfa de Cronbach de .72; la *escala de motivaciones para jugar* obtiene un valor de .64.; la *escala de socialización fuera del juego* muestra una fiabilidad de .67 y la *escala de socialización en eventos presenciales del tipo LAN* obtiene un Alfa de Cronbach de .73.

En segundo lugar, a partir de las respuestas a la escala de percepción sobre los jugadores tanto por parte de las personas “*No jugadoras habituales*” como por parte de las personas “*Jugadoras habituales*”. Los resultados muestran que tanto las personas no jugadoras como las jugadoras perciben que los jugadores tienen más facilidades para relacionarse con personas con sus mismas aficiones ( $X=4.0$  y  $X=5.56$ , respectivamente).

En tercer lugar, se comprobó cuáles son las motivaciones para jugar videojuegos. En concreto, los resultados de este trabajo muestran que la mayor motivación que muestran los jugadores para jugar videojuegos es entretenerse y divertirse ( $X=6.7$ ) y, en último lugar, competir con otros ( $X=5.21$ ). En la Figura 1 se representan las medias obtenidas para cada una de las razones para jugar indicadas por los participantes de este trabajo.

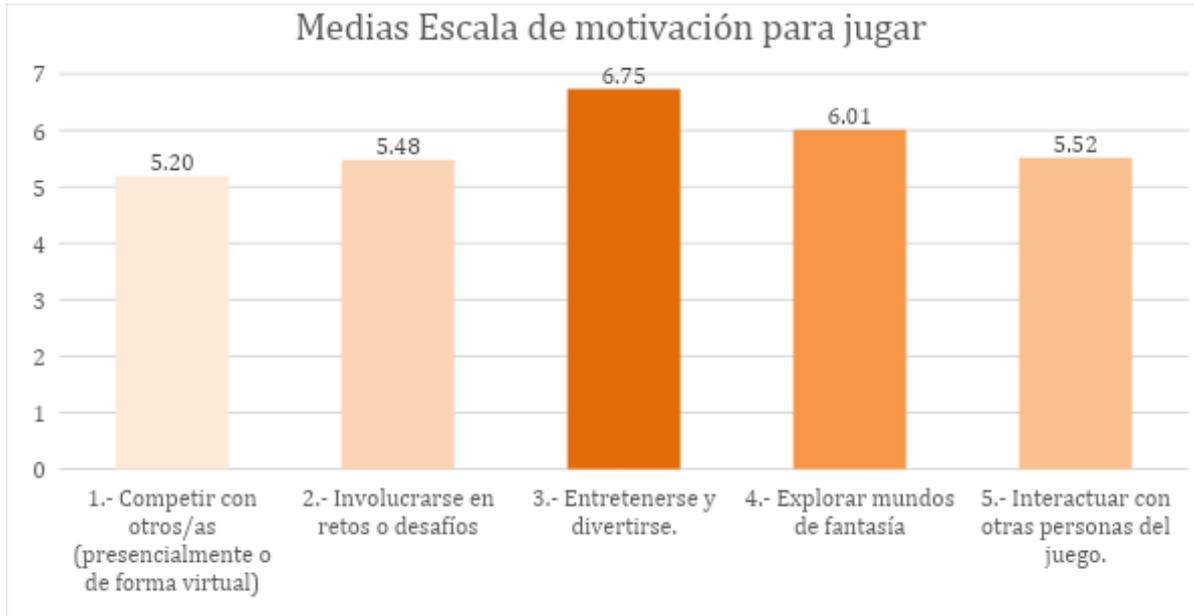


Figura 1. Valores medios de las motivaciones para jugar

En último lugar, se examinó en qué medida el sexo, el nivel de estudios y el número de horas semanales dedicadas a jugar pueden influir en la percepción sobre los videojuegos, en las motivaciones para jugar, en la socialización y en la opinión de los eventos LAN. Para ello, se realizó una prueba t para muestra independientes y dos análisis de varianza (ANOVA) de un factor. Respecto al sexo y nivel de estudios no se observan diferencias significativas en ninguna de las variables de estudio. Mientras que, con respecto al número de horas semanales dedicadas a jugar, los resultados señala que existen diferencias en las motivaciones para jugar ( $F(3,64)=3.66;p<.05$ ) y en la socialización ( $F(3,64)=3.24;p<.05$ ). Para comprobar entre qué grupos están estas diferencias, se llevaron a cabo las pruebas a posterior con ajuste HSD de Tukey. En concreto, para las motivaciones para jugar, aquellos jugadores que dedican de 8 a 10 horas ( $X=6.00$ ) o más de 10 horas semanales a jugar ( $X=5.95$ ) están más motivados que los que jugadores que dedican de 4 a 6 horas semanales ( $X=4.97$ ). En cuanto a las posibilidades de socializar fuera del juego, también, los jugadores que juegan de 8 a 10 horas ( $X=4.86$ ) o más de 10 horas semanales ( $X=4.68$ ) obtiene una mayor puntuación que aquellos que juegan de 4 a 6 horas semanales ( $X=2.88$ ).

## 5. DISCUSIÓN

El propósito principal de esta investigación es conocer la percepción de las personas no jugadoras sobre los jugadores, y como los jugadores sostienen esta percepción o ideas hacia ellos, así como los motivadores que incitan a las personas jugadoras a jugar videojuegos de forma habitual y en qué opinión o percepción tienen estos mismos sobre los eventos presenciales del tipo LAN party.

Respecto a los instrumentos utilizados en este trabajo, se ha utilizado *la escala de percepción sobre los jugadores de videojuegos*, con un Alfa de Cronbach de .72; *la escala de motivaciones para jugar* con un valor de .64.; *la escala de socialización fuera del juego* con una fiabilidad de .67 y *la escala de socialización en eventos presenciales del tipo LAN* mediante un Alfa de Cronbach de .73. A la vista de los resultados obtenidos, el instrumento creado para medir la motivación de los jugadores no es una escala del todo fiable, ya que no llega a una consistencia interna del .70, sin embargo se aproxima a los valores mínimos necesarios. Una explicación de este resultado es que el tamaño de la muestra en comparación con los ítems no es suficiente.

La asociación Española del Videojuego (2021) señala que existe una desproporción de jugadores masculinos respecto a las jugadoras femeninas. En este sentido, el presente trabajo, también, subraya esa diferencia, puesto que, de los 90 participantes, en el grupo de mujeres totales que participaron en la investigación, tan solo la mitad de ellas son jugadoras habituales, frente a la muestra total de hombres, que en su totalidad, excepto por dos participantes, se identifica como jugadores habituales.

Los resultados muestran que tanto las personas no jugadoras como las jugadoras perciben que los jugadores tienen más facilidades para relacionarse con personas con sus mismas aficiones, al igual que se menciona en el estudio de Ackermann, J. (2012) quien subraya la importancia de los eventos presenciales para jugar videojuegos como un potente medio de socialización para los jugadores, ya que estos se rodean de otras personas jugadoras con los mismos intereses.

En cuanto a los grupos de edad, Williams et al., (2008) menciona cómo los videojuegos son un pasatiempo que disfruta un extenso abanico de edades, y que, a su vez, existe una población “*envejecida*” de jugadores. Pese a que la muestra de edades oscila desde

los 18 años hasta los 62, en este caso, los resultados de este estudio van en contra de las afirmaciones del autor, ya que nos encontramos ante una clara mayoría, (más de la mitad de los participantes) son de edades jóvenes, comprendidas entre los 18 y 25 años, siguiendo por el segundo grupo de edades que fluctúan entre los 26 y 30 años.

Asimismo, los resultados de este trabajo muestran que la mayor motivación que muestran los jugadores para jugar videojuegos es entretenerse y divertirse, lo que da a entender que pese al estigma de competitividad y adicción que existe, jugar videojuegos es una forma más de entretenerse y divertirse. En este sentido, no se han identificado estudios previos que hayan abordado qué motiva a los jugadores a jugar videojuegos.

En cuanto al sexo y nivel de estudios no se encontraron diferencias significativas en ninguna de las variables anteriormente mencionadas. Sin embargo, con respecto al número de horas semanales dedicadas a jugar, subrayan las diferencias en las motivaciones para jugar y en la socialización, ya que los jugadores que dedican de 8 a 10 horas están más motivados que los que dedican de 4 a 6 horas semanales, esto indica que a mayor tiempo habitual de juego, tienen una mayor motivación por jugar. En relación a las posibilidades de socializar fuera del juego se encontraron más posibilidades de socializar fuera del juego en el grupo que juega de 8 a 10 horas y 10 horas o más, en comparación con el grupo de 4 a 6 horas. Esto es un hecho a destacar ya que a en contra de lo que se puede pensar del aislamiento al jugar videojuegos, encontramos que el grupo que pasa un mayor tiempo jugando tiene una mayor predisposición a socializar fuera del juego.

Con respecto a la socialización en eventos presenciales del tipo GameCon, en el trabajo de Jansz and Martens (2005) citan las motivaciones principales de los participantes de los eventos LAN party, principalmente el contacto social, seguido por la motivación del carácter competitivo. Los resultados de la presente investigación van en favor del estudio previamente mencionado, ya que la principal motivación de los participantes en eventos del tipo LAN party ha sido *“conocer a gente con gustos similares a los míos”*, por lo que se interpreta el carácter prioritario del contacto social. No se encontraron diferencias significativas respecto a la socialización en eventos presenciales del tipo LAN party en función del género, la edad, las horas semanales de juego, y el nivel de estudios. Es por ello, que los resultados de esta investigación van en contra del estudio de Simon (2007) ya que el

autor cita que a este tipo de eventos normalmente asisten personas o jugadores que suelen emplear mucho tiempo jugando videojuegos.

Este trabajo no está exento de limitaciones, entre ellas está la muestra, puesto que ésta no es representativa de la población y, por tanto, no permite una generalización de los resultados. Además, el tamaño de la muestra es pequeño y, a su vez, es homogénea, especialmente, en cuanto a los participantes que son jugadores habituales. Por último, al usar instrumentos ad hoc, ha limitado, en cierta medida, los análisis y resultados del trabajo.

A pesar de las limitaciones anteriormente mencionadas, esta investigación ha aportado los siguientes resultados sobre los videojuegos, la percepción sobre los jugadores, la motivación, y la socialización. En primer lugar, al analizar cuál es la mayor motivación o factor motivacional que incita a los jugadores a jugar videojuegos, *entretenerse y divertirse*, se demuestra la importancia de los videojuegos como pasatiempo y no como un componente meramente agresivo y competitivo. En segundo lugar, la importancia de la socialización fuera del juego, ya que gracias a este estudio se ha sacado en claro que las personas que más tiempo pasan jugando son las que tienen mayor predisposición a socializar fuera de este. De este modo, con el presente trabajo se puede recalcar la relevancia que han ganado los videojuegos en los últimos años, y como el buen uso de estos mismos pueden favorecer la socialización de las personas que puedan presentar más dificultades a la hora de entablar relaciones sociales.

## 6. CONCLUSIONES

En este apartado, independiente de las limitaciones señaladas previamente, se resumen los resultados del presente trabajo. A continuación, se listan las principales conclusiones obtenidas:

- 1) Hoy en día, sigue existiendo una brecha de género en cuanto a los jugadores habituales.
- 2) La principal motivación de los jugadores es entretenerse y divertirse.
- 3) Todas las personas han jugado alguna vez videojuegos.
- 4) Los jugadores suelen incentivar el contacto fuera del juego.

- 5) La mayoría de los asistentes a eventos presenciales señalan que nunca se han sentido aislados en este tipo de eventos.
- 6) La variable del tiempo de juego influye en la motivación.
- 7) Las variables sociodemográficas no influyen en la percepción.
- 8) Más de la mitad de los jugadores habituales han asistido alguna vez a algún evento presencial.
- 9) La competencia con otros es la motivación con menor peso entre las razones por las cuales los jugadores juegan videojuegos.
- 10) El sexo y la edad no influyen en ninguna de las variables del estudio.
- 11) La mayoría de los participantes afirma que han conocido gente con gustos similares a los suyos en los eventos presenciales que han visitado.
- 12) La población jugadora suele ser una población, relativamente, joven.

## Referencias

- Ackermann, J. (2012). Playing computer games as social interaction: An analysis of LAN parties. In *Computer Games and New Media Cultures* (pp. 465-476). Springer, Dordrecht.
- Anderson, Ashley F., Daphne Bavelier, and C. Shawn Green. 2010. "Speed-Accuracy Tradeoffs in Cognitive Tasks in Action Game Players." *Journal of Vision* 10: 748.
- Calvert, S. L., Appelbaum, M., Dodge, K. A., Graham, S., Nagayama Hall, G. C., Hamby, S., Fasig-Caldwell, L. G., Citkowicz, M., Galloway, D. P., & Hedges, L. V. (2017). The American Psychological Association Task Force assessment of violent video games: Science in the service of public interest. *American Psychologist*, 72(2), 126–143.
- Chiappe, Dan, Mark Conger, Janet Liao, J. Lynn Caldwell, and Kim-Phoung L. Vu (2013). "Improving Multi-Tasking Ability through Action Videogames." *Applied Ergonomics* 44:278–84.
- Forsberg, A., Nilsagård, Y., et Boström, K. (2015). Perceptions of using videogames in rehabilitation: a dual perspective of people with multiple sclerosis and physiotherapists. *Disability and rehabilitation*, 37(4), 338-344.
- Granic I, Lobel A, Engels RC (2014) *The benefits of playing video games*. *Am Psychol* 69(1):66–78
- Jansz, J., & Martens, L. (2005). Gaming at a LAN event: The social context of playing video games. *New Media Society*, 7 (3), 333–355
- Johannes, N., Vuorre, M., & Przybylski, A. (2020, noviembre). *New research from Oxford University has delivered a surprising finding- time spent playing games is positively associated with wellbeing*. Oxford University Press.
- Kovess-Masfety, V., Keyes, K., Hamilton, A., Hanson, G., Bitfoi, A., Golitz, D., ... & Pez, O. (2016). Is time spent playing video games associated with mental health, cognitive and social skills in young children?. *Social psychiatry and psychiatric epidemiology*, 51(3), 349-357.

- Kowert, R., Domahidi, E., & Quandt, T. (2014). The Relationship Between Online Video Game Involvement and Gaming-Related Friendships Among Emotionally Sensitive Individuals. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 17(7), 447–453.
- McKinley, R. Andy, Lindsey K. McIntire, and Margaret A. Funke. 2011. “Operator Selection for Unmanned Aerial Systems: Comparing Video Game Players and Pilots.” *Aviation, Space, and Environmental Medicine* 82:635–42.
- Moscardi, R. (2020). Los efectos positivos de jugar videojuegos y su aplicación en entornos no lúdicos. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, 110.
- Paderewski, P., Arango, J., González, C. S., & Gallardo, J. (2021). Editorial Videojuegos: Tendencias y aplicaciones en educación y salud. *Revista de la Asociación Interacción Persona Ordenador (AIPO)*, 2(1), 6-6.
- Salguero, R. T. (2002). *¿Fomentan los videojuegos el aislamiento social?* Dialnet.
- Simon, B. (2007). Geek chic: Machine aesthetics, digital gaming, and the cultural politics of the case mod. *Games and Culture*, 2 , 175–193
- Tejeiro Salguero, R., M. Pelegrina del Río, J.L. Gómez Vallecillo. Efectos psicosociales de los videojuegos. Artículo 16. (2009)
- Torres, Ana Carla Seabra. 2011. “Cognitive Effects of Video Games on Old People.” *International Journal on Disability and Human Development* 10:55–58.
- Yubero, S. (2005). Capítulo XXIV: Socialización y aprendizaje social. *Psicología social, cultura y educación*, coord. por Darío Páez Rovira, Itziar Fernández Sedano, Silvia Ubillos Landa, Elena Zubieta, 819-844.
- Rahimi, S., & Shute, V. J. (2021). The effects of video games on creativity: A systematic review. *Handbook of lifespan development of creativity*, 37.

## ANEXOS

### **Anexo 1. Presentación y consentimiento informado**

El presente cuestionario ha sido elaborado para el Trabajo de Fin de Grado de Sheila Brito, estudiante de cuarto curso en el grado Trabajo social para la Universidad de La Laguna. Éste pretende analizar las relaciones sociales que se forman entre los jugadores o "gamers", así como posibles prejuicios, creencias o percepciones existentes entre las personas que no juegan videojuegos hacia los jugadores.

La cumplimentación del cuestionario le llevará, aproximadamente unos 5 minutos. La información aportada es totalmente anónima y confidencial, además, los datos recogidos serán tratados de forma global. Por favor, trate de ser sincero/a en sus respuestas.

#### **Consentimiento informado**

Por favor, lea atentamente la siguiente información e indique su deseo a participar en esta investigación de manera voluntaria.

El presente cuestionario forma parte de una investigación académica que pretende conocer las relaciones y los vínculos socioafectivos que se desarrollan en las comunidades de videojuegos. Los datos serán tratados de forma confidencial y anónima, por ello le solicito que responda a las preguntas de forma sincera según su opinión y experiencia. El registro de su respuesta en el cuestionario no contiene ninguna información de identificación sobre usted.

Con este consentimiento informado comunico que he leído las condiciones y finalidad de este estudio y he comprendido la información que se me ha proporcionado. Entiendo la manera en la que se recogerán los datos, las características y el objetivo de esta investigación. Los datos recogidos en este cuestionario se usarán de manera segura y confidencial, siguiendo los artículos 4 y 5 de la Ley Orgánica 3/2018 de 5 de diciembre sobre la Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, por los cuales se regulan el derecho de información en la recogida de datos, así como que estos conservarán la exactitud, confidencialidad y serán actualizados si fuere necesario.

Muchas gracias por su participación.

**Anexo 2. Escala ad hoc de datos sociodemográficos y frecuencia de juego.**

A continuación se presentan algunas cuestiones sobre sus datos sociodemográficos. Por favor, cumplimente las cuestiones escribiendo su respuesta o señalando la casilla correspondiente. Tal y como se le ha señalado previamente la información es completamente anónima y confidencial, usándose únicamente con fines investigadores.

**Género**

**Edad**

**Nivel de estudios**

**¿Ha jugado alguna vez a videojuegos?**

Entendiendo cualquier tipo de videojuego, que no sea gambling o apuestas, en cualquier plataforma: móvil, consola, ordenador, etcétera

**¿Juega habitualmente a videojuegos?**

Entendiendo habitualmente como más de cuatro (4) horas semanales, repartidas de cualquier forma.

**Anexo 3. Escala ad hoc de percepción sobre los videojuegos *Jugador no habitual***

A continuación se muestran una serie de afirmaciones respecto a las personas que juegan videojuegos, con ellas se pretende conocer la percepción que usted tiene respecto a lo que se cree o considera acerca de estas personas. Por favor, indique su grado de conformidad con la afirmación.

Para ello, dispone de una escala de respuesta de 1 a 7, donde 1 es "nada de acuerdo" y 7 "Totalmente de acuerdo". Por favor, recuerde utilizar las puntuaciones intermedias para graduar su respuesta.

- 1.- Los jugadores son personas aisladas del mundo social **Escala Likert**
- 2.- Los jugadores son personas tímidas y reservadas **Escala Likert**
- 3.- Los jugadores tienen un círculo de amistades reducido **Escala Likert**
- 4.- Los jugadores no suelen mantener contacto físico con sus amigos, prefieren quedarse en casa jugando **Escala Likert**
- 5.- Los jugadores son personas más sociables **Escala Likert**
- 6.- Los jugadores son personas con más dificultades para relacionarse con los demás **Escala Likert**
- 7.- Los jugadores tienen más facilidades para relacionarse con personas con sus mismas aficiones **Escala Likert**

#### **Anexo 4. Horas semanales dedicadas a jugar**

Aproximadamente, ¿cuántas horas por semana suele jugar videojuegos? Multirespuesta.

- 4 a 6 horas semanales
- 6 a 8 horas semanales
- 10 o más horas semanales

**Anexo 5. Escala ad hoc de Percepción Videojuegos *Jugador Habitual***

A continuación se muestran una serie de afirmaciones respecto a las personas que juegan videojuegos, con ellas se pretende conocer la percepción que usted tiene respecto a lo que se cree o considera acerca de estas personas. Por favor, indique su grado de conformidad con la afirmación.

Para ello, dispone de una escala de respuesta de 1 a 7, donde 1 es "nada de acuerdo" y 7 "Totalmente de acuerdo". Por favor, recuerde utilizar las puntuaciones intermedias para graduar su respuesta.

- 1.- Los jugadores son personas aisladas del mundo social **Escala Likert**
- 2.- Los jugadores son personas tímidas y reservadas **Escala Likert**
- 3.- Los jugadores tienen un círculo de amistades reducido **Escala Likert**
- 4.- Los jugadores no suelen mantener contacto físico con sus amigos, prefieren quedarse en casa jugando **Escala Likert**
- 5.- Los jugadores son personas más sociables **Escala Likert**
- 6.- Los jugadores son personas con más dificultades para relacionarse con los demás **Escala Likert**
- 7.- Los jugadores tienen más facilidades para relacionarse con personas con sus mismas aficiones **Escala Likert**

**Anexo 6. Escala ad hoc para medir la motivación de los jugadores**

- 1.- Competir con otros/as (presencialmente o de forma virtual) **Escala Likert**
- 2.- Involucrarse en retos o desafíos **Escala Likert**
- 3.- Entretenerse y divertirse **Escala Likert**
- 4.- Explorar mundos de fantasía **Escala Likert**
- 5.- Interactuar con otras personas del juego **Escala Likert**

### **Anexo 7. Escala ad hoc para medir la socialización fuera del juego**

A continuación se plantean una serie de situaciones asociadas a la interacción de los jugadores respecto a otros jugadores. Por favor, responda a cada cuestión planteada según la escala de respuesta. Recuerde que no existen respuesta correctas o incorrectas.

1.- Suelo contactar de alguna manera para jugar nuevamente con las personas que conozco en las partidas **Escala Likert**

2.- Suelo incentivar el acercamiento y el contacto físico, fuera del juego, con aquellos jugadores del mismo lugar de residencia **Escala Likert**

3.- ¿Ha asistido alguna vez a algún evento relacionado con los videojuegos? (GameCon, Lan Party, etc...) **SÍ/NO**

### **Anexo 8. Escala ad hoc de Opinión de los jugadores asistentes a Eventos LAN**

Seguidamente se presentan una serie de afirmaciones respecto a su experiencia en eventos celebrados para jugar y/o para los jugadores. Para responder dispone de una escala de respuesta de 1 a 7, donde 1 es "nada de acuerdo" y 7 " Totalmente de acuerdo". Por favor, recuerde utilizar las puntuaciones intermedias para graduar su respuesta.

1.- Me he sentido aislado **Escala Likert**

2.- Conocí a gente con gustos similares a los míos **Escala Likert**

3.- Conservo amistades de estos eventos **Escala Likert**

4.- Mantengo contacto regular con las amistades que surgen en los eventos **Escala Likert**

5.- Tengo más facilidad para relacionarme con otras personas en eventos presenciales tipo GameCon. **Escala Likert**