

**INCIDENCIA DEL CONSUMO DE VIDEOJUEGOS EN EL AUTOCONCEPTO  
ACADÉMICO-FÍSICO DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS  
INCIDENCE OF THE CONSUMPTION OF VIDEO GAMES IN THE ACADEMIC AND  
PHYSICAL SELF-CONCEPT OF UNIVERSITY STUDENTS**

Tamara Espejo Garcés<sup>1</sup>  
tamaraeg@correo.ugr.es  
Ramón Chacón Cuberos<sup>1</sup>  
ramonchaconcuberos@correo.ugr.es  
Manuel Castro Sánchez<sup>1</sup>  
manue87@correo.ugr.es  
Dr. Félix Zurita Ortega<sup>2</sup>  
felixzo@ugr.es  
Dra. Asunción Martínez Martínez<sup>3</sup>  
asuncionmm@ugr.es  
Dr. Antonio José Pérez Cortés<sup>2</sup>  
antperez@ugr.es

<sup>(1)</sup> Universidad de Granada. Facultad de Ciencias de la Educación. Dpto. Expresión Musical, Plástica Corporal. Campus Universitario de Cartuja s/n CP 18071, Granada (España)

<sup>(2)</sup> Universidad de Granada. Facultad de Ciencias de la Educación. Dpto. de Didáctica de la Expresión Musical, Plástica y Corporal. Campus Universitario de Cartuja s/n CP, 18071, Granada (España).

<sup>(3)</sup> Universidad de Granada. Departamento de Métodos de Investigación y Diagnóstico en Educación. Granada (España)

*Resumen:* Las nuevas tecnologías aportan en su correcto uso numerosos beneficios, mientras que surge la necesidad de estudio del consumo de algunas tecnologías por las consecuencias negativas que pueden provocar en aquellos que aún no tienen afianzada la personalidad. Participaron en este estudio un total de 490 sujetos universitarios, con una representación del 39,4% del género masculino y un 60,6% del femenino. Los objetivos pretenden determinar y establecer relaciones de los niveles sobre hábitos de consumo de videojuegos, autoconcepto académico y físico de los sujetos, y aspectos sociodemográficos de los mismos. Los instrumentos utilizados fueron los cuestionarios CHCV Y AF-5. Se obtuvieron como principales resultados diferencias significativas en relación al género, tipo de residencia y autoconcepto estudiado con los hábitos de consumo de videojuegos, determinándose un mayor grado de atracción en los casos masculinos que en los femeninos.

*Palabras clave:* Videojuegos, autoconcepto, universitarios, residencia, sexo.

*Abstract:* New technologies bring in their correct use numerous benefits, while the need arises to study the consumption of some technologies for the negative consequences that can result in those who have not yet entrenched personality. The study was carried out using a total of 490 university participated with a representation of 39.4% of male and 60.6% female students. The objectives pretend to determine and establish relations the levels of consumption habits videogames, academic and physical self-concept of the subjects and sociodemographic aspects. The instruments used were the CHCV and AF5 questionnaires. As main results, were obtained significant differences that related gender, type of residence and self-concept with consumer habits of video games, showing higher levels of attraction in men rather than women.

*KeyWords:* Video games, selfconcept, university students, residence, genre

## 1. Introducción.

El avance de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y consigo el progreso de la sociedad originan nuevas conductas de comportamientos susceptibles de crear una cierta dependencia o adicción, como puede ser el uso del internet, videojuegos e Internet (Sánchez, Beranuy, Castellana, Chamarro & Oberst, 2008; Waycott, Bennet, Kennedy, Dalgarno & Gray, 2010).

Son diversas las investigaciones que han dado realce al significado de los medios de comunicación y de forma globalizada a las TICs, como elementos a tener presente en la estructuración de la identidad, en la construcción de las cogniciones sociales, representaciones del mundo social y organización de las interacciones producidas en el mismo, pues su papel es relevante en el proceso de socialización ofreciendo estructuras de pensamiento, acción e interacción (Azorín, 2015; Gilles, 2003; Greenfield & Yan, 2006).

Abarcando el caso de los videojuegos, según Jariego y López (2003), el número de jugadores ha crecido de forma exponencial en las últimas décadas, siendo los niños y adolescentes los más consumidores. Debido a la considerable dedicación de tiempo a estos dispositivos existe una preocupación por las posibles consecuencias negativas que pudieran causar sobre aquellos que los utilizan con asiduidad.

Estallo, Masferrer y Aguirre (2001) afirman que las conductas relacionadas con los videojuegos conllevan cambios contundentes en los hábitos de vida, como puede ser la disminución en la realización de actividad física, participación en actividades sociales y familiares, así como cambios en las pautas de sueño y en el rendimiento

académico (Badia, Clariana, Gotzens, Cladellas & Dezcallar, 2015). Cuando se dan estos cambios, su uso puede ser considerado como problemático, ya que afecta al desarrollo normal de las vidas de los individuos (Castellana, Sánchez, Graner & Beranuy, 2007; Viñas, 2009).

Así mismo, Beltrán, Valencia y Molina (2011) en su revisión sobre estos dispositivos nos señalan la nueva generación denominados videojuegos activos que permiten una relación con la interacción física de los jugadores y la realidad virtual, representando un nuevo fenómeno que puede promover conductas saludables en la sociedad actual.

En esta línea, el estudio de Lazo y Barroso (2009) sobre el consumo de las nuevas tecnologías en el ámbito rural y urbano señala que son diversas las instituciones que han analizado el ámbito urbano, dándose un menor interés por el ámbito rural. Afirman estos autores que en las ciudades se dan unas condiciones más propicias para que el ocio ofrecido por el exterior sea sustituido por el ocio ofrecido por las pantallas. Mientras que en los entornos rurales se da una relación fluida y complementario entre el ocio tradicional y el ofrecido por las pantallas, debido a que disponen de espacios al aire libre seguros como plazas, paseos y barrios que favorecen los canales naturales de comunicación y relación.

También las relaciones dadas entre los videojuegos, la personalidad y la conducta han propiciado diversas investigaciones, no estableciéndose en su mayoría diferencias significativas en la estructura de personalidad de los sujetos que juegan y los que no lo hacen (Albiar et al., 2012; Estallo, 1995; Mclure & Mears, 1986). El autoconcepto se trata de un aspecto de la personalidad que suscita un interés elevado, atendiendo a lo

señalado por Estallo (1995) videojugar como un reto en el cual se ponen a prueba sentimientos de competencia y el propio autoconcepto. Dándose entre los investigadores un consenso en destacar que este ocio tecnológico puede considerarse como un elemento competente para mejorar el autoconcepto.

Estudios sobre la motivación de los niños y jóvenes en relación a la actividad física enfocan como posibles principales factores que influyen en la participación de la misma a las percepciones personales y la competencia percibida por los individuos (Standage et al., 2003; Wang et al., 2009), observándose que los sujetos activos suelen presentar niveles más altos de percepción en competencia física que los sujetos sedentarios (Martins, Marques & Carreiro, 2015).

En este sentido, el autoconcepto desde una vista conceptual se encuentra organizado, es multifacético, es experiencial y evaluativo. Así mismo como realidad en construcción, se trata de un concepto que se confecciona, cambia y se enriquece de aquellas interacciones sociales dadas en el contexto de la persona (Fuentes, García, Gracia & Lila, 2011; Goñi, 2009).

Veliz y Apodaca (2012) señalan que el plan de vida del joven universitario y en la construcción de su identidad personal, tanto como ser humano como profesional, el autoconcepto parece ser una variable psicológica que afecta en ello de manera determinante. Se reconocen cinco dimensiones, el autoconcepto académico como la percepción de cada individuo en función de la calidad del trabajo realizado en su rol como estudiante; el social su desempeño en las relaciones sociales; el familiar como la implicación, participación e integración en el ámbito familiar; el emocional

en referencia a su estado emocional y sentimental así como las posibles respuestas a situaciones concretas; y el físico como su percepción en relación a su aspecto y condición física (Ballester, March & Orte, 2006; García & Musitu, 2009).

En referencia a lo anteriormente señalado y atendiendo a la muestra del estudio, se considera necesario conocer y analizar dichas conductas en la población universitaria, pues al igual que con la adolescencia, poseen una mayor sensibilidad en realizar tales acciones. Posiblemente debido a las condiciones de vida, siendo estas fuera del hogar, con un escaso control del dinero que manejan y/o la necesidad de contacto entre amigos (Ruiz, Lucena, Pino & Herruzo, 2010; Sánchez et al., 2008).

Se considera pertinente investigar a la población universitaria en relación a las actividades que se realizan en el tiempo libre, no institucionalizado, pues es ahí cuando mediante prácticas recreativas, culturales y de ocio se da lugar al desarrollo de la personalidad del sujeto y en esta línea, a la construcción de la sociedad (Huertas, Cadavid, Vásquez & Vélez, 2008).

Por tanto, este estudio persigue como principales objetivos:

- Determinar niveles sobre hábitos de consumo de videojuegos, autoconcepto académico y físico de los participantes y aspectos sociodemográficos de la muestra (género, lugar de residencia y centro inscrito) de estudiantes universitarios de Grado en Educación Primaria de Granada.
- Establecer relaciones entre los hábitos de consumo de videojuegos, el autoconcepto y demás variables de aspecto sociodemográfico, con la finalidad de determinar patrones que establezcan la influencia de los videojuegos los sujetos.

## 2. Método.

### 2.1. Diseño y Participantes.

Este estudio presenta un diseño de carácter descriptivo, comparativo y de corte transversal, contó con una muestra de 490 estudiantes españoles matriculados en Grado de Educación Primaria (error muestral del 0,04), de los cuales 39,4% eran de género masculino y 60,6% femenino. La media de edad se encontraba en  $M=22,8$  y  $DT=3,639$ .

### 2.2. Variables e Instrumentos.

Como variables e instrumentos requeridos en este estudio se determinaron los siguientes:

1. *Género*: Según masculino o femenino.
2. *Población de procedencia*: establecido en función del número de habitantes del lugar de residencia de los participantes en: Urbano: >15.000; Semiurbano: entre 5.000 y 15.000; y Rural: <5.000.
3. *Lugar de residencia*: determinándose el tipo de domicilio en el que reside el participante, pudiendo ser domicilio familiar, piso compartido o algún tipo de residencia universitaria.
4. *Hábitos de consumo de videojuegos*: se llevo a cabo mediante el cuestionario CHCV (López, 2012) que se estructura con 24 ítems, de los cuales 19 de ellos constituyen una dimensión que mide el grado de atracción y uso de los videojuegos. Para la puntuación de dichos ítems se emplea una escala de tipo Likert de cinco opciones, de 1=Nada de acuerdo a 5=Totalmente de acuerdo, obteniéndose tras una sumatoria de estas opciones el nivel de uso y atracción de los videojuegos clasificándose en bajo, medio y alto. Los ítems sobrantes miden la frecuencia

de juego y conocimiento de los mismos, determinándose los hábitos de consumo hacia estos dispositivos. La fiabilidad dada en el estudio de López (2012) obtuvo un valor de  $\alpha = .915$ , estableciéndose en este estudio un valor similar,  $\alpha = .957$ .

5. *Autoconcepto académico y físico*: se utilizó para ello el cuestionario Autoconcepto Forma-5 (AF-5) de García y Musitu (1999) en cual se estructura con 30 preguntas, que se valoran con una escala Likert de cinco opciones, de 1=Nunca a 5=Siempre, dándose una sumatoria de los siguientes ítems para las dimensiones estudiadas: Autoconcepto Académico ítems 1, 6, 11, 16, 21, 26 y el Autoconcepto Físico ítems 5, 10, 15, 20, 25, 30. La fiabilidad obtenida en el estudio de García y Musitu (1999) determinó un valor de  $\alpha = .810$ , siendo en este estudio un valor de  $\alpha = .724$  y por dimensiones, el autoconcepto académico obtuvo un  $\alpha = .773$ , y de  $\alpha = .772$  en autoconcepto físico.

### 2.3. Procedimiento.

Para la realización de este estudio se precisó de la colaboración de los sujetos, mediante una carta informativa sobre dicho estudio y solicitándoles su participación, realizada por el departamento de Corporal de la Universidad de Granada a todos los estudiantes de Grado en Educación Primaria. La recogida de datos se realizó en horario no lectivo en la Facultad de Ciencias de la Educación, dicho proceso se dio sin incidencias a señalar. Destacar que se ha respetado el derecho de confidencialidad de todos los participantes, garantizándoles el anonimato ya que el estudio posee solo fines científicos.

## 2.4. Análisis de los datos.

Los datos fueron analizados mediante el programa estadístico SPSS 20.0. Para los descriptivos básicos se utilizaron frecuencias, medias y desviación típica. Y para el estudio relacional mediante tablas de contingencia y ANOVA de un factor. Se

manejó la prueba Chi-cuadrado de Pearson para la determinación de la significatividad ( $p \leq .05$ ).

## 3. Resultados.

En revisión de los datos dados en la Tabla 1, este estudio contó con 490 estudiantes

GÉNERO		I-21 Dedicación a los videojuegos:		
Masculino	39,4% (n=193)	Nada	61,4% (n=301)	
Femenino	60,6% (n=297)	Menos de 1 h	26,3% (n=129)	
POBLACIÓN		De 1 a 2 h	9% (n=44)	
Urbano	49,2% (n=241)	De 2 a 3 h	1,6% (n= 8)	
Semiurbano	24,7% (n=121)	Más de 3 h	1,6% (n= 8)	
Rural	26,1% (n=128)	I-22 N° de videojuegos conocidos:		
RESIDENCIA		RESIDENCIA	11,4% (n=56)	
Domicilio familiar	Domicilio familiar	1 ó 2	28,6% (n=140)	
Piso compartido	Piso compartido	Hasta 10	25,3% (n=124)	
Residencia	Residencia	De 10 a 20		
AUTOCONCEPTO		De 10 a 20	11,4% (n=56)	
	M	DT	Más de 20	
A. Académico	3,7184	,54124	23,3% (n=114)	
A. Físico	3,6449	,71397	I-23 N° de videojuegos jugados:	
CHCV		0	14,3 % (n=70)	
		1 ó 2	30,6 % (n=150)	
Baja	81,2% (n=398)	Hasta 10	23,3 % (n=114)	
Media	16,7% (n=82)	De 10 a 20	11,4 % (n=56)	
Elevada	2% (n=10)	Más de 20	20,4 % (n=100)	
I-20 Jugar a los videojuegos desde hace:		I-24 Frecuencia de juego:		
Nunca	45,1% (n=221)	Nunca	42,4 % (n=208)	
Meses	7,8% (n=38)	1-2 veces Mes	36,1 % (n=177)	
Un año	1,8% (n=9)	Fines de Sem.	9,4 % (n=46)	
2 ó 3 años	4,5% (n=22)	3-4 días Sem.	7,8 % (n=38)	
+ de 4 años	40,8% (n=200)	A diario	4,3 % (n=21)	

Tabla 1. Descriptivos de la muestra.

		CHCV			
		Baja	Media	Elevada	Sig.
GÉNERO	Masculino	61,1 % (n=118)	33,7 % (n=65)	5,2 % (n=10)	,000
	Femenino	94,3 % (n=280)	5,7 % (n=17)	0 % (n=0)	
POBLACIÓN	Urbano	80,9 % (n=195)	17 % (n=41)	2,1 % (n=5)	,933
	Semiurbano	79,3 % (n=96)	18,2 % (n=22)	2,5 % (n=3)	
TIPO DE CENTRO	Público	81 % (n=264)	17,5 % (n=57)	1,5 % (n=5)	,458
	Privado/ Concertado	81,7% (n=134)	15,2 % (n=25)	3 % (n=5)	
RESIDENCIA	Familiar	79,7 % (n=185)	18,5 % (n=43)	1,7 % (n=4)	,028
	Compartida	83,7 % (n=190)	15 % (n=34)	1,3 % (n=3)	
	Residencia	74,2 % (n=23)	16,1 % (n=5)	9,7 % (n=3)	
A. ACADÉMICO		M=3,7483 (n=398)	M=3,5976 (n=82)	M=3,5167 (n=10)	,035
A. FÍSICO		M=3,6223 (n=398)	M=3,7846 (n=82)	M=3,4000 (n=10)	,095

Tabla 2. Estudio relacional de nivel de uso y atracción de los videojuegos (CHCV).

universitarios, de los cuales un 60,6% constituyó el género femenino y un 39,4% el masculino. El estudio descriptivo muestra que un 49,2% de los estudiantes proceden de una población urbana, un 24,7% semiurbana y 26,1% rural. De la misma forma, se estableció el lugar de residencia de los participantes, concretándose que un 47,3% residía en el domicilio familiar, un 46,3% lo hacían en un piso compartido y un 6,4% en algún tipo de residencia universitaria. En cuanto al nivel de uso y atracción de los videojuegos, se

catalogaba con un nivel bajo un 81,2%, mientras que un 16,7% se asociaba a un nivel medio y un 2% a uno elevado. En el estudio de hábitos de consumo de estos dispositivos concretó que un 45,1% no habían jugado nunca, mientras que un 40,8% lo hacía desde hace cuatro años; las mayores porcentualidades en número conocido de juegos y jugados se encontraba en uno o dos (28,6% y 30,6%, respectivamente); en cuanto a la frecuencia se determinaba que un 57,6% jugaban alguna vez (una vez al mes, uno o

dos días al mes, tres o cuatro días a la semana, fines de semana o todos los días), mientras que un 42,4 % no lo hacían nunca.

Finalmente, se estableció el autoconcepto académico y físico que poseían los participantes de la muestra, con una  $M=3,7184$  y  $M=3,6449$ , respectivamente.

En cuanto a la Tabla 2 se puede apreciar el estudio relacional establecido entre los hábitos de consumo de videojuegos categorizado en baja, media y elevada con el resto de variables determinadas. Se establecieron diferencias estadísticamente significativas en relación al género encuadrándose en la categorización media, un 33,7% de casos masculinos mientras que en un 5,7% eran casos femeninos. De esta misma forma, en base al lugar de residencia de los participantes, se denotaron diferencias significativas, donde se encuadraban con un nivel bajo las porcentualidades más altas indistintamente del lugar de residencia, con un 79,7% en residencia familiar, un 83,7% en compartida, y 74,2% en residencia.

En relación con el autoconcepto y el nivel de uso y atracción a los videojuegos, se determinaron diferencias significativas en una de las dos dimensiones estudiadas, académico ( $p=.035$ ) y físico ( $p=.095$ ). Pudiéndose observar que los que presentan un nivel bajo de uso y adicción a estos dispositivos muestran un autoconcepto mayor que los que presentan un nivel elevado.

No se dieron diferencias significativas en la relación con el nivel de uso y adicción de los videojuegos con el tipo de centro ( $p=.458$ ) o con la población ( $p=.933$ ) al que pertenecen los participantes.

En relación a los hábitos de consumo se pueden observar en la Tabla 3 aquellas asociaciones con diferencias significativas ( $p \leq .05$ ) con las variables estudiadas. En relación al género, se establece que un 59,9% de las chicas no había jugado nunca con videojuegos, mientras que el mayor

	I-20	I-21	I-22	I-23	I-24
<b>GÉNERO</b>	$p=.000$	$p=.000$	$p=.000$	$p=.000$	$p=.000$
<b>POBLACIÓN</b>	$p=.381$	$p=.895$	$p=.769$	$p=.562$	$p=.140$
<b>TIPO DE CENTRO</b>	$p=.694$	$p=.496$	$p=.797$	$p=.661$	$p=.652$
<b>RESIDENCIA</b>	$p=.076$	$p=.185$	$p=.886$	$p=.930$	$p=.796$
<b>AC ACADÉMICO</b>	$p=.006$	$p=.001$	$p=.000$	$p=.000$	$p=.000$
<b>AC FÍSICO</b>	$p=.838$	$p=.587$	$p=.009$	$p=.012$	$p=.125$

Tabla 3. Estudio relacional de hábitos de consumo de los videojuegos.

porcentaje de los chicos un 66,3% jugaban desde hace más de cuatro años. De la misma forma, dedicaban más de una hora a estos dispositivos en un 27,4% los chicos mientras que en el caso de las chicas tan solo un 2,3%. En el conocimiento de videojuegos y aquellos a los que han jugados, los datos son similares, siendo en el caso femenino el porcentaje mayor correspondiente a la categorización de 1 ó 2 (39,7% y 44,1%, respectivamente), mientras que en el caso masculino son más los encontrados en la categorización más de 20 (46,6% y 43%, respectivamente). Respecto a la frecuencia de juego con estos dispositivos, un 55,2% de las chicas no jugaban nunca, mientras que en el caso de los chico un 77,2% lo hacía alguna vez, en fines de semana o casi todos los días.

Relacionando dichos hábitos con el autoconcepto, se obtuvieron diferencias estadísticamente significativas en relación a la dimensión académica con todos los ítems ( $p=.006$ ;  $p=.001$ ;  $p=.000$ ;  $p=.000$ ;  $p=.000$ ) y en cuanto a la dimensión física con los ítems relacionados al número de videojuegos conocidos y jugados ( $p=.009$ ;  $p=.012$ ). Observando los resultados dados en la dimensión de autoconcepto académico, se puede apreciar que poseen un mayor autoconcepto académico aquellos que no han jugado nunca a los videojuegos a diferencia de los que llevan jugado a estos dispositivos desde hace más de cuatro años. De esta misma forma, los que no dedican nada de tiempo a los videojuegos poseen un mayor nivel en esta dimensión mientras que los que dedican varias horas lo poseen menor. Respecto al número de juegos conocidos y jugados, se posee un mayor autoconcepto académico en aquellos participantes que no conocen ningún juego ni han jugado a ninguno que

los que conocen o han jugado a números superiores.

Estos datos se invierten en el autoconcepto físico, estableciéndose un mayor nivel en esta dimensión en aquellos que conocen y han jugado a números superiores que los que no conocen y no han jugado a ninguno de estos dispositivos. Y en cuanto a la frecuencia a la que juegan los sujetos, se determinó un mayor autoconcepto académico en aquellos que no juegan nunca a estos dispositivos mientras que disminuye este nivel en aquellos que lo hacen con mayor frecuencia (alguna vez al mes, fines de semana, tres o cuatro días y/o todos los días).

No se establecieron diferencias significativas en relación con los hábitos de consumo de los videojuegos con la población, tipo de centro y residencia de los participantes, como se determina en la Tabla 3.

#### 4. Discusión y conclusiones.

Este trabajo de investigación realizado sobre una muestra de 490 estudiantes universitarios, representados en un 60,6 % por el género femenino y un 39,4 % por el masculino, pretendió determinar patrones de relación entre los hábitos de consumo y atracción de los videojuegos y diversos aspectos relacionados con aspectos sociodemográficos y el autoconcepto académico y físico. En este sentido, algunos estudios de línea similar son los realizados por (Castellana et al., 2007; Falbe et al., 2014; Primack et al., 2012).

Atendiendo al lugar de residencia de los participantes, se determinó que casi la mitad de la muestra procedía de una población urbana, mientras que un cuarto de la misma lo hacía en zonas semiurbanas y en rurales.



Estos datos se pueden identificar con la idea descrita por Gómez (2013) sobre que solamente la ciudad es la que es capaz de ofrecer bienestar a los habitantes, quedando de forma errónea devaluados los entornos rurales.

En cuanto al tipo de residencia, se daban datos similares en los que residían en el domicilio familiar y los que lo hacían en piso compartido (47,3% y 46,3%, respectivamente), mientras que solo un 6,4% lo hacía en residencia universitaria. En cambio, en los datos aportados por Martín, De Bustillo, Rodríguez y Pérez (2008) lo jóvenes en edad escolar suelen residir en el domicilio familiar, mientras que el estudiante universitario suele residir fuera del domicilio familiar, lo que puede implicar cambios en las conductas y en los hábitos de vida (Ruiz et al., 2010).

En torno al tipo de centro en el que estaban inscritos los participantes, dos tercios del total lo hicieron en centros públicos, mientras que un tercio se adhirieron a la universidad concertada o privada. Garrido (2015) realizó un estudio partiendo de los datos del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte en el cual se concretó que un 84,7 % de los estudiantes de ciencias sociales se matriculaban en universidades públicas, mientras que un 15,3 % lo hacía en privadas, mostrando porcentajes inferiores en estas últimas en relación con nuestro estudio, donde no quedan tan diferenciados estos datos.

Los niveles de uso y atracción de los videojuegos concretaron que ocho de cada diez mostraban un nivel bajo, mientras que el resto lo hacía en niveles medios o elevados. De la misma forma, se estableció que más de la mitad de los sujetos habían jugado y conocían más de diez videojuegos. Igualmente, se obtuvo que tres de cada diez

participantes habían jugado a más de diez videojuegos diferentes a lo largo de su vida. En relación a la frecuencia, los datos son más elevados para aquellos que jugaban alguna vez, en torno a tres quintos de la muestra, mientras que no le dedicaban nada de tiempo a estos dispositivos los otros dos quintos. Estos datos son similares a los aportados por Martínez, Betancourt y González (2013) en su estudio con una muestra de edad media ligeramente inferior a la de nuestro estudio. En este sentido, Staiano, Abraham y Calvert (2013) en su estudio sobre un programa de intervención con participantes afroamericanos, los adolescentes no encuentran perjudicados sus hábitos físico-saludables con un nivel de atracción medio hacia los videojuegos.

Respecto a los datos arrojados por el estudio relacional, esta investigación obtuvo en relación al nivel de atracción y uso con el género, que en un tercio de los casos masculinos tenían un nivel medio siendo en el caso femenino un grado mucho menor. Díez et al. (2014) señala que la razón por la que las chicas tradicionalmente han jugado menos que los chicos a los videojuegos puede ser porque estos juegos han sido pensados para un supuesto masculino dando respuestas a sus deseos, aficiones y afinidades. Los datos de este estudio coinciden con los arrojados por los estudios de León y López (2003), en los que las chicas jugaban a estos dispositivos habitualmente en más de la mitad de los casos mientras que los chicos lo hacían cerca de nueve de cada diez. De la misma forma, en relación con los hábitos de consumo de los videojuegos con el género se dieron diferencias significativas, ya que se establecía que tres quintos de los sujetos femeninos no habían jugado nunca mientras que estos datos se elevaban en los sujetos masculinos

pues más de tres quintos jugaban desde hacía más de cuatro años y éstos mismos en tres cuartos de los casos les dedicaban tiempo a estos dispositivos alguna vez, en fines de semana o casi todos los días. Estos datos son inferiores a otros estudios, pudiendo ser debido a la diferencia de edad de la muestra estudiada, pues los adultos jóvenes universitarios no se pueden permitir un tiempo excesivo a los videojuegos por factores sociales y laborales que se lo impiden en mayor o menor medida (Karpinski, Kirschner, Ozer, Mellott & Ochwo, 2013; Sánchez & Juan, 2014).

También se denotaron diferencias significativas en relación con el tipo de residencia de los participantes, obteniendo en torno a cuatro quintos de la muestra en cada tipo de residencia con un perfil bajo de atracción y uso de los videojuegos. Y estableciéndose niveles más altos en los sujetos que se encontraban en domicilio familiar. Estos datos se pueden relacionar con lo señalado por Díaz (2004) pues los universitarios no ven la necesidad de estar fuera del entorno familiar debido a que puede ser un gran medio de interacción con la propia familia si estos hábitos se han supervisado desde la infancia.

Así mismo, en relación al autoconcepto con el nivel de uso y atracción de los videojuegos, se determinó que los sujetos con un nivel bajo poseen un mayor autoconcepto académico, mientras que los sujetos con nivel medio presentan un mayor autoconcepto físico. En relación con los hábitos de consumo, resultó que los sujetos que no han jugado nunca poseen un mayor autoconcepto académico que los que lo hacen desde hace más de cuatro años, al igual que en frecuencia de juego y conocimiento de los mismos poseen un mayor autoconcepto

académico aquellos sujetos que no les dedican tiempo y no conocen juegos a los que si les dedican mayor tiempo y conocen números superiores de juegos. Estos datos se encuentran invertidos en el caso del autoconcepto físico.

En esta línea, Pérez, Rumoroso y Brenes (2009) afirman que los medios de entretenimiento y diversión como los videojuegos presentan una asociación negativa, por parte de los jóvenes, con la evaluación de las cualidades en el ámbito escolar. Así mismo, otros autores señalan las Tics como un elemento que puede contribuir al afrontamiento activo, distracción e incluso evitación de la nuevas demandas cognoscitivas y físicas de la actual sociedad (Burgess, Stermer & Burgess, 2013; Dusek & McIntyre, 2003; Zimmer & Collins, 2003).

Por último, destacar las principales limitaciones dadas en este estudio, pues solo se contó con los estudiantes universitarios de una titulación siendo interesante el aumentar dicha muestra con otras titulaciones. En relación a las variables se ha estudiado la asociación dada entre los hábitos de consumo de videojuegos con dos de las dimensiones del autoconcepto siendo éstas un total de cinco. Debido a ello, como perspectivas futuras, se plantea el aumento de la muestra así como estudiar las demás dimensiones del autoconcepto y de la misma forma, relacionar estas dimensiones con el género, con el fin de conocer mejor los perfiles de los estudiantes universitarios.

Como conclusiones principales de esta investigación se pueden señalar las siguientes:

- Aproximadamente seis de cada diez universitarios estaban matriculados en un centro público, en torno a la mitad de la muestra pertenecían a entornos urbanos y

de la misma forma residían en domicilio familiar. En esta línea, se presentó que en torno a cuatro quintos de los estudiantes universitarios poseían un consumo bajo de videojuegos, siendo un consumo medio-elevado mas notorio en los varones. En cuanto a los hábitos de consumo de los videojuegos y su frecuencia de uso, el estudio dictaminó que la gran mayoría no dedica tiempo a estos dispositivos, siendo un porcentaje escaso los usuarios más frecuentes.

- En base a la frecuencia de consumo de los videojuegos y el sexo de los participantes, se revela una asociación en relación al género estableciéndose los casos masculinos como los usuarios más asiduos. Del mismo modo, se estableció una relación con el nivel de uso y atracción de los videojuegos y el autoconcepto académico de los sujetos siendo mayor en los casos con un perfil bajo, al igual que los que dedican menor tiempo y no tienen conocimiento alto de los mismos. En base al autoconcepto físico se determinó que poseen una mayor percepción del mismo, aquellos que sí conocen y han jugado alguna vez a un número elevado de videojuegos.

##### 5. Referencias Bibliográficas.

- Albiar, I. J., Rodríguez, A. P., Martínez, O. M., Crespo, J. L., Amorós, M. O. & Sánchez, P. E. (2012). Diferencias de sexo, característica de personalidad y afrontamiento en el uso de internet, el móvil y los videojuegos en la adolescencia. *Health and addictions*, 12(1), 61-82.
- Azorín, C. M. (2015). Integración pedagógica de Wix en Educación Primaria. *Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación*, (47), 163-177. doi: 10.12795/pixelbit.2015.i47.11
- Badía, M. M., Clariana, M., Gotzens, C., Cladellas, R. & Dezcallar, T. (2015). Videojuegos, televisión y rendimiento académico en alumnos de Primaria. *Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación*, (46), 25-38. doi:10.12795/pixelbit.2015.i46.02
- Ballester, L., March, C. & Orte, C. (2006). Autoconcepto, estilos de afrontamiento y conducta del alumnado universitario. *Aposta – Revista de Ciencias Sociales*, 27, 1-22.
- Beltrán, V. J., Valencia, P. A. & Molina, J. P. (2011). Los videojuegos activos y la salud de los jóvenes: revisión de la investigación. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte*, 10(41), 203-219.
- Burgess, S., Stermer, S.P. & Burgess, M. (2013). Video game playing and academic performance in college students. *College Student Journal*, 46(2), 376-387.
- Castellana, M., Sánchez, X., Graner, C. & Beranuy, M. (2007). El adolescente ante las tecnologías de la información y la comunicación: internet, móvil y videojuegos. *Papeles del Psicólogo*, 28(3), 196-204.
- Díaz, V. M. (2004). Los videojuegos como medio de comunicación didáctica en el seno familiar. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 23, 115-119.
- Diez, E. J., Terrón, B. E., García, G. M., Rojo, F. J., Cano, G. R., Blanco, J., ..., Terrón, B. M. (2014). *La diferencia sexual en el análisis de los videojuegos*. Madrid: CIDE: Instituto de la Mujer, 2004.
- Dusek, J. & McIntyre, J. (2003). Self-concept and self-esteem development. In G. Adams & M. Berzonsky (Eds), *Blackwell handbook of adolescence* (pp.290-310). Malden: Blackwell. doi: 10.1002/9780470756607.ch14

- Estallo, J.A. (1995). *Los videojuegos. Juicios y prejuicios*. Barcelona: Planeta.
- Estallo, J. A., Masferrer, M. C. & Aguirre, C. (2001). Efectos a largo plazo del uso de los videojuegos. *Apuntes de psicología*, 19(1), 161-174.
- Falbe, J., Willet, W., Rosner, B., Gortmaker, S., Sonnevile, K. & Field, A. (2014). Longitudinal relations of television, electronic games and digital versatile discs with changes in diet in adolescents. *American Journal of Clinical Nutrition*, 100(1), 1173-1181. doi: 10.3945/ajcn.114.088500
- Fuentes, M., García, J., Gracia, E. & Lila, M. (2011). Autoconcepto y ajuste psicosocial en la adolescencia. *Psicothema*, 23(1), 7-12.
- García, F. & Musitu, G. (1999). *AF5, Autoconcepto forma 5. Publicaciones de Psicología Aplicada*. Madrid: TEA Ediciones, S.A.
- García, F. & Musitu, G. (2009). *Manual del AF5. Autoconcepto Forma 5*. Madrid: TEA Ediciones S.A.
- Garrido, E. A. (2015). Universidad pública y privada en España: Dos modelos distintos con objetivos similares. *Encuentros multidisciplinares*, 17(49), 46-55.
- Gilles, L. (2003). *Metamorfosis de la cultura liberal: ética, medios de comunicación, empresa*. Barcelona: Anagrama.
- Gómez, S. (2013). ¿Nueva ruralidad? Un aporte al debate. *Estudios Sociedad e Agricultura*, 17, 5-32.
- Goñi, E. (2009). *Autoconcepto personal: estructura interna, medida y variabilidad*. (Tesis doctoral). Universidad del País Vasco, País vasco.
- Greenfield, P. & Yan, Z. (2006). Children, adolescents, and the Internet: A new field of inquiry in developmental psychology. *Developmental psychology*, 42(3), 391. doi: 10.1037/0012-1649.42.3.391
- Huertas, C.A., Cadavid, D. C., Vásquez, A. M. & Vélez, J. S. (2008). Consumo cultural y uso del tiempo libre en estudiantes lasallistas. *Revista Lasallista Investigativa*, 5(2), 36-47.
- Jariego, R. L. & López, M. J. (2003). Los adolescentes y los videojuegos. *Apuntes de Psicología*, 21(1), 89-99.
- Karpinski, A. C., Kirschner, P. A., Ozer, I., Mellott, J. A. & Ochwo, P. (2013). An exploration of social networking site use, multitasking, and academic performance among United States and European university students. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 1182-1192. doi: 10.1016/j.chb.2012.10.011
- León, R. & López, M. J. (2003). Los adolescentes y los videojuegos. *Apuntes de Psicología*, 21, 1-10.
- López, C. V. (2003). El juego patológico en los universitarios de la comunidad de Madrid. *Clínica y salud: revista de psicología clínica y salud*, 14(1), 43-65.
- Martín, E., De Bustillo, M. C., Rodríguez, T. & Pérez, Y. (2008). De la residencia a la escuela: la integración social de los menores en acogimiento residencial con el grupo de iguales en el contexto escolar. *Psicothema*, 20(3), 376-382.
- Martínez, P., Betancourt, D. & González, A. (2013). Uso de videojuegos, agresión sintomatología depresiva y violencia intrafamiliar en adolescentes y adultos jóvenes. *Revista Colombiana Ciencias Sociales*, 4(2), 167-180.
- Martins, J., Marques, A. & Carreiro, F. (2015). Narraciones de adolescentes con estilos de vida activos y sedentarios. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte*, 15(58), 223-244. doi: 10.15366/rimcafd2015.58.003

- McClure, R. F. & Mears, F. G. (1986). Video game playing and psychopathology. *Psychological Reports*, 59, 59-62.
- Pérez, R., Rumoroso, A. M. & Brenes, C. (2009). El uso de tecnologías de la información y la comunicación y la evaluación de sí mismo en adolescentes costarricenses. *Interamerican Journal of Psychology*, 43(3), 610-617.
- Primack, B., Carroll, M., McNamara, M., Klem, M. L., King, B., Rich, M., ..., Nayak, S. (2012). Role of Video Games in Improving Health-Related Outcomes. A Systematic Review. *American Journal Preventive Medicine*, 42(6), 630-638. doi: 10.4016/48059.01
- Ruiz, R., Lucena, V., Pino, M. J. & Herruzo, J. (2010). Análisis de comportamientos relacionados con el uso/abuso de Internet, telefonía móvil, compras y juego en estudiantes universitarios. *Adicciones*, 27(4), 301-310. doi: 10.20882/adicciones.171
- Sánchez, C. & Juan, J. (2014). Motivación y aprendizaje de ciencias sociales en estudiantes de PCPI con un videojuego a través de la pizarra digital. *Revista científica de opinión y divulgación: Didáctica, innovación y multimedia*, 1-15.
- Sánchez, X., Beranuy, M., Castellana, M., Chamarro, A. & Oberst, U. (2008). La adicción a Internet y al móvil: ¿moda o trastorno?. *Adicciones*, 20, 149-160. doi: 10.20882/adicciones.279
- Staiano, A., Abraham, A. & Calvert, S.L. (2013). Adolescent Exergame play for weight loss and psychosocial improvement: A controlled physical activity intervention. *Obesity*, 21(3), 598-601. doi: 10.1038/oby.2012.143
- Veliz, B. A. & Apodaca, U. P. (2012). Niveles de autoconcepto, autoeficacia académica, y bienestar psicológicos en estudiantes universitarios de la ciudad de Temuco. *Revista Salud & Sociedad*, 3(2), 131-150.
- Viñas, P. F. (2009). Uso autoinformado de Internet en adolescentes: perfil psicológico de un uso elevado de la red. *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*, (9), 109-122.
- Waycott, J., Bennet, S., Kennedy, G., Dalgarno, B. & Gray, K. (2010). Digital devices? Student and staff perceptions of information and communication technologies. *Computers & Education*, 54(4), 1202-1211. doi: 10.1016/j.compedu.2009.11.006
- Zimmer, M. J. & Collins, W. A. (2003). Autonomy development during adolescence. In G.R. Adams & M. Berzonsky (Eds), *Blackwell handbook of adolescence* (pp. 175-204). Oxford: Blackwell Publishers. doi: 10.1002/9780470756607.ch9
- Fecha de recepción: 16-05-2016  
Fecha de evaluación: 06-06-2016  
Fecha de aceptación: 09-09-2016