

Experiencias en el Uso de Videojuegos en Gamers Argentinos Adultos

Gaming Experiences in Argentinean Adult Gamers

Guadalupe de la Iglesia

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas y Universidad de Palermo

El objetivo del estudio fue analizar las experiencias de uso de videojuegos en jugadores (*gamers*) argentinos estudiando sus características sociodemográficas y analizando una escala de experiencia gamer. La muestra no probabilística accidental estuvo constituida por 201 adultos argentinos mayores de 18 años de población general que utilizaban videojuegos. La mayoría tenía una edad comprendida entre los 25 y 45 años ($M = 40,9$ años; $DE = 15,5$; 55,2% mujer; 43,3% varón; 1% no binario; 0,5% otro género). Los análisis estadísticos incluyeron pruebas r de Pearson, t de Student, ANOVAs, χ^2 , Análisis de Clases Latentes y análisis de psicometría clásica. Las características sociodemográficas observadas replicaron las reportadas en otros países. Se identificaron dos clases latentes de gamers: una constituida mayormente por varones, menores de 40 años, que preferían *hardcore games* y que eran jugadores moderados o intensos; y otra, conformada en mayor medida por mujeres, mayores de 40 años, que preferían los videojuegos casuales y que eran jugadores típicos o moderados. La Escala de Experiencia Gamer presentó apropiadas propiedades psicométricas y quedó conformada por 18 ítems que se agruparon en dos escalas: Experiencias Positivas y Experiencias Negativas. Se observó que las experiencias positivas y negativas no son mutuamente excluyentes, sino que aumentan con el incremento del uso de videojuegos. La edad y el género introducen diferencias en el uso de videojuegos y deberían ser controladas estadísticamente en cualquier análisis realizado en población *gamer*. Además, siempre debería considerarse todo el espectro de experiencias de usos de videojuegos.

Palabras clave: videojuegos, gamers, experiencias positivas, experiencias negativas, uso de videojuegos

This study aimed at analyzing gaming experiences in Argentinean gamers, studying their sociodemographic characteristics, and analyzing a gamer experience scale. Sample was non-probabilistic and composed of 201 Argentinean adults (over 18 years old) of the general population that played videogames. The majority were between 25 and 45 years old ($M = 40.9$ years; $SD = 15.5$; 55.2% female; 43.3% male; 1% non-binary; 0.5% another gender). Statistical analyzes included Pearson's r tests, Student's t tests, ANOVAs, χ^2 , Latent Class Analysis and classical (psychometric) test theory analysis. The observed sociodemographic characteristics replicated international reports. Two latent classes of gamers were identified: one composed mostly by male players, younger than 40 years, who preferred hardcore games and who were moderate or heavy players; the other one was mostly conformed by women, 40 years old or older, who preferred casual games and who were typical or moderate players. The Gamer Experience Scale presented appropriate psychometric properties and was composed by 18 items grouped in two differentiated scales: Positive Experiences and Negative Experiences. It was observed that positive and negative experiences are not mutually exclusive but rather increase with video game use. Age and gender introduce differences in video game use and should be statistically controlled in any study carried out in gamer population. Additionally, the complete spectrum of videogame experiences should be always considered.

Keywords: videogames, gamers, positive experiences, negative experiences, gaming

Desde su creación en la década del 50, el uso de videojuegos se ha visto incrementado exponencialmente a nivel mundial, estimándose que más de 3 billones de personas en el mundo (aproximadamente entre el 35 y el 40% de la población) utiliza videojuegos, y las estimaciones de ganancias de la industria representa US 365 billones (DFC Intelligence, 2023; Gilbert, 2023). En Argentina, esta tendencia se replica. En los datos locales se reporta que un tercio de la población juega videojuegos, que el tamaño de la industria está valuado en US 91 millones y las estimaciones de ganancias ascienden a US 497 millones (de la Iglesia & Bruno, 2023; Sistema de Información Cultural de la Argentina, 2023; Statista, 2023). Durante la pandemia por COVID-

Guadalupe de la Iglesia  <https://orcid.org/0000-0002-0420-492X>

El presente trabajo fue subsidiado mediante el proyecto PICT 2020 SERIE A, Código 0181 de la Agencia Nacional de Promoción de la Investigación, el Desarrollo Tecnológico y la Innovación, y el proyecto PIBAA 2022-2023, Código 28720210100431CO del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. No existe ningún conflicto de intereses que revelar.

La correspondencia relativa a este artículo debe ser dirigida a Guadalupe de la Iglesia, Mario Bravo 1259, CP 1175, Buenos Aires, Argentina. Email: gdelaiglesia@gmail.com

19, el incremento en el uso de los videojuegos rompió récords mundiales (un incremento mayor al 65%) y muchos participantes de la industria supieron adaptarse rápidamente al cambio en la demanda, ajustando sus productos a las restricciones para circular, debido al confinamiento (Claesdotter-Knutsson et al., 2022; Ortiz et al., 2020; Pallavicini et al., 2022). Las estadísticas describen un panorama en el que los videojuegos parecen constituir un aspecto de la vida cotidiana de casi la mitad de la población.

¿Quiénes Juegan Videojuegos, Cómo Juegan y a Qué Juegan?

A pesar de que es habitual el prejuicio de que los *gamers* son mayormente adolescentes varones, varias investigaciones han desmitificado ese estereotipo (Kowert et al., 2014; Paaßen et al., 2017; Shaw, 2012). Las características sociodemográficas de los *gamers* son en realidad bastante variadas (Yee, 2006a). De hecho, Kaye (2019) manifestó que dado el uso masivo actual de videojuegos es muy difícil describir las características demográficas de los jugadores.

En principio, es relevante diferenciar a los gamers que juegan a *core* o *hardcore games* de los gamers que juegan videojuegos casuales. Los *hardcores games* incluyen aquellos videojuegos que están más asociados a la "identidad gamer", que se relacionan con un modo de vida en el que los individuos señalan que jugar ciertos videojuegos (en general, *shooters*, de pelea, de acción/aventura, de supervivencia o de estrategia) es una de sus características personales centrales y describen que es parte de su forma de ser (De Grove et al., 2015). Estos jugadores se diferencian de los casuales, quienes juegan videojuegos de manera más "superficial" o menos comprometida con la cultura gamer y que no se identifican como gamers o no sienten que jugar videojuegos casuales (por ejemplo, rompecabezas, juegos de palabras) sea una característica central en sus vidas. Esta diferenciación entre juegos *hardcore* y casuales es fundamental en el análisis de población gamer (Kaye, 2019). De hecho, De Grove et al. (2015), en un análisis de clases latentes, reportaron haber hallado dos grupos de jugadores que coincidían con esa diferenciación.

En cuanto a las horas de juego, este es un dato que habitualmente se describe en gamers y que se suele utilizar para determinar el tipo de jugador e incluso para estudiar la probabilidad de juego problemático. Una categorización bastante aceptada es la de Przybylski (2014), quien propuso cortes de menos de una hora diaria, entre una y tres horas y más de tres horas diarias, clasificando a los gamers en: típicos, moderados e intensos. Se observa que el porcentaje de jugadores intensos (*heavy players*) no supera el 10-15% cuando se analiza la población general (de la Iglesia, 2021; Przybylski, 2014). El tiempo promedio en población específicamente gamer se estima en 19-22 horas de juego por semana (e.g., Griffiths, 2003, 2004a, 2004b; Poels et al., 2012; Yee, 2006a). Además, De Grove et al. (2015) indicaron que quienes se identifican como *hardcore gamers* suelen jugar con mayor frecuencia.

En relación con las variables sociodemográficas, la edad promedio de los gamers se estima en 30 años (Griffiths et al., 2003; Williams et al., 2008; Yee, 2006a), valor que dista bastante del estereotipo de gamer adolescente. En el último reporte de la Entertainment Software Association (2022) se especificó que actualmente la edad promedio es de 33 años. El rango, sin embargo, es muy amplio y cubre a varias generaciones (Cicchirillo, 2011). En cuanto al género, varias investigaciones han reportado un predominio de varones gamers (aproximadamente un 80%; Griffiths et al., 2003; Kowert et al., 2014; Williams et al., 2008; Yee, 2006a). Sin embargo, esto parece darse solo cuando se estudia el uso de *hardcore games* (Eklund, 2016; Vermeulen et al., 2011). Al analizarse todos los géneros de videojuegos, la distribución es más pareja (aproximadamente 40% mujeres; Paaßen et al., 2017). Además, se ha señalado que la edad y el género son variables que deberían controlarse al estudiar población de gamers, dado que tienen una alta incidencia en el uso y pueden modificar significativamente las relaciones halladas con otras variables (Kowert et al., 2014). Cuando se estudian los datos de edad y género en conjunto, las estadísticas apuntan a que, en el último tiempo, la proporción de mujeres adultas que juegan videojuegos ha superado a la de adolescentes varones y que, en general, hay una tendencia global a un mayor involucramiento de las mujeres en el mundo de los videojuegos (Van Bauwel, 2020; Zwiezen, 2023).

En cuanto a las diferencias según género en la cantidad de horas de juego, existen resultados diversos. En general, se encuentra que las mujeres juegan menos que los varones (Terlecki et al., 2011; Vermeulen et al., 2011). Sin embargo, se ha alertado sobre la subestimación de la cantidad de horas informadas en los autorreportes: los hombres suelen subestimar sus horas de uso por una hora y las mujeres por tres horas. Teniendo esto en consideración, cuando los estudios utilizan autorreportes, en general, se halla que los hombres juegan más horas que las mujeres y, cuando se utilizan datos reales obtenidos a través de los juegos, se observa que las que juegan más son las mujeres (Williams et al., 2009). Localmente, en el último reporte

del Sistema de Información Cultural de la Argentina (2023), no se observaron diferencias en la cantidad de horas de juego entre varones y mujeres.

Experiencias en el Uso de Videojuegos

Existe evidencia que apunta a que se podría diferenciar entre experiencias de tipo negativo, desagradables o problemáticas en el uso de videojuegos y experiencias de tipo positivo, satisfactorias o agradables (Charlton & Danforth, 2007, 2010; Lafrenière et al., 2009; Snodgrass et al., 2017). Aunque aún existe debate y no hay un amplio consenso en cuanto a esa diferenciación, dentro de los usos negativos o problemáticos se incluirían la experimentación de obsesiones, compulsiones, búsqueda de sensaciones, búsqueda de validación personal e incremento de la autoestima, experiencias de tensión, impulsividad y sensación de aburrimiento, y preocupación ligada al uso de videojuegos (e.g., Beard & Wickham, 2016; Chiu et al., 2004; Hu et al., 2017; Przybylski et al., 2009). Los usos positivos o saludables, por otra parte, incluirían experiencias ligadas a la búsqueda de lograr objetivos, a experimentar sentimientos de gratificación, satisfacción, sensación de disfrute y afecto positivo en general, a la activación de estados de *flow* e inmersión, y a las interacciones positivas con otros jugadores (e.g., Huang et al., 2015; Lafrenière et al., 2009; Park & Lee, 2012; Przybylski et al., 2009; Sampat & Krishnamoorthy, 2016; Wang et al., 2008). Estos dos polos han sido denominados de diversas maneras: adicción versus *engagement* (Charlton & Danforth, 2007, 2010), pasión obsesiva versus pasión armoniosa (Lafrenière et al., 2009) y consecuencias negativas versus consecuencias positivas (Snodgrass et al., 2017). Incluso se habla de una tercera variable en juego que podría tornarse saludable o problemática, de acuerdo con cada individuo: la inmersión (Yee, 2006a, 2006b, 2006c). Todos estos aspectos podrían enmarcarse bajo la denominación de *experiencias en el uso de videojuegos* (Snodgrass et al., 2017).

En un estudio antropológico llevado a cabo por Snodgrass et al. (2017) se buscó arribar a un consenso cultural en cuanto a las experiencias en el uso de videojuegos que combinara elementos tanto teóricos como obtenidos etnográficamente. Del análisis de observaciones, entrevistas y encuestas, los autores derivaron en un instrumento para medir el involucramiento en videojuegos que cuenta con tres escalas: Consecuencias Positivas, Consecuencias Negativas e Involucramiento. Las consecuencias positivas estaban asociadas a los sentimientos de logro, las experiencias sociales y a experimentar alivio del estrés. Las consecuencias negativas, por otra parte, estaban ligadas al juego compulsivo y extensivo, a la evitación del mundo real y al sobreenvolvimiento en el juego. De su trabajo concluyeron acerca de la importancia de estudiar población gamer recurriendo a la etnografía y no buscando concordar sus comportamientos con teorías o diagnósticos correspondientes a otras situaciones (por ejemplo, la adicción a sustancias o a los juegos de azar). Este instrumento cuenta con la fortaleza de haber surgido de las opiniones y el discurso de gamers. Sin embargo, no cuenta con evidencia psicométrica que dé cuenta de la validez y confiabilidad de sus puntajes. Además, su extensión (57 elementos) es bastante larga en el caso de requerir incluirlo en un protocolo de evaluación con otros instrumentos que llevarían a un tiempo de respuesta elevado y su consecuente disminución en los niveles de atención por parte de quienes responden (Kemper et al., 2019; Robins et al., 2001).

Williams et al. (2008) han señalado que el estudio de las características demográficas de gamers para describir y delimitar perfiles promovería el aporte de datos empíricos que impulsen al avance de esta área de investigación que se encuentra muy invadida por estereotipos y preconcepciones. Un análisis de clases latentes que permiten identificar subgrupos homogéneos podría dar respuesta a esa necesidad. Además, una mayor claridad en cuanto a la diferenciación entre el tipo de experiencias en el uso de videojuegos (tanto negativas como positivas) brindaría una mayor caracterización del fenómeno y sentaría bases para el estudio de su asociación con variables psicológicas saludables o patológicas tangencialmente afectadas por el uso de videojuegos. Un instrumento obtenido mediante un análisis dimensional basado en la psicometría clásica podría dar respuesta a esta necesidad.

Por lo expuesto, en el presente trabajo se buscó: (a) Describir una muestra de gamers argentinos de acuerdo a variables sociodemográficas básicas y variables de uso de videojuegos, (b) Identificar clases latentes de gamers que combinen características sociodemográficas y de uso de videojuegos, (c) Obtener una medida psicométricamente adecuada y corta para la medición de experiencias en el uso de videojuegos y (d) Estudiar las diferencias en las experiencias de uso de videojuegos de acuerdo a variables relacionadas al uso de videojuegos, variables sociodemográficas básicas y clases de gamers que combinen ambos aspectos.

Método

Participantes

La muestra estuvo constituida por 201 adultos argentinos de población general que utilizaban videojuegos (gamers). El promedio de edad fue de 40,9 años ($DE = 15,5$). En cuanto al género, el 55,2% dijo ser mujer, el 43,3% manifestó ser varón, el 1%, no binario y el 0,5%, de otro género. El 32,3% residía en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, el 40,3% en la provincia de Buenos Aires y el 27,4% restante en distintas provincias de Argentina. La mayoría estaba casado/a o en convivencia con su pareja (43,3%), el 30,3% era soltero/a, el 11,4% estaba de novio/a, el 10,9% estaba separado/a o divorciado/a y el 4% era viudo/a. En cuanto a su nivel de estudios, el 53,7% dijo tener un nivel universitario incompleto, en curso o inferior y el 46,3%, universitario completo o superior. La mayoría (60,7%) declaró tener un nivel socioeconómico medio, el 29,9%, un nivel bajo/medio-bajo y el 9,5%, un nivel alto/medio-alto. En cuanto a las variables de uso de videojuegos, el 46,5% expresó que utilizaba una computadora como dispositivo para jugar, el 29,3%, una consola y el 24,2%, un celular. En promedio jugaban 2,42 horas diarias ($DE = 2,18$) y de acuerdo a la clasificación de Przybylski (2014), el 37,8% eran jugadores típicos (menos de 1 hora diaria), el 42,3% eran jugadores moderados (entre 1 y 3 horas diarias) y el 19,9% eran jugadores intensos (más de 3 horas diarias de juego). El 38,3% indicó que su juego de preferencia era un hardcore game (62,7% varones) y el 61,8% restante reportó jugar preferentemente un tipo de videojuego casual (80,6% mujeres).

Instrumentos

Encuesta Sociodemográfica y de Uso de Videojuegos

Se solicitó a los participantes que informaran acerca de datos sociodemográficos básicos (edad, género, lugar de residencia, estado civil, nivel educativo y nivel socioeconómico) y sobre su uso de videojuegos (horas de juego, juego y género de preferencia y dispositivos de uso).

Online Gaming Survey (Snodgrass et al., 2017)

Este instrumento fue originalmente diseñado para medir experiencias positivas (e.g. “Disfruto llevar mis habilidades al máximo”) y negativas (e.g. Me siento frustrado y decepcionado cuando no juego bien”) de jugar videojuegos online y el nivel de inmersión en su uso (e.g. “Siento que jugar videojuegos es una forma de vida y no sólo recreación”). Cuenta con 57 ítems que se responden con una escala Likert de cuatro posiciones de grado de acuerdo. En su versión original el instrumento se analizó en cuanto a su validez de contenido y aparente (detallado en la Introducción). La generación de una versión más acotada y local fue parte de los objetivos de este estudio: la Escala de Experiencia Gamer.

Para su adaptación, en primera instancia se obtuvo el debido permiso de uso por parte de su autor. Luego se tradujeron los ítems al español siguiendo el método de *back-translation*. Además, se modificó el contenido para que abarcara el uso de videojuegos en su totalidad y no solo los videojuegos en línea y se amplió la escala Likert a una de seis posiciones, solicitándose a quien respondiera que indique que tanto lo representaba cada una de las frases (0 = *No me representa para nada* a 5 = *Me representa completamente*), para captar mejor la variabilidad. A continuación, se procedió a verificar su comprensión con un grupo piloto de cinco usuarios de videojuegos.

Los detalles sobre sus propiedades psicométricas se encuentran detallados en el apartado Resultados.

Procedimiento

La investigación tuvo un diseño transversal no experimental y los datos fueron recolectados de manera no probabilística mediante una encuesta *online* cuya administración fue de aproximadamente 30 minutos. Los participantes debían cumplir con los siguientes criterios de inclusión: (1) residir en Argentina, (2) tener 18 años o más y (3) jugar al menos una vez por mes algún videojuego. Además, todos debían haber brindado su consentimiento informado de participación en el estudio en donde se daba información acerca de los objetivos del estudio, la posibilidad de negarse o interrumpir su participación en cualquier momento y el tratamiento confidencial de la información. No se brindaron incentivos para la participación. Todos los procedimientos respetaban los lineamientos y estándares éticos de la declaración de 1964 de Helsinki y sus

amendas posteriores, y del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). El proyecto fue evaluado y aprobado por el Comité de Ética de la Universidad de Palermo.

Análisis de Datos

Para el análisis de asociaciones y diferencias de acuerdo a variables sociodemográficas y de uso de videojuegos se calcularon r de Pearson, t de Student, análisis de varianza (ANOVA de un factor), con prueba post-hoc Tukey, y χ^2 . En todos los casos se reportan los tamaños del efecto correspondientes (d de Cohen, V de Cramer). Además, se realizó un Análisis de Clases Latentes (ACL) para analizar si los participantes se agrupaban de acuerdo las variables analizadas. En él se estudiaron los índices Aikake Information Criterio (AIC), el Bayesian Information Criterion (BIC) y el R^2 de Entropía para valorar la parsimonia y el ajuste de los modelos competidores. Los tres valores no se interpretan de acuerdo a puntajes de corte, sino que mediante la comparación con los valores obtenidos en los otros modelos competidores. El AIC representa el ajuste del modelo propuesto a los datos, considerando la parsimonia del mismo; se estima una mayor parsimonia cuando sus valores son menores. En cuanto al BIC, cuanto menor sea su valor, mejor será el ajuste del modelo a los datos, dado que este índice representa una penalización relacionada con la cantidad de parámetros incluidos en el modelo. El R^2 de Entropía representa el grado de precisión en la clasificación, por lo que mayores valores indicarán mayor precisión en ese sentido.

Se estudió la escala de Snodgrass et al. (2017) a través de diversos análisis psicométricos. En una primera instancia se calcularon los índices de homogeneidad corregida y se eliminaron aquellos ítems que presentaron valores inferiores a 0,35 (Zijlmans et al., 2019). Luego, se realizó un análisis factorial exploratorio con el método de máxima verosimilitud y rotación oblimin para analizar las dimensiones subyacentes del instrumento. Para ello se utilizó la matriz de correlaciones policóricas, dado que los ítems habían sido respondidos en una escala de tipo ordinal. Se valoró la adecuación de la muestra mediante la medida Kaiser-Meyer-Olkin y la prueba de esfericidad de Bartlett. La estructura bifactorial obtenida en el análisis exploratorio fue luego confirmada mediante un análisis factorial confirmatorio. En este caso también se utilizó la matriz policórica y el método de estimación de mínimos cuadrados ponderados diagonalizados (DWLS), que resulta apropiado para este tipo de datos. Debido a que se estaba analizando la misma muestra de datos y que la cantidad de datos era inapropiada para realizar procedimientos de invarianza o de validación cruzada, ya que se generarían subgrupos demasiado pequeños, se solicitó un remuestreo de 1000 muestras mediante *bootstrap*. El ajuste fue valorado con diversos índices: χ^2 , el índice comparativo de Bentler-Bonett (CFI), el índice de Tucker Lewis (TLI), la raíz del residuo cuadrático medio estandarizado (SRMR) y la raíz del error cuadrático medio de aproximación (RMSEA). Se esperaba que los índices CFI y TLI tuvieran valores cercanos a 1, idealmente superiores a 0,90 o 0,95, SRMR debía ser menor a 0,05 y RMSEA, inferior a 0,08 (Schumacker & Lomax, 2016). Además, se esperaba que χ^2 no fuera estadísticamente significativo, aunque este suele ser significativo en muestras con $n > 200$. En este sentido, se calculó también el índice de parsimonia χ^2/df .

Adicionalmente, se estimó la consistencia interna de la escala mediante alfa de Cronbach y Omega.

Se utilizó el software estadístico Jamovi en su versión 2.2.5 (Jamovi, 2022) y el R en su versión 4.2.0 (R Foundation, 2022).

Resultados

Descripción de Gamers Argentinos: Variables Sociodemográficas y de Uso de Videojuegos

En primer lugar, se describe a los gamers de la muestra de acuerdo a variables sociodemográficas y de uso básicas: edad, género, horas diarias de juego y juego de preferencia (hardcore/casual). En cuanto al género, se halló una diferencia estadísticamente significativa en las horas diarias de juego, $t(196) = 2,19$, $p = 0,029$, $d = 0,31$, 95% IC [0,02, 0,59]. Los varones jugaban más horas diarias que las mujeres ($M_V = 2,79$; $DE_V = 2,23$; $M_M = 2,12$; $DE_M = 2,10$). En cuanto al tipo de videojuego de preferencia, se encontró una asociación estadísticamente significativa, $\chi^2(1, n = 173) = 33,7$, $p < 0,001$, V de Cramer = .44. En las celdas se observó que había una mayor cantidad esperada de varones que jugaban hardcore games y de mujeres que jugaban videojuegos casuales.

En relación con la edad, se halló una correlación estadísticamente significativa, negativa y débil con las horas diarias de juego, $r = -0,27$, $p < 0,001$. Además, los que indicaron preferir hardcore games eran significativamente más jóvenes que los que reportaron preferir videojuegos casuales, $t(173) = -5,52$, $p < 0,001$, ($M_{HG} = 33,4$; $DE_{HG} = 12,4$; $M_{CG} = 45,9$; $DE_{CG} = 15,8$), $d = -0,85$ 95% IC [-1,19, -0,51].

Por último, también se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las horas diarias de juego y el tipo de juego de preferencia, $t(173) = 2,98$, $p = 0,003$, $d = 0,46$ 95% IC [0,14, 0,77]. Los que jugaban hardcore games jugaban significativamente más horas diarias que los que preferían videojuegos casuales, ($M_{HG} = 3,10$; $DE_{HG} = 2,40$; $M_{CG} = 2,08$; $DE_{CG} = 2,09$).

Análisis de Clases Latentes

Dado que, tal como se esperaba, en los análisis realizados se observó que las variables sociodemográficas y las de uso de videojuegos estaban asociadas, se realizó un análisis de clases latentes para identificar grupos homogéneos de acuerdo con esas características: edad (categorizada en menores de 40 años y 40 años o más), género (se analizaron exclusivamente las categorías varón/mujer debido a que las otras categorías no constituían un n lo suficientemente grande como para ser analizado estadísticamente en este tipo de cálculo), horas diarias de juego (categorizada de acuerdo al criterio de Przybylski, 2014) y preferencia por hardcore games o videojuegos casuales. De la comparación de modelos de acuerdo con los valores de AIC, BIC y de R^2 de Entropía, se pudo concluir que el modelo de dos clases era el de mejor ajuste y parsimonia (ver Tabla 1), dado que los valores de AIC y de BIC eran menores que los de los otros modelos y el del R^2 de Entropía era superior al del modelo inmediatamente más complejo (tres clases).

Tabla 1
Análisis de Clases Latentes: Comparación de Modelos

| Modelo | AIC | BIC | R^2 de entropía |
|---------------|------|------|-------------------|
| Dos clases | 1154 | 1190 | 0,62 |
| Tres clases | 1161 | 1217 | 0,60 |
| Cuatro clases | 1169 | 1245 | 0,71 |
| Cinco clases | 1178 | 1274 | 0,75 |

La probabilidad de pertenecer a la clase 1 era de 41,6% y la de pertenecer a la clase 2, de 58,4%. Al analizar las características de cada clase, se pudo verificar que la clase 1 estaba constituida mayormente por varones menores de 40 años que eran jugadores moderados o intensos y que preferían hardcore games. La clase 2 estaba compuesta mayormente por mujeres mayores de 40 años que eran jugadores típicos o moderados y que preferían videojuegos casuales. En la Tabla 2 se puede ver la distribución de estas características por clase y χ^2 da cuenta que las variables no son independientes en ninguno de los casos ($p < 0,001$).

Tabla 2

Frecuencias Observadas para Variables Sociodemográficas y de Uso de Videojuegos en las Clases Latentes de Gamers

| Variable | Clase 1 | Clase 2 | $\chi^2(gl, n)$ | p | V de Cramer |
|----------------------|---------|---------|-----------------|---------|-------------|
| Género | | | 83,7(1, 198) | < 0,001 | |
| Varón | 68 | 19 | | | 0,65 |
| Mujer | 15 | 96 | | | |
| Edad | | | 58,6(1, 201) | < 0,001 | |
| Menor de 40 años | 72 | 35 | | | 0,54 |
| 40 años o más | 13 | 81 | | | |
| Tipo de jugador | | | 25,5(2, 201) | < 0,001 | |
| Típico | 20 | 56 | | | 0,35 |
| Moderado | 35 | 50 | | | |
| Intenso | 30 | 10 | | | |
| Juego de preferencia | | | 112,0(1, 175) | < 0,001 | |
| Hardcore | 62 | 5 | | | 0,80 |
| Casual | 12 | 96 | | | |

Nota. En todos los casos al menos el 80% de las celdas tenía una frecuencia esperada superior a 5.

Propiedades Psicométricas de la Escala de Experiencia Gamer

Se estudiaron las propiedades psicométricas de la medida de uso de videojuegos buscando generar una versión localmente apropiada y más breve de la escala de Snodgrass et al. (2017). Cuatro ítems presentaban valores inferiores a 0,35 en el índice de homogeneidad total-correctado, por lo que fueron eliminados. En el análisis factorial exploratorio, tanto el análisis paralelo como el gráfico de sedimentación sugerían que una estructura de dos factores era apropiada, por lo que se extrajeron dos factores. Una estructura bifactorial de 18 elementos resultó adecuada, KMO = 0,9, Test de Bartlett(17) = 452,7, $p < 0,001$. La misma explicaba el 59% de la varianza y todos los elementos tenían cargas factoriales $> 0,45$ en un único factor (ver Tabla 3). Los ítems del Factor 1 se referían a experiencias de tipo positivo al jugar videojuegos (fortalecer vínculos, incrementar habilidades, superación personal, identidad gamer como forma de vida), por lo que a este factor se lo denominó Experiencias Positivas. Los elementos del Factor 2 abordaban experiencias de tipo negativo al jugar videojuegos (pérdida de control, aislamiento social, obsesión, afectividad negativa, abstinencia, problemas en otras áreas de la vida personal y agotamiento), por lo que se lo denominó Experiencias Negativas. Al estudiarse su consistencia interna se verificó que ambos factores presentaban adecuados valores de alfa de Cronbach y Omega (ver Tabla 3). La escala de Experiencias Positivas y la de Experiencias Negativas se asociaban de manera estadísticamente significativa, positiva y considerablemente, $r = 0,51$, $p < 0,001$.

Al ejecutar un análisis factorial confirmatorio, a excepción de χ^2 , los índices de ajuste obtenidos dieron cuenta de un adecuado ajuste del modelo: $\chi^2(134, n =) = 232,52$, $\chi^2/gl = 1,73$, $p < 0,001$, CFI = 0,991, TLI = 0,989, SRMR = 0,079, RMSEA = 0,060 (IC 90% = 0,047, 0,073). Los pesos de regresión de los elementos fueron todos estadísticamente significativos ($p < 0,001$) y superiores a 0,40.

Tabla 3
Estructura Bifactorial de la Escala de Experiencia Gamer

| Ítem | F1 | F2 |
|------------------|-------------|-------------|
| Ítem 43 | 0,89 | -0,06 |
| Ítem 18 | 0,78 | -0,06 |
| Ítem 12 | 0,74 | -0,11 |
| Ítem 55 | 0,74 | 0,21 |
| Ítem 32 | 0,73 | 0,09 |
| Ítem 34 | 0,72 | 0,24 |
| Ítem 45 | 0,71 | 0,15 |
| Ítem 08 | 0,71 | -0,09 |
| Ítem 06 | 0,68 | -0,08 |
| Ítem 38 | -0,20 | 0,91 |
| Ítem 28 | -0,01 | 0,80 |
| Ítem 15 | 0,02 | 0,79 |
| Ítem 26 | 0,18 | 0,76 |
| Ítem 40 | 0,04 | 0,72 |
| Ítem 29 | 0,24 | 0,65 |
| Ítem 39 | 0,22 | 0,63 |
| Ítem 13 | 0,02 | 0,57 |
| Ítem 05 | 0,09 | 0,47 |
| % Varianza | 31 | 28 |
| Alfa de Cronbach | 0,84 | 0,89 |
| Omega | 0,93 | 0,89 |

Clases de Gamers y Experiencias de Uso de Videojuegos

Respecto de las relaciones entre las experiencias positivas y negativas gamers con distintas variables de uso de videojuegos, en principio se hallaron correlaciones estadísticamente significativas y considerables entre las horas de juego diario y las experiencias positivas, $r = 0,46$, $p < 0,001$, como con las negativas $r = 0,53$, $p < 0,001$. Esto también se sostenía al categorizar a los jugadores de acuerdo con el criterio de Przybylski (2014), dado que los jugadores intensos presentaban significativamente mayores experiencias positivas y negativas, en comparación con los jugadores moderados, y estos, a su vez, mayores niveles de ambos tipos de experiencias, en comparación con los jugadores típicos (ver Tabla 4). Es decir, las experiencias positivas y negativas eran mayores de acuerdo a la categoría del jugador.

Tabla 4
Diferencias en las Experiencias Positivas y Negativas Gamer según Tipo de Gamer

| Experiencias | $F(gl)$ | η^2 | M | | | DE | | |
|--------------|------------|----------|-------------------|--------------------|--------------------|--------|----------|---------|
| | | | Típico | Moderado | Intenso | Típico | Moderado | Intenso |
| Positivas | 25,5(2)*** | 0,20 | 9,89 _A | 15,86 _B | 23,15 _C | 8,67 | 9,18 | 11,90 |
| Negativas | 20,2(2)*** | 0,17 | 2,87 _A | 6,14 _B | 10,57 _C | 3,67 | 6,10 | 9,58 |

Nota. Las medias (M) con diferentes subíndices difieren en el nivel de $p < 0,05$ de acuerdo a la prueba post-hoc de Tukey.

*** $p < 0,001$

Asimismo, se analizó si había diferencias de acuerdo al juego de preferencia, hallándose que quienes jugaban hardcore games tenían tanto más experiencias positivas, $t(173) = 7,37$, $p < 0,001$, $d = 1,15$, 95% IC [0,78, 1,50] ($M_{HG} = 21,93$; $DE_{HG} = 10,1$; $M_{CG} = 11,16$; $DE_{CG} = 8,97$), como negativas, $t(173) = 3,80$, $p < 0,001$, $d = 0,59$, 95% IC [0,26, 0,90] ($M_{HG} = 8,13$; $DE_{HG} = 7,74$; $M_{CG} = 4,31$; $DE_{CG} = 5,55$), en el uso de videojuegos.

Finalmente se analizó si existían asociaciones con la edad y el género. Se hallaron correlaciones negativas moderadas y estadísticamente significativas con la edad, tanto para las experiencias positivas, $r = -0,45$, $p < 0,001$, como para las negativas, $r = -0,41$, $p < 0,001$. Además, se hallaron diferencias estadísticamente significativas según género ($p < .001$). Los varones presentaban niveles superiores, tanto de experiencias positivas, $t(196) = 6,48$, $d = 0,92$, 95% IC [0,61, 1,24], ($M_V = 20,20$; $DE_V = 10,8$, $M_M = 11,10$, $DE_M = 8,89$), como negativas, $t(197) = 4,43$, $d = 0,63$, 95% IC [0,33, 0,92], ($M_V = 8,09$; $DE_V = 7,74$; $M_M = 3,94$; $DE_M = 5,44$).

Por último, se estudiaron diferencias en las experiencias de acuerdo a las clases latentes de gamers identificadas en el análisis previo. Se encontraron diferencias estadísticamente significativas tanto para las experiencias positivas, $t(199) = 9,06$, $p < 0,001$, $d = 1,29$, 95% IC [0,95, 1,63], como para las negativas, $t(199) = 5,42$, $p < 0,001$, $d = 0,77$, 95% IC [0,46, 1,08]. Los individuos de la clase 1 (mayormente varones, menores de 40, que prefieren hardcore games y que son jugadores moderados/intensos) tenían más experiencias positivas ($M_{C1} = 21,80$; $DE_{C1} = 10,2$; $M_{C2} = 10,11$; $DE_{C2} = 8,07$) y negativas ($M_{C1} = 8,64$; $DE_{C1} = 8,00$; $M_{C2} = 3,70$; $DE_{C2} = 4,86$).

Discusión

El objetivo principal de este trabajo radicó en describir las experiencias de uso de videojuegos en gamers argentinos y estimar sus asociaciones con variables sociodemográficas y de uso. En cuanto a los participantes y sus características sociodemográficas, el promedio de edad de la muestra fue 10 años mayor al reportado usualmente (Griffiths et al., 2003; Williams et al., 2008; Yee, 2006a). Esto puede deberse a que era un criterio de inclusión para esta investigación tener más de 18 años, por lo que no se incluyeron adolescentes en el análisis y esto pudo haber elevado el promedio. Sin embargo, si se considera el último reporte de la Entertainment Software Association (2022) la diferencia es un poco menor. En cuanto a la distribución según género, se verificó la tendencia actual de una distribución pareja entre hombres y mujeres cuando se consideran todos los tipos de videojuegos en conjunto (Paaßen et al., 2017).

Al analizarse las variables sociodemográficas con las de uso, se verificó que los varones juegan mayor cantidad de horas diarias, lo que coincide con las investigaciones en las que este dato se evalúa mediante el autorreporte (Terlecki et al., 2011; Vermeulen et al., 2011; Williams et al., 2009). Sumado a ello, tal como indicaban los antecedentes (Eklund, 2016; Griffiths et al., 2003; Kowert et al., 2014; Vermeulen et al., 2011; Williams et al., 2008; Yee, 2006a), había más gamers varones que jugaban hardcore games y más gamers mujeres que jugaban videojuegos casuales.

En cuanto a la edad, se halló que a mayor edad menos horas diarias de uso y que quienes jugaban hardcore games eran más jóvenes. Esto coincide con las descripciones de De Grove et al. (2015), quienes destacaron que los más jóvenes suelen identificarse como hardcore gamers y que la edad y la frecuencia de juego presentan una relación inversa. Además, tal como habían reportado De Grove et al. (2015), en este estudio también se halló que quienes preferían hardcore games jugaban más horas diarias.

Los análisis precedentes replicaron la advertencia de que las variables sociodemográficas y de uso no son independientes y que edad y género no deberían considerarse de manera aislada en el estudio de población gamer (Kowert et al., 2014). Al analizarse estas variables en conjunto, buscándose identificar clases latentes, se hallaron dos clases: una compuesta mayormente por varones menores de 40 años que eran jugadores moderados o intensos y que preferían hardcore games; y otra, compuesta mayormente por mujeres mayores de 40 años, que caían dentro de las categorías de jugadores típicos/moderados y preferían videojuegos casuales. Estos hallazgos repiten la tendencia marcada por Pulliam-Moore (2014), quien señalaba el surgimiento de un grupo identificable de gamers compuesto por mujeres adultas y, además, coincide con la diferenciación entre jugadores casuales y hardcore de De Grove et al. (2015).

En cuanto a las experiencias de uso, del análisis de la escala de Snodgrass et al. (2017) se pudo observar la diferenciación clara entre experiencias negativas y positivas. Tal como era esperado, de acuerdo a los antecedentes teóricos y empíricos (Beard & Wickham, 2016; Charlton & Danforth, 2007, 2010; Chiu et al., 2004; Hu et al., 2017; Lafrenière et al., 2009; Przybylski et al., 2009; Snodgrass et al., 2017), las experiencias negativas incluían elementos que abarcaban la sensación de pérdida de control, el aislamiento social, la obsesión, la afectividad negativa, la abstinencia, problemas en otras áreas de la vida personal y el agotamiento, y las positivas, la posibilidad de fortalecer vínculos e incrementar las propias habilidades, la posibilidad de lograr una superación personal y la identidad gamer como forma de vida. Quedaron excluidos elementos que eran reiterativos de los aspectos mencionados y aquellos relacionados a los vínculos entre

jugadores (que solo aplica a los videojuegos en los que puede haber interacción con otros). En el caso de los elementos pertenecientes originalmente a la escala de Involucramiento, algunos de ellos pasaron a formar parte de la dimensión de experiencias positivas (e.g., "Siento que jugar videojuegos es una forma de vida y no solo recreación") y otros de la dimensión de experiencias negativas (e.g., "Regularmente continuo jugando aunque me sienta cansado/a"). Es claro que estos ítems cuentan con connotaciones positivas y negativas en su formulación y tiene sentido su asociación con ítems originalmente formulados para medir esos aspectos. De esto se puede concluir que la inmersión o involucramiento parece ser una dimensión bipolar con aspectos vivenciados como experiencias agradables y otros que son padecidos. Las dimensiones aquí halladas sustentan la postulación de que las experiencias en el uso de videojuegos pueden ser valoradas diferenciándolas entre positivas y negativas (Charlton & Danforth, 2007, 2010; Lafrenière et al., 2009; Snodgrass et al., 2017) y no replican la idea de que deba valorarse la inmersión como una tercera dimensión independiente a las otras dos.

Debe tenerse en cuenta que tanto los antecedentes de Snodgrass et al. (2017) como los de Yee (2006a), de donde surge la propuesta de la tercera dimensión, son de índole etnográfica y los estudios aquí realizados son de tipo psicométricos. Es probable que la diferencia en los hallazgos radique en la naturaleza distinta de los abordajes metodológicos utilizados. La propuesta tridimensional no pareciera poder reproducirse al utilizarse este tipo de análisis. Los aspectos de inmersión, sin embargo, quedan divididos en aquellos experimentados como agradables o desagradables. La Escala de Experiencia Gamer de 18 ítems (ver Anexo) aquí estudiada—derivada del Online Gaming Survey construido por Snodgrass et al. (2017) a través de la etnografía—propone la valoración de la experiencia gamer mediante las dimensiones de experiencias positivas y negativas. Los análisis psicométricos realizados sobre esta medida más breve brindaron evidencia de validez de constructo y de consistencia interna acorde a los estándares internacionales (Cohen et al., 2017; International Test Commission, 2017; Muñoz et al., 2013) como para que la medida pueda ser utilizada para operacionalizar estos aspectos.

Luego, al analizarse las experiencias de uso de acuerdo con variables sociodemográficas, se pudo observar una asociación positiva entre horas diarias de juego y las experiencias positivas y negativas. Esto incluso se observaba al clasificar a los gamers en típicos, moderados e intensos: presentaban mayores experiencias positivas y negativas los que más jugaban. Lo mismo ocurría en cuanto al tipo de juego de preferencia, siendo los que preferían hardcore games los que reportaron más experiencias positivas y negativas. En cuanto a las variables sociodemográficas de edad y género, la asociación con la edad fue inversa y los varones tenían mayor ocurrencia de ambos tipos de experiencias. Dado que aún no existe un consenso tangible en cuanto a la operacionalización de las experiencias en el uso de videojuegos, la comparación con los antecedentes empíricos puede ser compleja. De los antecedentes mencionados, se pueden realizar dos contrastes. Uno con un hallazgo de Przybylski et al. (2009), quienes encontraron una asociación inversa entre la edad y la presencia de *pasión obsesiva* (hipotéticamente relacionada con lo aquí se ha denominado como experiencias negativas), y otro con lo hallado por Charlton y Danforth (2007), quienes reportaron que aquellos que tenían conductas clasificadas como de tipo "adictivas" (las cuales podrían pensarse como dentro de las experiencias negativas) jugaban más horas por semana. Al estudiarse estas variables en conjunto, dado que se evidenciaba que no eran independientes entre sí, mediante las clases latentes aisladas en el análisis previo, se verificó que los pertenecientes a la clase 1 presentaban mayores niveles de ambas experiencias. En esta clase se reitera de manera conjunta todo lo mencionado previamente. De acuerdo a lo reportado, se puede concluir que las experiencias negativas y positivas están relacionadas con un perfil de gamer específico que, en general, es varón, menor de 40 años, que juega al menos una hora diaria (jugadores moderados/intensos) y que prefiere los hardcore games.

Como limitaciones del estudio, se debe señalar que esta investigación fue de naturaleza correlacional, por lo que no se puede asumir causalidades entre las variables; solo se puede concluir que se presentan de manera conjunta. Por cuestiones de viabilidad, se excluyeron variables que podrían estar relacionadas o afectar los aspectos aquí valorados (e.g., deseabilidad social). Además, el muestreo fue no probabilístico accidental, por lo que la generalización de los resultados a la población objetivo se ve limitada. Sin embargo, se han hallado resultados similares a la mayoría de las características de población gamer reportadas en otras investigaciones, lo que podría dar cuenta de una tendencia a la acumulación de evidencia empírica en ese sentido.

Futuras investigaciones deberían profundizar el estudio de las experiencias en el uso de videojuegos con otras variables de interés, tales como la personalidad, la salud mental o conductas dentro de los juegos. La identificación de variables que aporte al incremento o disminución de las experiencias positivas o negativas

también resulta un aspecto de interés a tratar. Además, sería relevante analizar información de cantidad de horas de juego y otras conductas de juego obtenida directamente a través de lo registrado en los servidores o dispositivos y no mediante autorreportes para superar la limitación del sobre o subreporte de algunos aspectos ligados al uso de videojuegos.

A modo de conclusión general, se puede señalar que la población gamer argentina parece mantener aquellas características reportadas en estudios llevados a cabo en otros países. De acuerdo a lo aquí encontrado se puede repensar la idea de que el incremento de uso de videojuegos se asocia a un incremento de la probabilidad de presencia de uso problemático (e.g., Kowert et al., 2014) no en el sentido que ésta sea errónea sino en cuanto a que omite el hecho de que el aumento en el uso también incrementa aquellos aspectos asociados al uso más saludable o positivo. Además, los aspectos de inmersión parecen valorarse entre positivos y negativos, siendo simplemente un aspecto más de las experiencias positivas o negativas, no diferenciándose como una dimensión aislada. Por último, mediante este estudio se aporta mayor constatación de la importancia del control estadístico de las variables edad, género, horas de juego y juego de preferencia al momento de estudiar población gamer.

Referencias

- Beard, C. L. & Wickham, R. E. (2016). Gaming-contingent self-worth, gaming motivation, and Internet gaming disorder. *Computers in Human Behavior*, 61, 507-515. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.046>
- Claesdotter-Knutsson, E., André, F. & Håkansson, A. (2022). Gaming activity and possible changes in gaming behavior among young people during the COVID-19 pandemic: cross-sectional online survey study. *JMIR Serious Games*, 10(1), Artículo e33059. <https://doi.org/10.2196/33059>
- Charlton, J. P. & Danforth, I. D. W. (2007). Distinguishing addiction and high engagement in the context of online game playing. *Computers in Human Behavior*, 23(3), 1531-1548. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2005.07.002>
- Charlton, J. P. & Danforth, I. D. W. (2010). Validating the distinction between computer addiction and engagement: Online game playing and personality. *Behaviour & Information Technology*, 29(6), 601-613. <https://doi.org/10.1080/01449290903401978>
- Chiu, S.-I., Lee, J.-Z. & Huang, D.-H. (2004). Video game addiction in children and teenagers in Taiwan. *CyberPsychology & Behavior*, 7(5), 571-581. <https://doi.org/10.1089/cpb.2004.7.571>
- Cicchirillo, V. (2011). Online gaming: Demographics, motivations, and information processing. En M. S. Eastin, T. Daugherty & N. M. Burns (Eds.), *Handbook of research on digital media and advertising: User generated content consumption* (pp. 456-479). Information Science Reference. <https://doi.org/10.4018/978-1-60566-792-8.ch023>
- Cohen, R. J., Swerdlik, M. E. & Sturman, E. D. (2017). *Psychological testing and assessment: An introduction to tests and measurement* (9na ed.). McGraw-Hill.
- De Grove, F., Courtois, C. & Van Looy, J. (2015). How to be a gamer! Exploring personal and social indicators of gamer identity. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(3), 346-361. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12114>
- de la Iglesia, G. (24 a 26 de noviembre de 2021). *Uso de videojuegos y salud mental durante la pandemia COVID-19* [Presentación de póster]. XIII Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología, XXVIII Jornadas de Investigación, XVII Encuentro de Investigación en Psicología del MERCOSUR, III Encuentro de Investigación de Terapia Ocupacional y III Encuentro de Musicoterapia, Buenos Aires, Argentina.
- de la Iglesia, G. & Bruno, G. (2023). *Informe 2023*. Universidad Nacional de Rafaela, Observatorio de la Industria Argentina de Desarrollo de Videojuegos. <https://adva.vg/observatorio/>
- DFC Intelligence. (2023). *Global video game consumer segmentation*.
- Eklund, L. (2016). Who are the casual gamers? Gender tropes and tokenism in game culture. En T. Leaver & M. Willson (Eds.), *Social, casual and mobile games: The changing gaming landscape* (pp. 15-29). Bloomsbury Academic. <https://doi.org/10.5040/9781501310591.ch-002>
- Entertainment Software Association (2022). *Essential facts about the video game industry*. Entertainment Software Association. <https://www.theesa.com/resource/2022-essential-facts-about-the-video-game-industry/>
- Gilbert, N. (2023). Number of gamers worldwide 2022/2023: Demographics, statistics, and predictions. *FinancesOnline*. Recuperado el 13 de diciembre de 2023 de <https://financesonline.com/number-of-gamers-worldwide/>
- Griffiths, M. D., Davies, M. N. O. & Chappell, D. (2003). Breaking the stereotype: The case of online gaming. *CyberPsychology & Behavior*, 6(1), 81-91. <https://doi.org/10.1089/109493103321167992>
- Griffiths, M. D., Davies, M. N. O. & Chappell, D. (2004a). Online computer gaming: A comparison of adolescent and adult gamers. *Journal of Adolescence*, 27(1), 87-96. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2003.10.007>
- Griffiths, M. D., Davies, M. N. O. & Chappell, D. (2004b). Demographic factors and playing variables in online computer gaming. *CyberPsychology & Behavior*, 7(4), 479-487. <https://doi.org/10.1089/cpb.2004.7.479>
- Hu, J., Zhen, S., Yu, C., Zhang, Q. & Zhang, W. (2017). Sensation seeking and online gaming addiction in adolescents: A moderated mediation model of positive affective associations and impulsivity. *Frontiers in Psychology*, 8, Artículo 699. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00699>
- Huang, C.-L., Yang, S. C. & Chen, A.-S. (2015). Motivations and gratification in an online game: Relationships among players' self-esteem, self-concept, and interpersonal relationships. *Social Behavior and Personality*, 43(2), 193-204. <https://doi.org/10.2224/sbp.2015.43.2.193>
- International Test Commission. (2017). *ITC guidelines for translating and adapting tests* (second edition). https://www.intestcom.org/files/guideline_test_adaptation_2ed.pdf
- Jamovi. (2022). *Jamovi* (Versión 2.2.5) [Software]. <https://www.jamovi.org>
- Kaye, L. K. (2019). Gaming classifications and player demographics. En A. Attrill-Smith, C. Fullwood, M. Keep & D. J. Kuss (Eds.), *The Oxford handbook of cyberpsychology* (pp. 609-623). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780198812746.013.1>

- Kemper, C. J., Trapp, S., Kathmann, N., Samuel, D. B. & Ziegler, M. (2019). Short versus long scales in clinical assessment: Exploring the trade-off between resources saved and psychometric quality lost using two measures of obsessive-compulsive symptoms. *Assessment*, 26(5), 767-782. <https://doi.org/10.1177/1073191118810057>
- Kowert, R., Festl, R. & Quandt, T. (2014). Unpopular, overweight, and socially inept: Reconsidering the stereotype of online gamers. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 17(3), 141-146. <https://doi.org/10.1089/cyber.2013.0118>
- Lafrenière, M. -A. K., Vallerand, R. J., Donahue, E. G. & Lavigne, G. L. (2009). On the costs and benefits of gaming: The role of passion. *CyberPsychology & Behavior*, 12(3), 285-290. <https://doi.org/10.1089/cpb.2008.0234>
- Muñiz, J., Elosua, P. & Hambleton, R. K. (2013). Directrices para la traducción y adaptación de los tests: segunda edición. *Psicothema*, 25(2), 151-157. <https://doi.org/10.7334/psicothema2013.24>
- Ortiz, L., Tillerias, H., Chimbo, C. & Toaza, V. (2020). Impacto en la industria de los videojuegos durante la pandemia por COVID-19. *Athenea: Revista en Ciencias de la Ingeniería*, 1(1), 5-13. <https://doi.org/10.47460/athenea.v1i1.1>
- Paaßen, B., Morgenroth, T. & Stratemeyer, M. (2017). What is a true gamer? The male gamer stereotype and the marginalization of women in video game culture. *Sex Roles*, 76(7-8), 421-435. <https://doi.org/10.1007/s11199-016-0678-y>
- Pallavicini, F., Pepe, A. & Mantovani, F. (2022). The effects of playing video games on stress, anxiety, depression, loneliness, and gaming disorder during the early stages of the COVID-19 pandemic: PRISMA systematic review. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 25(6), 334-354. <https://doi.org/10.1089/cyber.2021.0252>
- Park, J. & Lee, G. (2012). Associations between personality traits and experiential gratification in an online gaming context. *Social Behavior and Personality*, 40(5), 855-862. <https://doi.org/10.2224/sbp.2012.40.5.855>
- Poels, Y., Annema, J. H., Verstraete, M., Zaman, B. & De Grooff, D. (2012). Are you a gamer? a qualitative study on the parameters for categorizing casual and hardcore gamers. *IADIS International Journal on WWW/Internet*, 10(1), 1-16. <https://lirias.kuleuven.be/retrieve/203496>
- Przybylski, A. K. (2014). Electronic gaming and psychosocial adjustment. *Pediatrics*, 134(3), e716-e722. <https://doi.org/10.1542/peds.2013.4021>
- Przybylski, A. K., Weinstein, N., Ryan, R. M. & Rigby, C. S. (2009). Having to versus wanting to play: Background and consequences of harmonious versus obsessive engagement in video games. *CyberPsychology & Behavior*, 12(5), 485-492. <https://doi.org/10.1089/cpb.2009.0083>
- Pulliam-Moore, C. (21 de agosto de 2014). *Women significantly outnumber teenage boys in gamer demographics*. PBS News. <http://www.pbs.org/newshour/rundown/female-adults-oust-teenage-boys-largest-gaming-demographic/>
- R Foundation. (2022). *The R project for statistical computing* (Versión 4.2.0). [Software]. <https://www.r-project.org/>
- Robins, R. W., Hendin, H. M. & Trzesniewski, K. H. (2001). Measuring global self-esteem: Construct validation of a single-item measure and the Rosenberg Self-Esteem Scale. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27(2), 151-161. <https://doi.org/10.1177/0146167201272002>
- Sampat, B. & Krishnamoorthy, B. (2016). Motivations for Social Network Site (SNS) gaming: A uses and gratification & flow perspective. *Journal of International Technology and Information Management*, 25(3), 75-98. <https://doi.org/10.58729/1941-6679.1320>
- Schumacker, R. E. & Lomax, R. G. (2016). *A beginner's guide to structural equation modeling* (4ta ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315749105>
- Shaw, A. (2012). Do you identify as a gamer? Gender, race, sexuality, and gamer identity. *New Media & Society*, 14(1), 28-44. <https://doi.org/10.1177/1461444811410394>
- Sistema de Información Cultural de la Argentina (2023). *Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2013/2023*. Ministerio de Cultura Argentina, Dirección de Planificación y Seguimiento de Gestión. https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/me_dpvsig_sinca_informe_encc_2013-2023.pdf
- Snodgrass, J. G., Dengah II, H. J. F., Lacy, M. G., Bagwell, A., Van Oostenburg, M. & Lende, D. (2017). Online gaming involvement and its positive and negative consequences: A cognitive anthropological "cultural consensus" approach to psychiatric measurement and assessment. *Computers in Human Behavior*, 66, 291-302. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.025>
- Statista (2023). *Video Games – Argentina*. <https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-media/video-games/argentina>
- Terlecki, M., Brown, J., Harner-Steciw, L., Irvin-Hannum, J., Marchetto-Ryan, N., Ruhl, L. & Wiggins, J. (2011). Sex differences and similarities in video game experience, preferences, and self-efficacy: Implications for the gaming industry. *Current Psychology*, 30(1), 22-33. <https://doi.org/10.1007/s12144-010-9095-5>
- Van Bauwel, S. (2020). Women gamers. En K. Ross (Ed.), *The international encyclopedia of gender, media, and communication* (Vol. 3, pp. 1519-1523). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781119429128.iegmc046>
- Vermeulen, L., Van Looy, J., De Grove, F. & Courtois, C. (2011). You are what you play? A quantitative study into game design preferences across gender and their interaction with gaming habits. En *DiGRA '11 - Proceedings of the 2011 DiGRA International Conference: Think design play* (Vol. 6, Chapter 62). DiGRA/Utrecht School of the Arts. <http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/11313.31106.pdf>
- Wang, C. K. J., Khoo, A., Liu, W. C. & Divaharan, S. (2008). Passion and intrinsic motivation in digital gaming. *CyberPsychology & Behavior*, 11(1), 39-45. <https://doi.org/10.1089/cpb.2007.0004>
- Williams, D., Consalvo, M., Caplan, S. & Yee, N. (2009). Looking for gender: Gender roles and behaviors among online gamers. *Journal of Communication*, 59(4), 700-725. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2009.01453.x>
- Williams, D., Yee, N. & Caplan, S. E. (2008). Who plays, how much, and why? Debunking the stereotypical gamer profile. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(4), 993-1018. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2008.00428.x>
- Yee, N. (2006a). The demographics, motivations, and derived experiences of users of massively multi-user online graphical environments. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 15(3), 309-329. <https://doi.org/10.1162/pres.15.3.309>
- Yee, N. (2006b). Motivations for play in online games. *CyberPsychology & Behavior*, 9(6), 772-775. <https://doi.org/10.1089/cpb.2006.9.772>
- Yee, N. (2006c). The psychology of massively multi-user online role-playing games: Motivations, emotional investment, relationships and problematic usage. En R. Schroeder & A. -S. Axelsson (Eds.), *Avatars at work and play: Collaboration and Interaction in Shared Virtual Environments* (pp. 187-207). Springer Link. https://doi.org/10.1007/1-4020-3898-4_9
- Zijlmans, E. A. O., Tijmstra, J., van der Ark, L. A. & Sijtsma, K. (2019). Item-score reliability as a selection tool in test construction. *Frontiers in Psychology*, 9, Artículo 2298. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.02298>
- Zwiezen, Z. (9 de junio de 2023). Data shows most switch owners are women, gamers react poorly. *Kotaku*. <https://kotaku.com/half-gamers-women-switch-ps5-xbox-pc-owners-girls-stats-1850524629>

Anexo

ESCALA DE EXPERIENCIA GAMER

(de la Iglesia, 2024)

Usa la siguiente escala para indicar qué tanto representan estos ítems tu uso de videojuegos en el último año (12 meses)

| | NO ME REPRESENTA PARA NADA | ME REPRESENTA MUY POCO | ME REPRESENTA EN PARTE | ME REPRESENTA BASTANTE | ME REPRESENTA MUCHO | ME REPRESENTA COMPLETAMENTE |
|---|----------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|-----------------------|-----------------------------|
| 1. Al participar de mis videojuegos me siento parte de un equipo o comunidad | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 2. Me sumerjo tanto en el juego que no me doy cuenta de lo que está ocurriendo a mi alrededor | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 3. Disfruto llevar mis habilidades al máximo | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 4. Me resulta difícil controlar o limitar el tiempo de juego y, en momentos en los que no debería, juego | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 5. Disfruto repetir acciones del videojuego que son difíciles hasta que me salen casi perfectas y automáticas | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 6. Juego tanto que me siento aislado y solo | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 7. Me siento en calma, relajado y en control en ciertos momentos del juego | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 8. Jugar me trae problemas con amigos y familiares | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 9. Me parece que superar obstáculos difíciles en los videojuegos ayuda a aumentar mi confianza y lidiar con problemas de mi vida | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 10. Busco mejorar mi forma de jugar incluso cuando no estoy jugando, por ejemplo, visitando foros online y aprendiendo de otros jugadores | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 11. Regularmente continúo jugando, aunque me sienta cansado/a | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 12. Siento que jugar videojuegos es una forma de vida y no sólo recreación | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 13. Me resulta difícil concentrarme en otras actividades porque estoy pensando en jugar | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 14. Me obsesiono con algún juego al punto de sentir que controla mi vida | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 15. Me parece que jugar videojuegos con mis amigos y familiares fortalece nuestros vínculos | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 16. Me pongo nervioso si por alguna razón no puedo jugar | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 17. Cuando juego desarrollo habilidades importantes que me ayudan a avanzar en mi vida personal | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 18. Me siento frustrado y decepcionado cuando no juego bien | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Fecha de recepción: Mayo de 2022.

Fecha de aceptación: Septiembre de 2023.