

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA
IZTAPALAPA

CSH

TESINA:

LA AUTOPERCEPCION DEL VIDEOJUGADOR

ASESOR:

ALFREDO NATERAS DOMINGUEZ

ALUMNOS:

JOSE CARLOS GONZALEZ VEGA

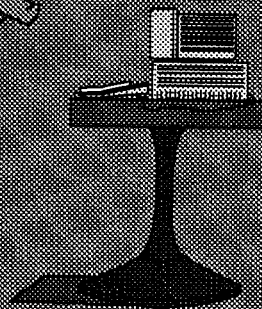
XOCHITL GPE. PEREZ HERNANDEZ

LIC. PSICOLOGIA SOCIAL

LECTORES:

MIGUEL ANGEL AGUILAR

ALMA PATRICIA ADUNA



ASESOR



ALFREDO NATERAS DOMINGUEZ

LECTORES



MIGUEL ANGEL AGUILAR



ALMA PATRICIA ADUNA

AGRADECIMIENTOS

XOCHITL GPE.

**A MIS PADRES
POR SU AYUDA**

**AL PROFESOR ALFREDO NATERAS
POR SU COMPRESION**

JOSE CARLOS

A MI MADRE
POR LOS SACRIFICIOS QUE HIZO
PARA QUE TERMINARA UNA
LICENCIATURA

A LOS MAESTROS
ALMA PATRICIA ADUNA
POR SER UNA GRAN AMIGA
Y MAESTRA CONMIGO

MIGUEL ANGEL ROSADO
POR LA AMISTAD Y EXPERIENCIA
QUE ME TRANSMITIO.

GRACIAS
PROF. ALFREDO NATERAS

INDICE

	pág.
• RESUMEN	A-B
• INTRODUCCION	I-IV
• MARCO TEORICO	
1. MECANISMOS DE COGNICION	1
1.1. AUTOPERCEPCION	1
1.2. AUTOCONCEPTO	3
1.3. AUTOATRIBUCION	13
2. CATEGORIZACION	18
2.1. CATEGORIZACION DEL YO	18
2.2. CATEGORIZACION SOCIAL	21
3. LA CULTURA DEL JUEGO Y LOS JOVENES	24
3.1. EL JUEGO COMO MEDIO DE INTERACCION	24
3.2. TIPOS DE CONDUCTAS EN EL JUEGO	28
3.3. EL JUEGO EN LOS JOVENES	31
3.4. LOS JOVENES Y EL TIEMPO LIBRE	33
3.5. EL JUEGO COMO PRACTICA CULTURAL	36
3.6. HACIA UNA NUEVA CULTURA DEL VIDEOJUEGO	39
• METODOLOGIA	
4. ESTRATEGIA METODOLOGICA	43
• PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	43
• JUSTIFICACION	43
• OBJETIVOS GENERAL Y ESPECIFICOS	44
• HIPOTESIS	45
• DISEÑO DE INVESTIGACION	46
• VARIABLES Y SU OPERACIONALIZACION	46
• POBLACION Y MUESTRA	52
• INSTRUMENTO	53
• PILOTEO	55
• PROCEDIMIENTO	56
• CONFIABILIDAD Y DISCRIMINACION DE LOS ITEMES	57
5. ANALISIS DE RESULTADOS	59
6. CONCLUSIONES	91
7. BIBLIOGRAFIA	94

RESUMEN

El videojuego tiene un lugar importante en nuestra sociedad y en el tiempo libre de las personas que tienen acceso a estos es decir se ha creado una cultura del videojuego.

La siguiente investigación se centra en jóvenes cuyas edades oscilan entre 15 a los 18 años del Colegio de Bachilleres plantel 12 "Netzahualcoyotl" con el supuesto de que hacen uso de los videojuegos en su tiempo libre, interesa conocer la percepción que tienen de ellos mismos como videojugadores, es decir la autopercepción del videojugador.

El autoconcepto esta constituido por la parte social, es decir, las inclinaciones del sujeto. Sus características físicas surgen a partir del contacto y demanda social, y es precisamente esta parte donde las categorías sociales juegan un papel muy importante por otorgar elementos que generan una percepción personal que se puede definir como el conjunto de percepciones más o menos organizadas como resultado de un proceso de autoobservación en un contexto social dado.

Se aplicaron 110 cuestionarios a jóvenes estudiantes del sexo masculino de 15 a 18 años del 1º al 6º semestre del Colegio de Bachilleres de la ciudad de Netzahualcoyotl en le turno matutino siguiendo un muestreo estratificado.

El cuestionario esta compuesto por dos tipos de escalas. La primera es una escala tipo Likcert que comprende los indicadores Autopercepción, Tiempo Libre y Videojuego y Percepción Social. La segunda parte es una escala de tipo Osgood o diferencial semántico que contiene a los indicadores de Autopercepción, Videojuego y Percepción y Percepción Social.

En el análisis de resultados las características que se adjudican a la medición

de una autopercepción como videojugador tienen una dirección aparentemente favorable y no difieren de una escala a otra e inclusive se observa cierta dependencia entre ítems.

Dentro de los resultados se observaron cosas muy peculiares como mostrar de manera indirecta una percepción de ellos mismos pero no como videojugadores sino **tal vez** la percepción de un estudiante por la apatía al responder el cuestionario. Un aspecto que determinó el rumbo de la investigación fue este por lo que influyo en los resultados obtenidos por el análisis de fiabilidad.

Por lo que no hay demasiada consistencia en las respuestas de los jóvenes en el instrumento final, es decir, que tenemos un grupo muy heterogéneo, en comparación con las respuestas obtenidas en el instrumento piloto. Y no se puede reflejar de manera significativa la construcción de una autopercepción de videojugador en esta población.

INTRODUCCION

Es importante tener en cuenta que todo medio ambiente tiene cierto grado de influencia en la conducta humana y está a su vez modifica a su medio ambiente, y más aún sí se está en proceso de construcción de identidad que permite a los individuos agruparse entre sus similares. Más allá de agruparse, lo que nos interesa es: ¿Cómo se va definiendo un ser individual que comparte características similares a la de otros sujetos?. En este caso nos estamos refiriendo a la autopercepción. Pero cuando hablamos de una definición construida por el mismo sujeto se está hablando de autoconcepto que surge a partir de la relación existente entre el sujeto y el grupo al que pertenece y que en este caso son los jóvenes. La autopercepción es un tema que se puede abordar desde la representación social y nos enfocaremos a tratarlo en relación a la actividad lúdica y mas específicamente en el uso de los videojuegos de mayor referencia en los jóvenes.

Los videojuegos hoy en día adquieren mayor importancia desde el punto de vista del comercio al expandir el mercado y hacer que cada vez haya más gente jugando cualquier sistema existente aunado a lo anterior se han proliferado nuevas tecnologías enfocadas principalmente al tiempo libre, el estudio del comportamiento del individuo que le dedica la mayor parte de su tiempo a jugar cualquier tipo de sistema, así como el uso y apropiación del espacio físico que ocupa el videojuego adquieren mayor relevancia dentro de esta sociedad.

La presente investigación pretende conocer ¿cómo se perciben los jóvenes, del Colegio de Bachilleres plantel 12 "Netzahualcoyotl", que dedican parte de su tiempo al videojuego?. Para dar respuesta al planteamiento del problema nos remitimos a la explicación de como se ve y conceptualiza el individuo a sí mismo, mediante los referentes teóricos de autoconcepto,

autopercepción, autoatribución, complementándolo con la teoría de la categorización del yo-social.

El elemento de unión de la autopercepción del joven con los videojuegos, es la actividad lúdica, así que se explica la importancia del juego en la formación del individuo como ente social, las conductas que en él se manifiestan y su función cultural.

La actividad lúdica está unida al individuo en su desarrollo personal, pero en distintas dimensiones: en los niños se le denomina el jugar cuando se es joven y adulto es llamado uso de tiempo libre o el tiempo del ocio.

En esta investigación se describe la relación del joven con el tiempo libre o del ocio, la apropiación de lugares tales como son las farmacias donde cuentan con videojuegos llamados arcadas, centros comerciales o locales de uso exclusivo para estas máquinas, así como los diferentes sistemas caseros como los es el Nintendo, Sega, etc., que son actividades cargadas de símbolos y significados. Dentro de las actividades de los jóvenes de nuestra muestra está el dedicar parte de su tiempo libre a jugar con los videojuegos que se encuentran cerca de su casa, o de la escuela, en tiendas, farmacias o establecimientos públicos, e inclusive si cuenta con uno de los sistemas caseros como el nintendo.

Se hizo un desarrollo histórico del videojuego y de como los avances tecnológicos han favorecido a esta industria en el que se ve una mejoría de gráficos y sonidos cada vez más reales que envuelven a los jóvenes y que lo sustrae de la realidad en que se encuentra y lo hace participe directo del juego transportándolo a otra realidad.

Nuestro objeto de estudio fueron jóvenes cuyo estudio es el nivel medio superior que utilicen cualquier tipo de sistema de videojuegos. Su edad oscila

entre los 15 a 18 años. Para efectos de este estudio se utilizó una escala de diferencial semántico y una escala tipo lickert.

El contenido de esta investigación esta conformada por un resumen en el que se manifiesta de manera sintetica lo que el lector se puede encontrar mas adelante.

Un apartado que hace referencia al marco teórico que en su primer capitulo describe los mecanismos de cognición; el segundo se trabaja la categorizacion tanto del yo como social y; en el tercer capitulo se habla del tema del juego y los jóvenes donde se menciona la temática del tiempo libre que los jóvenes tienen y la emplean en diferentes actividades, así como los tipos de conductas en los juegos. Esto como una aproximación al videojuego. Posteriormente hay un subapartado en el que se menciona al video juego como una nueva cultura emergente.

En el segundo apartado esta compuesto por la metodología en la que el lector encontrará una descripción de los pasos que se realizaron para llevar a cabo esta investigación en el que se plantea un problema con sus respectivas hipótesis así como se describe el tipo de investigación, el muestreo, el piloteo y los resultados del análisis de fiabilidad y discriminación de los ítemes.

El tercer apartado tiene la función mas importante que es la interpretación de los resultados que se obtuvieron con la aplicación del instrumento que tiene que ver con la autopercepción del videojugador que se diseño. Los resultados son el reflejo de una serie de pasos que se llevaron a cabo y que influyeron de una manera que como investigadores no se esperaban.

En la parte de las conclusiones se problematiza los resultados y logros que se presentaron así como las limitaciones que se encontraron en la investigación.

También se sugieren algunos aspectos que pudiera mejorar una investigación a futuro con los jóvenes. Por otra parte se busca vincular los resultados con el marco referencial o teórico para sostener los planteamientos en el apartado metodológico.

Las condiciones donde se llevo a cabo esta investigación fueron en las instalaciones del Colegio de Bachilleres plantel 12 "Netzahualcoyotl" esperando resultados favorables que nos permitieran observar el autoconcepto del videojugador dicho plantel está ubicado en la zona oriente de la ciudad de Netzahuacoyotl a un lado del estadio de fut bol "Neza 86" y en la que agradecemos a las autoridades por facilitarnos dichas instalaciones.

REFERENTES TEORICOS

MECANISMOS DE COGNICION

1.1. AUTOPERCEPCION

Así como realizamos una interpretación de cómo percibimos a las personas según sus características y comportamientos, lo hacemos hacia nosotros mismos.

La percepción sigue una estructura en base a la experiencia personal. Se realizan suposiciones por experiencias pasadas por la cultura y el lenguaje de la personalidad de los individuos sin tener realmente la suficiente información de su comportamiento. Así que sólo se deducen cualidades no manifiestas, esto es se realiza una interpretación, en base a una información previa de las personas codificada por la experiencia personal.

La autopercepción esta dada por el contexto histórico, social y biológico. Es un conjunto de percepciones más o menos organizadas resultantes de la observación de sí mismo tanto pasado como presente.

En la percepción, de manera general, se sigue un proceso de organización y selección por categorías. Se busca percibir las propiedades invariantes de las otras personas, esto es, las características menos cambiantes entre ellas.

La percepción del otro tiene un sentido, por la suposición de semejanza con uno mismo, pues se organiza su comportamiento en intención-acto-efecto, desarrollándose una hipótesis de su personalidad. El actor social al realizar alguna acción, el observador deduce lo que hace funcionar a la persona actor, ¿cuál es el propósito de éste?, para inferir más allá de su comportamiento.

El sentido que se da al comportamiento deriva de estereotipos de la

REFERENTES TEORICOS

MECANISMOS DE COGNICION

1.1. AUTOPERCEPCION

Así como realizamos una interpretación de cómo percibimos a las personas según sus características y comportamientos, lo hacemos hacia nosotros mismos.

La percepción sigue una estructura en base a la experiencia personal. Se realizan suposiciones por experiencias pasadas por la cultura y el lenguaje de la personalidad de los individuos sin tener realmente la suficiente información de su comportamiento. Así que sólo se deducen cualidades no manifiestas, esto es se realiza una interpretación, en base a una información previa de las personas codificada por la experiencia personal.

La autopercepción esta dada por el contexto histórico, social y biológico. Es un conjunto de percepciones más o menos organizadas resultantes de la observación de sí mismo tanto pasado como presente.

En la percepción, de manera general, se sigue un proceso de organización y selección por categorías. Se busca percibir las propiedades invariantes de las otras personas, esto es, las características menos cambiantes entre ellas.

La percepción del otro tiene un sentido, por la suposición de semejanza con uno mismo, pues se organiza su comportamiento en intención-acto-efecto, desarrollándose una hipótesis de su personalidad. El actor social al realizar alguna acción, el observador deduce lo que hace funcionar a la persona actor, ¿cuál es el propósito de éste?, para inferir más allá de su comportamiento.

El sentido que se da al comportamiento deriva de estereotipos de la

Existen dos clases de información por las actitudes y emociones ante un determinado comportamiento: los sentimientos directos conscientes, y la segunda información es la del comportamiento y del comportamiento de los demás.

Cuando los estados internos (actitudes ambiguas o débiles, la información externa adquiere más influencia en el comportamiento. Así también cuando la información externa es ambigua, las personas atienden más a las señales internas.

Pero cuando las personas se encuentran con sus estados internos iniciales ante un acontecimiento, desarrollan la hipótesis de que sus sentimientos y actitudes son lo que pensaban, entonces someten a prueba esta hipótesis de una manera distinta hacia el estímulo, antes de la información que no coincide con la hipótesis.

Podemos decir que las actitudes, sentimientos y creencias son inferidos frecuentemente a partir del propio comportamiento.

1.2. AUTOCONCEPTO

Definir el autoconcepto comprende una serie de aspectos más variados. Su extensión es amplia, y su concepto difiere en diferentes enfoques teóricos desde donde se ha estudiado. Por tanto van a existir tantas acepciones del vocablo como número de autores que se han ocupado de él.

Los más determinantes autores en la gestión y manejo de este constructo psicológico fueron: Paul Schilder, Sigmund Freud, Heinz Hartman y William Fittz. De estos los dos primeros (Paul Schilder y Sigmund Freud) en realidad nunca lo manejaron ni tuvieron cuenta de él en

realizan inferencias de las actitudes y emociones ante un determinado comportamiento: la primera constituye los sentimientos directos conscientes, y la segunda información es la del comportamiento y del comportamiento de los demás.

Cuando los estados internos (actitudes ambiguas o débiles, la información externa adquiere más influencia en el comportamiento. Así también cuando la información externa es ambigua, las personas atienden más a las señales internas.

Pero cuando las personas se encuentran con sus estados internos iniciales ante un acontecimiento, desarrollan la hipótesis de que sus sentimientos y actitudes son lo que pensaban, entonces someten a prueba esta hipótesis de una manera distinta hacia el estímulo, antes de la información que no coincide con la hipótesis.

Podemos decir que las actitudes, sentimientos y creencias son inferidos frecuentemente a partir del propio comportamiento.

Definir el autoconcepto comprende una serie de aspectos más variados. Su extensión es amplia, y su concepto difiere en diferentes enfoques teóricos desde donde se ha estudiado. Por tanto van a existir tantas acepciones del vocablo como número de autores que se han ocupado de él.

Los más determinantes autores en la gestión y manejo de este constructo psicológico fueron: Paul Schilder, Sigmund Freud, Heinz Hartman y William Fittz. De estos los dos primeros (Paul Schilder y Sigmund Freud) en realidad nunca lo manejaron ni tuvieron cuenta de él en

propios desarrollos teóricos sentaron las bases para el desarrollo de este concepto.

A continuación se resumirá de Paul Schilder (Cruz M., 1992):

- Fue el primero en concebir al cuerpo propio como primer objeto del yo.

- A la imagen corporal, la considera como una estructura mental en constante construcción y destrucción, o sea con una parte continua y otra en constante transformación.

- Asentó que las primeras distinciones entre el sí mismo y el mundo exterior necesitan de una imagen corporal y una incipiente conciencia de este cuerpo para lograr nacer la diferenciación con los objetos externos.

- De aquí van a partir los inicios de las primeras autorepresentaciones de sí mismo, junto con las representaciones de objeto.

- Por lo tanto, el considera que la conciencia de ser como cuerpo es anterior a formación del yo.

- La imagen corporal es el núcleo original de un sistema omniabarcante que lleva la simiente del conocimiento de sí, como individuo único,

- Que la imagen de sí mismo tiene varios aspectos paradójicos:
 - a) Por un lado es constante y por otro cambiante.
 - b) Es como una estructura transitoria con necesidades de dos mundos; el interior y el exterior.
 - c) Es como un fantasma en tanto representación.
 - d) Interviene totalmente lo simbólico no solo en la representación sino en la autorepresentación.

- El yo es la personalidad total, al cual denomina Yo. Centra, como un esquema que contiene, dirige y organiza a varios subesquemas entre los cuales está la imagen corporal al Self.

- Al Self lo considera más bien como conciencia de sí. La autorepresentación aún en un nivel de la no conciencia.

- Reitera que en la primera etapa de indiferenciación del ello y del yo, el self en formación está presente potencialmente.

- Desarrolla la concepción de que al mismo tiempo que se construye la experiencia del espacio exterior, por medio de la acción y la relación con los objetos, se construye también el espacio interior con una imagen espacial de sí. Asentando que al principio de la vida, el sujeto y el objeto se hallan tan cercanos, casi confundidos, que la información que el sujeto obtiene sobre el objeto; el mundo, y sobre sí va a estar matizado por el afecto muchas veces ambivalente sobre el objeto. Información que va a internalizar como fuente de conflicto psicológico.

- Pero aún cuando en su teoría dio amplia cabida al conflicto emocional como agente favorecedor del desarrollo psíquico, también se manifestó partidario de la postura que toma en cuenta, las potencialidades y disposiciones del ser humano para relacionarse en el mundo externo con una área libre de conflicto.

- De donde se puede considerar a su teoría dentro de la corriente de los teóricos del yo.

Schilder considera al yo corporal o autoimagen como parte primordial del individuo abstrayendo las potencialidades y cualidades que puede desarrollar con el medio exterior.

Las aportaciones de Sigmund Freud:

El enlace de Freud con el autoconcepto tampoco se encuentra en forma directa en su obra, ya que él jamás utilizó este concepto como tal.

Para Freud, el fenómeno del narcisismo primario es la satisfacción de las necesidades más vitales, presente en todos los individuos. A partir del cual, y en función de estas mismas necesidades, van a salir subsecuentes presiones de carga libidinal, para investir a los objetos con los cuales se entra en relación especialmente con la madre, pero subsistiendo a lo largo de la vida un depósito de libido cargando al yo junto con una libido objetivada, cargando a los objetos.

Un aspecto más que se refiere a la constitución de un ideal del yo, en el cual van a depositarse también grandes cargas de energía libidinal, de lo cual, el yo se siente observado, evaluado y comparado con este ideal y, por tanto, la autoestima resulta condicionada a que el yo cumpla con el ideal o no.

Por lo que toca a esa instancia que observa, advierte y critica constantemente al yo, y que Freud identifica con la conciencia (por que en ese tiempo aún no le ponía el nombre de super yo) que trata de controlar al yo, para adecuarlo a ideal, considera que fue resultado de la internalización temprana de la crítica parental y posteriormente de la social.

Freud, muestra los inicios de un proceso evaluativo de lo que algunos autores a posteriori retomarán para expresar diferentes aportaciones para el constructo denominado por algunos como self, autoconcepto entre otros; y que será un indicador para estudiar cuidadosamente la subjetividad de la personalidad, en razón de sus cogniciones, actitudes, emociones y conductas.

En los últimos escritos de Freud donde desarrolla la formulación de la segunda tópica que se refiere a la estructura tripartita de la mente, donde finalmente Harman sugiere que en lugar de decir que el narcisismo resultaba de la carga de libido puesta en el yo, en contraposición a la carga puesta en el objeto, era más correcto referirse a

la catexia del self, ya que Freud se estaba tratando de referir a la persona total y no a la instancia psíquica del yo. En esto reside el sentido verdadero del narcisismo, en que el sujeto retira todas las cartas libidinales puestas en los objetos y las deposita en su persona o self.

De este modo, sería una subestructura de la personalidad en tanto que el self como imagen de sí mismo, estaría compuesto por otras subestructuras que comprende al yo, al ello y al super yo. De suerte que cuando se habla de lo opuesto a la catexia de objeto se estaría hablando de la catexia de la propia persona. sin especificar si está situada en el ello, o el yo, o en el super yo, de donde además se refiere que se pueden encontrar narcisismo de los tres sistemas psíquicos.

Esta es una de las mayores aportaciones de Harman, el psicoanálisis, pues como ya se señalaba antes de él, el yo podía designar a un sistema, al sí mismo o a la persona completa, aparte de todas sus otras innumerables aportaciones contenidas en la idea de un yo como conjunto de potencialidades o funciones a desarrollar a través de la maduración y de la experiencia con el ambiente, que proviene de un área autónoma libre de conflicto (lo cual puede variar con el transcurso del desarrollo), además como resultado de características hereditarias, de las influencias de la realidad exterior. Aunque existen otras corrientes que tratan el tema de autoconcepto como la de William Fitts.

NOCIÓN DE AUTOCONCEPTO BASADA EN WILLIAM FITTS

Tuvo una importante participación en un programa iniciado en 1955 sobre autoconcepto. Duró 10 años y culminó con la estructuración de la escala del Autoconcepto conocida como Tennessee en 1965.

Fitts considera que el autoconcepto ha llegado a ser un medio muy importante y socorrido para comprender y estudiar la conducta humana. El concepto de sí mismo, ha demostrado ser un elemento altamente influyente en la conducta,

directamente relacionada con la personalidad general y el estado de salud mental. De tal manera que aquellas personas que han construido una imagen o concepto de sí pobre, sintiéndose devaluadas, indignas o malas, tienden a considerar se de acuerdo con estos conceptos.

Lo mismo sucede con los individuos que han desarrollado un concepto irreal de sí mismos, los cuales tienden a aprovecharse de la vida y de los demás también de una manera irreal.

Su modelo conceptual lo expresa en términos de relaciones interpersonales y de competencia interpersonal, señalando también la importancia de la libre comunicación.

1.2.1 COMPONENTES Y ELEMENTOS DEL AUTOCONCEPTO

Mead señala que el sí mismo está constituido a la vez por un componente "sociológico", y el *mi*, (que no es otra cosa que una interacción de los papeles sociales), en el cual éste individuo y el otro interactúa.

El sí mismo de un individuo, se desarrolla a partir de los juicios que otro ofrece de él, al interior de un contexto social, en el cual éste individuo y el otro interactúan.

Mead distingue dos aspectos en el sí mismo:

El **yo**, que representaría al sí mismo en tanto sujeto y el **mi** que representaría el sí mismo, en tanto que objeto. Esto significa que el **yo** es la relación del individuo a las actitudes de otros y que es asumida por uno mismo.

Las actitudes de otros constituyen el *mi* organizado al cual se reacciona como *yo*. Así, hay que considerar al *yo* y al *mi*, como los elementos constitutivos del sí mismo.

El sí mismo, según Mead, es estructurado socialmente, solo puede aparecer en un ámbito en el que exista comunicación social.

El individuo llega a ser sí mismo, en la medida en que es capaz de aceptar la actitud de otros y actuar respecto de sí como actúan los demás.

Para Rosenber, el **sí mismo** se refiere al individuo que se ve a sí mismo, y lo integra en tres áreas:

Las partes que integran el contenido del autoconcepto, el cual está constituido por la **identidad social**, las **inclinaciones del sujeto** y sus **características físicas**. La identidad social se refiere a las categorías sociales que la sociedad utiliza para clasificar a un individuo raza, sexo, hombre, nacionalidad, etc. Estas categorías sociales conforman una parte real de lo que el individuo siente que es ésta clasificación social, que da valor al individuo o influye en su propio valor. Es la identidad social donde el "rol social ideal" adquiere importancia, ya que si el individuo no cumple con este rol ideal siente culpa o vergüenza, los componentes del rol son: Actitudes, valores, normas.

Para Rosenberg, las características físicas se refieren básicamente al yo físico como objeto perceptual.

La relación entre las partes, que conforman la estructura del autoconcepto comprenden **tres partes principales**.

- **Centralidad psicológica** concierne a la individualidad y está jerárquicamente organizado en un sistema de autovalores.

Darse valor es un ejemplo exacto de la importancia de la estructura del autoconcepto para la autoestima global del individuo. La autoestima global de una persona está basada no solamente en la valoración de las cualidades que cuentan

para la persona. La significación de un componente particular depende de su localización en la estructura del autoconcepto si es central o periférico.

- **El autoconcepto puede ser visto como global o específico.** Generalmente no existe un consenso entre las investigaciones del autoconcepto acerca de si es preferible centrar la atención en las partes o sobre todo el continuo global de autoactitudes. Sobre este punto, se ha planteado dos campos.

Primeramente, se señala que existe tal vez inconsistencia entre los componentes de un individuo que siente orgullo por su clase social y vergüenza de su herencia étnica, y el segundo campo, se refiere a la variabilidad situacional en el autoconcepto, la persona siente autosatisfacción a veces y bajo ciertas condiciones autoinsatisfacción.

- **El autoconcepto** primariamente consiste en un aspecto social exterior y un interior psicológico. Como exterior social se considera un self visible al cual incluye características físicas de identidad social, etc. Algunas se inclinan a ver el sí mismo en términos de un interior psicológico es decir, como un mundo de emociones, actitudes, deseos y aspectos.

La descripción de las partes del todo, denominados dimensiones del autoconcepto.

Una parte importante de la estructura cognitiva del individuo es un sistema de actitudes. Se puede considerar al autoconcepto como una de estas actitudes. Las actitudes hacia los objetos pueden ser caracterizados en términos de un conjunto de dimensiones las cuales pudieran ser aplicadas al sí mismo como objeto. Se puede caracterizar al individuo en términos de ocho dimensiones las cuales son:

- **Dirección.** Si tiene una opción favorable de sí mismo
- **Intensidad.** En que grado son favorables o desfavorables.

- **Relevancia.** Si el individuo está consciente de lo que dice y hace o si está envuelto en otras tareas o propósitos.
- **Consistencia.** Si los elementos de su autoimagen son consistentes o contradictorios.
- **Estabilidad.** Si las actitudes hacia sí mismo varían día a día, momento a momento o son estables y firmes.
- **Claridad.** Si tiene una imagen firme o vaga de sí mismo.
- **Precisión.** Si su imagen es correcta o falsa.
- **Verificable.** Si los elementos de la imagen son posibles de confirmación objetiva.

Los límites del objeto o extensiones del ego.

En esta área Rosenberg se basa en las aportaciones de Allport, para este autor el sí mismo lo denomina propium, que consiste en aquellos aspectos del individuo, que el conserva y considera de importancia central y que contribuyen a una sensación de unidad interna.

Allport considera que el propium tiene ocho atributos:

1. - Conciencia de un sí mismo corporal.
2. - Una sensación de continuidad sobre el tiempo.
3. - Aumento del ego o una necesidad para la autoestima.
4. - Extensión del ego o la identificación del sí mismo más allá de los límites del cuerpo.
5. - Procesos racionales o la síntesis de necesidades internas con la realidad externa.
6. - Autoimagen o percepción personal y la evaluación de sí mismo como objeto de conocimiento.
7. - El sí mismo como conocedor o agente ejecutador.
8. - Esfuerzo propio o la motivación para incrementar, más que incrementar la

tensión y para expandir la conciencia, así como buscar cambios.

Resorberg señala que el yo es el instrumento mediante el cual una persona organiza la información exterior, valora la percepción, selecciona los recuerdos, dirige la acción de manera adaptativa e integra las capacidades de orientación y planteamiento. Este ya da lugar a un significado de identidad en un estado de elevado bienestar.

El yo, salvaguarda la existencia coherente, filtrando, enfatizando todas las impresiones, recuerdos, etc. que tratan de penetrar en el pensamiento y exigen una acción al sujeto, si no estuviese clasificado por un sistema confiable de protección.

Así también, el yo es un concepto de identidad del ser humano y persistente como entidad ontológica a través de la vida. El autoconcepto forma parte de ese yo y está estrechamente vinculado con el ego. El autoconcepto es lo que yo se de mi propio yo.

La función individual del autoconcepto, es la de darle una formulación estable a la acción, proporcionando criterio selectivo, a las consecuencias sociales y a las reflexiones del ego.

L' Ecuyer (Chapper, 1990) afirma que el concepto de **sí mismo** consiste en una organización completa que reúne algunos elementos fundamentales o características globales en torno a los cuales se agrupa un determinado grupo de aspectos más específicos. El concepto de sí mismo se articula en tres niveles sucesivos:

Estructura, subestructura y categorías.

Las estructuras se dividen en:

El **sí mismo** material, (el cual comprende al cuerpo y sus posiciones) "sí mismo personal" (referente a características como la imagen de sí mismo e identidad de sí mismo). Sí mismo adaptativo (La relación entre el individuo y sus percepciones de sí mismo) determinando el "valor de sí mismo".

El autor resume la dirección que sigue este enfoque social del siguiente modo: A los procesos teóricamente más internos de diferenciación, sí mismo, prójimo, viene a añadirse la importancia de la naturaleza de los papeles impuestos por una sociedad en la organización jerárquica global cada vez más completa de los diversos elementos del concepto de sí mismo del individuo durante su evolución.

En el enfoque individualista, para la comprensión del concepto de sí mismo: que aún cuando no niega la influencia del ambiente tiende más a rescatar la capacidad del individuo de seleccionar las percepciones externas e internas para lograr una concepción de sí mismo individualizada.

El enfoque individualista se apoya en el postulado del predominio de la percepción del individuo como realidad básica, uno de los autores destacados en este enfoque es Bugental, dado que ha contribuido en el análisis de la experiencia personal del individuo. Para él, el sí mismo es un sistema perceptual aprendido que funciona como objeto dentro del cambio perceptual.

Algunos de los principales méritos de Bugental y sus colaboradores son haber desarrollado un modelo que incluye un instrumento de análisis del proceso de diferenciación sí mismo: así como poner en evidencia el contenido de la experiencia personal del propio sí mismo.

1.3. AUTOATRIBUCION

En un gran número de situaciones de reseñas de trabajo sobre percepción, se relacionan con la percepción del otro, del contexto, del objeto, se percibe al otro como

fuente de su propio comportamiento, o determinado por la situación en función de su pertenencia a ciertas categorías determinadas por los observadores.

Se ha realizado investigaciones para el estudio de la percepción de las causas del propio comportamiento, siendo una de ellas la teoría de Dayl Bem, al intentar dar una explicación de la autopercepción para los efectos de la presión social en las creencias, propone la hipótesis de que:

"... la percepción de si mismo es idéntica a la percepción de otro si se dispone de las mismas informaciones acerca de sí y del otro. Como lo explica Doise reinterpretando a este actor "... nosotros inferimos nuestras actitudes, nuestras creencias, nuestros sentimientos a partir de nuestros comportamientos," (Doise:1980;299).

1.3.1. MOTIVACION INTRINSECA-EXTRINSECA

Para explicar las atribuciones del propio comportamiento en algunas situaciones, un premio influye en el sentimiento de gusto para realizar alguna actividad. Generalmente se hacen tareas porque se disfruta de ellas en si mismas, siendo una motivación intrínseca, o porque se espera algún premio extrínseco (motivación extrínseca). Este tipo de premio puede ser dinero, o algún otro premio que disminuye la motivación intrínseca. El elogio verbal lo disminuye. El elogio verbal tiene propiedades informativas que le dicen a la persona que ha tenido éxito, incrementando la motivación intrínseca. Esto indica que es más el significado del premio que el premio en si mismo lo que influye en la motivación intrínseca del individuo llegando a sentir que las razones externas si son sobresalientes, en vez de las fuerzas internas que son las que controlan el comportamiento.

1.3.2. AUTOATRIBUCION EMOCIONAL

Schacher (1962) realiza una teoría sobre la autorrotulación emocional, donde

postula que existe un estado indiferenciado de excitación fisiológica ante las emociones, agregando un comportamiento cognitivo, diciendo que inferimos nuestras emociones a partir de otras señales. Hace énfasis en las observaciones del propio estado interno del contexto situacional no interesándose en las señales del comportamiento. Schacher propuso que la experiencia de la emoción requiere de dos cosas:

"(1) un estado de excitación fisiológica indiferenciado, que le dice a la persona que esta agitada y (2) una inferencia cognoscitiva basada en señales situacionales, que dice a la persona lo que significa la situación" (Schneider:1982;101).

La persona buscará y encontrará una emoción cuando esta fisiológicamente excitada sin saber porque lo esta, y cuando sabe que su excitación proviene de una fuente "no emocional" (inyección, píldora, drogas), no buscará ni encontrará alguna emoción que lo justifique.

En las autoatribuciones, los estados internos, tales como las emociones, pueden ser influidas por explicaciones alternativas a la excitación, y por la propia excitación fisiológica.

En la teoría de la retroalimentación facial:

"Las expresiones faciales no son simples reflejos pasivos de nuestros estados internos: por el contrario, pueden influir activamente o ayudar a crear nuestros sentimientos emocionales". (Schneider:1982;108).

Si se impide que el rostro asuma una expresión emocional, la persona experimentará poco o ninguna emoción.

Investigaciones indican que los rótulos influyen en las autoatribuciones de las

emociones y sentimientos en comportamientos subsecuentes. Los rótulos positivos tienen mayor posibilidad de influir en el comportamiento subsecuente que los negativos.

La teoría de los rótulos explica que una vez que el rótulo se ha establecido la persona acepta y trata de comportarse de manera congruente con este rótulo y los observadores pueden fortalecer también el comportamiento premiándolo acorde con el rótulo.

1.3.3. EXITO-FRACASO

Para la explicación de la atribución del éxito o fracaso se realizaron trabajos de autoatribución de causalidad interna y externa del comportamiento propio. La atribución de causalidad interna se interpreta haciendo referencia a las capacidades y competencias del actor. El éxito se percibe como debido a causas internas, mientras que las atribuciones de causalidad externas eran interpretadas como de la causalidad, a los factores suerte o azar (Winer y Coe:1972).

Doise (1989), Propone un análisis de la atribución causal, en dos dimensiones estable-inestable, originando cuatro factores causales posibles:

- El esfuerzo (interno e inestable)
- La capacidad o competencia, las aptitudes (interno-estable)
- La suerte (externo-inestable)
- La dificultad de la tarea (externo-estable)

Varios estudios apoyan la idea de que las necesidades de autoexaltación y autodefensa desempeña un papel en la autoatribución del éxito y del fracaso. Miller(1970) encontró que las tendencias a descubrir el éxito a la capacidad y el fracaso a la dificultad involucraba más al yo. En sus trabajos demuestra que generalmente los actores se atribuyen más crédito por el éxito y menos por el fracaso

que el que les conceden los observadores, sobre todo cuando los actores y observadores son competidores. (Schneider:1982).

1.3.4. CONSECUENCIAS DE LA AUTOATRIBUCION

Las personas que fallan de manera constante o tienen una baja autoconfianza a menudo atribuirán sus fracasos a su falta de capacidad, con frecuencia es verídico, pero en muchas situaciones de logro la poca capacidad se puede compensar presumiblemente con un incremento en el esfuerzo.

Con la experiencia del fracaso repetido, la persona se siente infeliz, frustrada y avergonzada, además en la medida en que la persona ha tratado de solucionar los problemas, pensará que no hay contingencia entre la ejecución y los resultados:

"Los defectos de desesperanza aprendida tienen mayor probabilidad cuando se percibe la falta de contingencia entre la ejecución y el resultado." (Schneider:1982;117).

Las personas que han experimentado la falta de contingencia entre el esfuerzo y la capacidad y los resultados de las tareas pueden tratar de proteger una frágil autoimagen de comportamiento, donde el fracaso los atribuyen a un factor externo obvio como el alcohol, la falta de sueño o la presión de las preocupaciones familiares. Estas son estrategias autoinhabilitantes.

1.3.5. LA PERCEPCION DE UNO MISMO Y DEL OTRO

En trabajos de atribución de observadores y actores en situaciones determinadas, Jones y Nisbett (Schneider,1982), explican que los observadores tienden a favorecer las explicaciones disposicionales internas del comportamiento de un actor, mientras que los actores tienden a favorecer las explicaciones situacionales, externas de su propio comportamiento.

La información que reciben los actores pueden ser distintas a las que reciben los observadores. Los actores generalmente no se observan a sí mismos cuando se comportan, ello orientan su atención hacia la situación. El observador presta más atención al actor realizando una comparación y categorización del actor, que de las situaciones, siendo más fácil que el observador perciba diferencias de comportamiento como coordinadas con los distintos actores.

Jones y Nisbett indican que:

" las personas pueden tener distintas informaciones cuando se perciben a ellas mismas y a los demás y que en los dos casos podría haber diversas clases de información sobresaliente"
(Schneider:1982;128)

2. CATEGORIZACION

Al abordar el tema de categorización lo haremos a manera que podamos entender cómo se desarrolla este proceso. Basándonos en la descripción que va de lo particular a lo general, empezaremos con una serie de supuestos que en psicología social son aceptados según el autor del libro Redescubriendo el grupo social.,
Estos supuestos parten de teoría de la categorización del yo.

2.1. CATEGORIZACION DE YO

Dentro de la teoría de la categorización del yo, los supuestos principales son:

El autoconcepto es el componente cognitivo del sistema o proceso psicológico que denominamos yo. El yo puede entenderse, al menos en parte, como una estructura cognitiva. Un elemento cognitivo del sistema de procesamiento de la información. Puede definirse al autoconcepto como el conjunto de las representaciones cognitivas del yo de las que dispone una persona.

El autoconcepto incluye componentes muy diversos. Cualquier individuo posee múltiples conceptos del yo. La unidad solo se produce en la medida en que las distintas representaciones cognitivas forman un sistema cognitivo, pero sus partes están altamente diferenciadas y pueden funcionar con relativa independencia.

El funcionamiento del autoconcepto social es específico de la situación: los autoconceptos particulares suelen activarse ("moverse en marcha") en situaciones específicas que producen imágenes del yo también específicas. Cualquier autoconcepto particular (de entre los pertenecientes a un determinado individuo) tiende a resultar saliente (a mostrarse activado; prepotente, desde un punto de vista cognitivo; operativo) en función de la interacción entre las características del perceptor y la situación (Bruner, 1957; Oakes, 1983).

Conviene distinguir entre el "autoconcepto", estructura cognitiva hipotética que no puede observarse directamente, y la "autoimagen", producto perceptivo, o sea, la experiencia subjetiva del yo producido por el funcionamiento de alguna parte de esa estructura.

Como se ha descrito anteriormente los supuestos de la categorización de yo tienen un alto contenido del autoconcepto, pero no como una parte que conforma la teoría sino como un elemento fundamental e indispensable para que la categorización se desarrolle o aparezca en cada individuo, de tal forma que tenemos por un lado que con la interacción que existe entre el sujeto y el mundo a que le rodea, se van construyendo una serie de características y representaciones al interior del sujeto y que establece posteriormente la forma en que se concibe éste como persona a lo que se le llama autoconcepto.

2.1.1. Los supuestos más característicos de la teoría son:

Las representaciones cognitivas del yo adoptan la forma, entre otras, de categorizaciones del yo, es decir, agrupamientos cognitivos de uno mismo y de cierta clase de estímulos como iguales (idénticos, semejantes, equivalentes,

intercambiables, y así sucesivamente) frente a otra clase de estímulos. Los autoconceptos son categorías y, como todas las categorías, se basan en la percepción de semejanzas intraclases entre estímulos.

Las categorizaciones del yo forman parte de un sistema jerárquico de clasificación. Se forman en diferentes niveles de abstracción relacionados por medio de las inclusiones de clases (en el sentido apuntado por Rosch,1978). Es decir, cuanto mas inclusiva sea la categoría del yo, mayor será el nivel de abstracción y cada categoría incluye por completo en otra (salvo que se trate del nivel categorial mas elevado o supraordenado) pero no agota la categoría mas inclusiva. El nivel de abstracción de una categorización del yo, por tanto, se refiere al grado de inclusividad de las categorías de ese nivel.

Al menos, hay tres niveles de abstracción de categorización del yo importantes para el autoconcepto social: **(a)** el nivel superordenado del yo como ser humano, categorizaciones del yo basadas en la propia identidad como ser humano. Características comunes y compartidas con otros miembros de la especie humana, frente a otras formas de vida; **(b)** nivel intermedio de categorizaciones endogrupo-exogrupo, basadas en semejanzas y diferencias sociales entre seres humanos que le definen a uno como miembro de determinados grupos y no de otros y **(c)** nivel subordinado de categorizaciones personales del yo, basadas en diferencias entre uno mismo como individuo único y otros miembros del propio grupo, que le definen a uno mismo como persona individual específica. Podemos decir que estos tres niveles definen la propia identidad "humana", "social" y "personal", respectivamente, basadas en comparaciones interespecíficas, intergrupales (o sea intraespecíficas) e interpersonales (es decir, intragrupal) entre uno mismo y los demás.

Las categorizaciones del yo en cualquier nivel suelen formarse y adquirir varias formas a través de las comparaciones de estímulos definidos como miembros de la siguiente categoría del yo más inclusiva (del nivel más alto).

Se supone aquí que la categorización y comparación dependen una de la otra y ninguna puede darse sin la otra: la división de los estímulos en clases depende de las semejanzas y diferencias percibidas (relaciones comparativas), pero los estímulos solo pueden compararse en la medida en que hayan sido categorizados como idénticos, parecidos o equivalentes...

2.2. CATEGORIZACION SOCIAL

Las categorizaciones personales del yo se basan en comparaciones entre el yo y los miembros del endogrupo (las comparaciones interpersonales son intragrupo); las categorizaciones endogrupo-exogrupo en comparaciones con otros seres humanos (las comparaciones intergrupo son intrahumanas), y las categorizaciones humanas del yo se basan en comparaciones con otras especies tomando como base un nivel de identidad más elevado.

Quizás suela ser muy aventurado decir que la categorización social no es más que la extrapolación de la teoría de la categorización del yo. Es decir que dentro de los procesos que hay en esta teoría son similares a los de la categorización social. Aunque cabe señalar que para que se presenta una categorización social primero se construye la categorización a nivel intraindividual que es la teoría anteriormente descrita. O sea que cada individuo empieza a construir una serie de categorías que su propio medio que le rodea le va proporcionando de tal forma que cuando este ha elaborado todas las categorías que lo constituyen como persona el siguiente paso es que él elabora una serie de categorizaciones sobre su entorno físico o el mundo que le rodea comparando esas categorías con las demás personas que le rodean.

Por lo que se refiere a la categorización social es que la diferenciación categorial esta dada por la representaciones que los miembros se hacen del propio grupo y del ajeno a lo que Tajfel los llama endogrupo y exogrupo. Los encuentros entre miembros de los dos grupos sociales no se desarrollan en el vacío sociológico, los individuos reproducen y transforman representaciones preexistentes. La situación

socialmente privilegiado de un grupo provoca más diferenciación con respecto a otro considerado como menos privilegiado.

Así también hay una situación ethnocéntrica es decir que la parte cultural de un grupo tiene un peso considerable (Doise:1982), en la cual los miembros de un grupo considera fácilmente de modo favorable a los miembros de su grupo e interpretan la realidad social a través de una vertiente positiva con respecto a su grupo.

Doise muestra situaciones experimentales en las que se ve como se da el proceso de diferenciación categorial. Aquí sólo se presentan las conclusiones de estas situaciones.

A nivel valorativo, se otorgan más valores positivos al endogrupo si es una situación de cooperación entre sus miembros, pero estos son más positivos si hay una situación de competencia con otro grupo produciéndose una diferenciación significativa con respecto al otro grupo. Este puede ser de manera simbólica e individual cuando es evocado otro grupo, se realizan descripciones positivas a favor del grupo de pertenencia.

Durante un encuentro individual y real de individuos pertenecientes a grupos diferentes, la diferenciación entre las descripciones que ellos dan de los dos grupos será menos importante que durante el encuentro simbólico.

Durante un encuentro de varios individuos pertenecientes a un grupo y de varios individuos pertenecientes a otro grupo, la diferenciación entre las descripciones de los dos grupos será más significativa que durante el encuentro individual.

En un encuentro real colectivo de grupo contra otro se dará una diferenciación significativa "... el encuentro colectivo refuerza la homogeneidad entre los miembros de un mismo grupo" (Doise:1982;202).

La diferenciación funciona de manera asimétrica, en ciertas situaciones, la intervención de dos categorizaciones anula sus efectos.

Un individuo es miembro de varias unidades categoriales sociales y se da una estructura cruzada. Las pertenencias múltiples en que se encuentra un individuo reduce los enfrentamientos entre segmentos de una sociedad.

Si la unidad social fundamental es un grupo donde los propios y ajenos están unidos, "entrecruzados", el ajeno no será determinado y pensado como el no propio antes de modo positivo y complementario, el no propio será representado positivamente.

En una diferenciación categorial entre sexos (hombre-mujer) se atribuyen significativamente más adjetivos positivos y menos adjetivos negativos a su categoría que a la otra categoría. Pero si se da una situación de pertenencia categorial cruzada, donde los dos sexos opuestos pertenecen a una misma categoría y hay otro grupo opuesto en categoría se anula el efecto diferenciador de sexo.

La convergencia y divergencia en un nivel comportamental-lingüístico, donde :

"la convergencia efectiva y la disminución perceptiva de las diferencias se realizan más fácilmente en quienes ocupan un estatuto inferior, la divergencia y la acentuación de las diferencias se producen más fácilmente en quienes ocupan un estatuto superior"(Doise;1982;213).

La convergencia es un efecto de acentuación de los parecidos intercategoriales, unas personas pueden converger solamente cuando de una u otra manera, se identifican como perteneciendo a una categoría opuesta a otra.

Los individuos solos no construyen la misma definición de un encuentro con

los representantes de otra categoría que una pareja de individuos. En el primer caso se producen un acercamiento con respecto a los otros y en el segundo caso, la situación se define todavía más a partir de una diferenciación social. Los grupos construyen más fácilmente una definición sociológica, mientras que los individuos la construyen más psicológica.

La acentuación de los parecidos entre miembros de una misma clase provoca una convergencia hacia los miembros de su propio grupo para que a su vez discriminen a miembros de otro grupo.

Un sujeto atribuye un mismo rasgo a otro individuo de una misma categoría propio o ajeno al grupo.

Una vez que se empiezan a realizar este tipo de construcciones categoriales aunadas con los procesos de autopercepción y autoconcepto aplicado un un grupo específico que en este caso son los jóvenes junto con un fenómeno llamado videojuego tocaría hablar sobre los jóvenes y sobre el juego para entender el fenómeno del videojuego se toca el tema del juego o actividad lúdica por ser lo mas próximo a los videojuegos ya que se trata de una actividad lúdica expresada una manera peculiar pues la única actividad física que requiere es destreza con las extremidades del cuerpo (manos y pies), la vista y en algunos casos con el oído.

3. LA CULTURA DEL JUEGO Y LOS JOVENES.

3.1. EL JUEGO COMO MEDIO DE INTERACCION.

Toda actividad infantil no solo se define por su función intelectual y cultural, sino también por su tarea socializadora, por lo que el juego es muy importante, ya que permite al individuo desarrollar su personalidad y realizar actividades que le interesan y que en esta etapa no puede realizar seriamente. El niño nunca esta solo en el juego, sino que se educa a través de los objetos o del otro.

Bruner (Bruner:1989:211) esquematiza las funciones fundamentales del juego:

El juego es una actividad que no tiene consecuencias frustantes para el niño, aunque se trate de una actividad seria, es una actividad para uno mismo y no para los otros.

La actividad lúdica se caracteriza por una pérdida del vínculo entre los medios y los fines que acaban de descubrir, o modificar estos medios para que se adapten a fines nuevos. Los cambios no son por dificultad sino porque son consecuencia directa de la misma satisfacción que le proporciona el juego al explorar e inventar con los medios y los fines. Hay una capacidad de combinación de juegos por la fantasía.

El juego no sucede al azar, o por casualidad, se desarrolla en un escenario.

El juego como proyección del mundo interior, se interpone al aprendizaje, en el que se interioriza el mundo externo hasta llegar a hacerlo parte de uno mismo. En el juego el mundo externo es transformado de acuerdo a deseos propios, mientras que el aprendizaje nos transforma para conformarnos a la estructura del mundo externo.

El juego proporciona placer, incluso los obstáculos que con frecuencia establecemos en el juego nos proporciona un gran placer cuando logramos superarlos. Los obstáculos parecen necesarios, pues sin ellos se aburren en seguida. (Bruner:1989:212)

El juego es un modo de socialización que prepara para la adopción de papeles en la sociedad adulta. Y es importante tomar consciencia de ello, para saber cuanta competitividad estamos fomentando en los niños... en grado tan alto que llegue a ahogar el carácter libre y espontaneo de aquel. (Bruner:1989:213)

El juego desempeña un papel de organizador conductual, capacidad para interaccionar y un medio para mejorar la inteligencia. Es aconsejable dejar al niño libre, en un medio honesto y rico en materiales, con buenos modelos culturales a los que puede imitar.

Bruner al estudiar cómo se adquieren los usos del lenguaje con niños, comenta que éste tiene lugar en medio de una actividad lúdica, pues las formas más complejas gramaticalmente y los usos pragmáticos más complicados aparecen en primer lugar en contextos de juegos. Hay algo en el juego que proporciona la actividad combinatoria incluyendo la intrínseca a la gramática y que subyace a las expresiones más complejas de la lengua. El niño no sólo está aprendiendo el lenguaje sino que también aprende a utilizarlo como un instrumento de pensamiento y de la acción de un modo combinatorio, y para lograrlo el niño deberá haber sido capaz de jugar con el mundo y con las palabras de un mundo flexible.

3.1.1. EL PAPEL DEL JUEGO SEGUN VYGOTSKI

El papel que desempeña el juego para Vygotski, es que este no es una actividad placentera que realiza el niño, sino que es una necesidad que al no satisfacerse se expresa por medio del juego. Aunque en esta necesidad está muy ligado el placer, es decir, el juego es una actividad necesaria y no una actividad placentera. En palabras del propio autor:

“Por mi parte estoy convencido de que si las necesidades que no pudieron realizarse inmediatamente en su tiempo no surgieron durante los años escolares, no existiría el juego ya que este parece emerger en el momento en que el niño comienza a experimentar tendencias irrealizables”. (Vygotski:1988:142)

Es decir que:

“En los comienzos de la edad preescolar, cuando hacen su aparición deseos que no pueden ser inmediatamente gratificados u olvidados y se retiene todavía la tendencia a la inmediata satisfacción de los mismos, característica del estado precedente, la conducta del pequeño sufre un cambio. Para resolver esta tensión, el niño en edad

preescolar entra en un mundo ilusorio e imaginario, en el que aquellos deseos irrealizables encuentran cabida: este es el mundo que llamamos juego." (Vygotski:1988:142)

Para Vygotski, el juego no es tan solo una acción simbólica como lo afirma Piaget, es decir, no es un juego simulativo sino que va más allá, porque en éste se encuentran reglas. Todo juego esta compuesto por reglas que se manifiestan mediante el proceso del juego y no están establecidas desde un principio o antes de que inicia. Por ejemplo;

"la niña imagina ser madre y la muñeca su hija; en consecuencia, esta obligada a observar la conducta materna."(Vygotski:1988;144).

También dentro del juego el niño empieza a diferenciar al objeto del significado, ya que en un estadio anterior a este, no se puede referir al objeto a menos que lo tenga presente. En un estadio posterior el significado va adquiriendo más peso sobre el objeto, es decir, empieza a referirse al objeto aun cuando este se encuentra ausente físicamente, pero esta presente en la mente del niño. Desarrollan así los procesos psicológicos superiores o los procesos cognoscitivos.

Otra característica que se encuentra dentro del juego es cuando el niño empieza a separar la acción del significado, es decir, que simula una acción de la realidad a través del juego representándola por medio de otros objetos, o sea que a partir del pensamiento y no de las cosas simula esta acción, por ejemplo: el palo representa un caballo sin la necesidad de que el caballo este presente en las propias palabras del autor:

"El juego proporciona un estadio transicional en esta dirección cuando un objeto (por ejemplo un palo) se convierte en el punto de partida para la separación del significado de la palabra caballo del caballo real. El niño todavía no puede desglosar el pensamiento del objeto. El

problema del niño es que para poder imaginar un caballo, tiene que definir su acción mediante el uso de <<el caballo-en-el-palo>> como punto de partida. (Vygotski:1988:149).

De hecho para el autor el juego es una estructura básica en el desarrollo de los procesos psicológicos superiores.

3.2. TIPOS DE CONDUCTAS EN EL JUEGO.

Los estudios de las diferencias sexuales proporcionan información sobre un aspecto del desarrollo social, pero también se han analizado las tendencias de la edad, **Milner** observó el juego libre en un jardín de niños y anotó los tipos de conducta social a que se dedicaban. Pero con el tiempo, pudo hacer descripciones bastantes exactas de seis tipos de conductas:

- **Conducta ociosa.** Los niños no juegan realmente, andan de un lado a otro y miran de cuando en cuando a los demás, o se dedican a actividades sin objeto.
- **Juego solitario.** Los niños juegan solos con juguetes diferentes de los que tienen los niños que están cerca de ellos. No hacen ningún intento por interactuar con los demás.
- **Conducta de espectador.** Los niños pasan la mayor parte del tiempo observando a los demás, pero no hacen el intento por unirse con ellos.
- **Juego paralelo.** Los niños juegan al lado de otros niños, pero no con ellos en realidad, usan los mismos juguetes, muy cerca unos de otros, pero en forma independiente.
- **Juego asociativo.** Los niños se dedican al juego mas bien desorganizado con otros niños, pero no hay distribución de papeles o actividades; los niños juegan en su forma particular.
- **Juego cooperativo.** Los niños juegan en forma organizada en la que asignan la dirección y otros papeles. Los miembros del grupo pueden cooperar en la creación de algún proyecto, representar alguna situación, o dedicarse a alguna acción

coordinada.

Secada (1991), investigador español brinda después de haber realizado un análisis dimensional las siguientes dimensiones de la actividad lúdica:

- **Inmadurez:** Pues en los juegos se reproducen estadios anteriores, o se producen conductas primitivas o incluso de animales que son aprovechadas por los demás.
- **Gratuidad:** Entendido como la única meta en el juego es el placer por jugar por jugar, no importando el resultado.
- **Habilidad:** Desarrollo que propicia el aprendizaje y preparación para la vida, entra la imitación de todo lo que gira en torno al niño, su contexto social, imita lo que observa cotidianamente, en su familia, en la televisión, escuela, amigos.
- **Expansión:** Se da donde en el juego existe energía y necesidad de actuar, de explorar y de aventurarse a lo desconocido, de conocer todo lo que rodea al niño para reafirmarse a sí mismo, distinguiéndose de quien lo rodea.
- **Rivalidad:** Que se da dentro de la convivencia y socialización en el proceso de un juego, por las relaciones con otros niños y con diversos objetos, surge la necesidad de contrastar las habilidades adquiridas con otro u otros considerados iguales, con el deseo de triunfo.
- **Catarsis:** Se hace referencia con este término al efecto de distinción y de alivio emocional en el juego, de la salida de los conflictos personales, pues en una actividad lúdica, los hechos pesan menos que en la realidad.

A continuación se presentan los juegos y conductas de niños de tres años en adelante según Luis F. Pérez (1990):

En los niños de tres años es primordial la conquista del equilibrio que le abrirá las puertas para el desarrollo de otras habilidades, como el corretear, y también

dominará las actividades manuales. En las niñas se presentarán actividades de tipo efectivo-imitativo de los roles familiares (jugar a la comidita, con las muñecas, con casitas) que se reafirman a los 4 años de edad, donde se ha alcanzado la autonomía y el dominio total del equilibrio que le dará confianza a sí mismo y mostrará interés por el mundo que le rodea. Buscará aquellos niños con los que pueda competir en habilidades haciéndose uso de un concepto comparativo de sí mismo, es la etapa de convivencia e integración social, así como también se manifiesta una atracción al dibujo - colorear . dibujar.

A la edad de 5 años, ya controla las actividades motrices corporales, el niño se ejercita en controlar sus acciones corporales. Se hacen notables los juegos de pelota, o el escondite, pues ya tiene un mejor control sobre la decisión de sus acciones. Los 6 años se caracteriza porque los niños, son protestones y agresivos verbalmente, su desarrollo de habilidades abre paso al aprendizaje de la escritura y lectura.

En la evolución del niño y juego de una edad a otra, se va buscando los juegos grupales, con 7 años y buen dominio de habilidades manuales se juega a las canicas, al manejo de pelotas con manos y pies, se introducen a juegos deportivos, con la noción de respetar normas de juego.

Los juegos de representación de hábitos sociales de la vida diaria son característicos a la edad de 8 años, en esta etapa se introyectan las normas y se va desarrollando la habilidad numérica.

Lo que caracteriza a los 9 años es la tendencia al agrupamiento y acatar las normas del grupo que va ser típico hasta los 11 años aproximadamente. Se van introduciendo a la realidad, dejando atrás el mundo de la fantasía. Se va adquiriendo el dominio del espacio y del tiempo, al momento de expresarse en dibujos, por ejemplo se combinan ambos elementos. Al dibujar lo hacen con argumentos humorísticos, así como también la aplicación de los conceptos espacio-temporales, en juegos donde interviene la actividad y habilidad física. En esta etapa van

diferenciado entre lo que es un agrupamiento para los juegos, y el grupo de amigos "agrupamientos gregarios", distinto a "amistad", tendiendo a elegir a compañeros de juego no sólo por su habilidad o rivalidad (competencia), sino por amistad.

En los juegos de los 11 y 12 años, son todos o su mayoría en grupos, juegos colectivos y actividades deportivas grupales (fut boll, basquet boll, etc.), se da la formación de grupitos y clanes secretos. Se tiene ya la habilidad para los juegos de mesa y además de disfrutar de la música y de la compañía de otros niños donde la personalidad de cada uno repercute sobre los demás.

3.3. EL JUEGO EN LOS JOVENES

El inicio en la adolescencia se da con la pubertad. Tal iniciación es muy relativo, no hay edad determinada, entre los 11 y los 13 años y hasta los 15 años según algunos autores, ya se manifiesta una participación en la cultura del grupo humano. Tienen ya la capacidad de abstracción de conceptos, ideas, valores e ideales (Freud, Piaget, :1982)

Siendo de interés la actividad lúdica. A los 13 años la practica de actividades grupales persiste, pero a diferencia de los años anteriores se manifiesta la participación y cooperación en equipo. Tiene mayor dominio de los hábitos colectivos en grupo, así también enfrentamientos individuales o en pequeños grupos (juegos de pelota por ejemplo) destacando los juegos que tienen que ver con el ejercicio o fuerza física siendo los preferidos principalmente por los niños que por las niñas.

A los adolescentes de 14 años se caracterizan por el bullicio, la vitalidad, la precipitación desembocada, haya amigos similares del mismo sexo y se aventuran a buscar la amistad del sexo opuesto, se caracteriza esta edad por la afición a los juegos de azar y el coleccionismo, teniendo mayor peso los juegos deportivos. Otra afición es la música con el dominio de ruido corporal, se adentra más a la vida social y a las relaciones humanas con ambos sexos. De los 14 a los 19 años la principal

preocupación es la sociabilidad y desarrollarse en lo intelectual, de los 20 a los 24 años predominan las practicas de actividades artísticas, emblemas culturales, valores tradicionales.

Las preferencias musicales, deportivas, de reunirse o no reunirse en grupos, depende de la características individuales. Algunos son más tranquilos y otros más inquietos, cada uno buscará a su grupo en donde se sienta identificado.

Entre los jóvenes las diversiones que no tienen peligros físicos muy importantes o reales según ellos lo perciban, forman parte de su atracción. El joven se demuestra a si mismo que no tiene temor alguno y se hace demostrar con sus amigos con sus destrezas.

Los juegos que practican tienen leyes que requieren de una obediencia. Se vuelven en juegos controlables y confiables, donde se da un simbolismo del bien y del mal. El juego y pasatiempos suministran una clave para establecer si funcionan a un nivel inmaduro, o por lo contrario si da muestra de talento y aptitudes latentes.

Con respecto a los juegos deportivos, el placer de jugar desaparece ante la preocupación de la eficacia de ser el mejor. Cuando entra una preocupación rigurosa y racionalista, la diferencia entre el juego y la actividad deportiva reside en el hecho de que en el terreno deportivo se da la victoria sobre el adversario, o el obstáculo es el único fin perseguido fuera de toda contingencia. El deporte se caracteriza por el hecho de poner al ejercitado solo frente al obstáculo que ha de vencer, ya sea en un aparato, un elemento o adversario. De manera general los deportes se dividen en individuales (atletismo, natación, ciclismo, etc.); colectivos, equipos de oposición (fut bool, bastquet ball, etc.); combate (boxeo, judo, esgrima, lucha libre, etc.).

Además de lo atractivo de los juegos deportivos, esta la fascinación por la música y principalmente el rock. Así como también la seducción de la imágenes en la televisión y videos. En estos se da un proceso de involucrimiento al enfrentamiento de

sus actividades mediante la imagen.

La actividad lúdica en los jóvenes es llamado socialmente tiempo libre o de ocio, sus actividades contienen creatividad desprovista de preocupaciones funcionales, y son divididas del tiempo que le dedique a la escuela o al trabajo.

Las practicas de los jóvenes en su tiempo libre las instituciones sociales les denominan inútiles como la fascinación por los aparatos de alta fidelidad, la música rock o pop, la convivencia en lugares específicos, el ir a de un lugar a otro en grupo, el vagabundeo son llamados frecuentemente como pereza.

3.4. LOS JOVENES Y EL TIEMPO LIBRE

El término joven, es una construcción cultural. Se refiere a una fase del desarrollo humano. Período de preparación y maduración entre la dependencia infantil y la plena inserción al mundo. (Feixa:1990) Esta inserción social se presenta de distintas maneras según sea el tipo de sociedad, desarrollo económico, político y social que se presente en un proceso histórico de un tiempo determinado.

Los jóvenes a través de la historia han sido calificados de formas diferentes. Como púberes en el Imperio Romano, efebos en Grecia, aprendices en el medioevo, hasta llegar a emplear el término joven desde un punto de vista psicosociológico que viene acompañado con el proceso de la industrialización, comercialización y el tiempo de ocio.

Los jóvenes se expresan colectivamente, en grupos, construyendo estilos de vida distintivos localizados en el tiempo libre.

El tiempo libre en los jóvenes se ha transformado. En tiempos de la posguerra eran paseos por la calle principal, en la plaza o en el kiosco. En las ciudades, por los 50's aparecen las fiestas privadas de adolescentes. En los 60's surgen las primeras

discotecas. Los jóvenes disponen de un espacio propio alternativo al paseo. A mediados de los 70's el joven se apropia de un territorio urbano, a medida que el público empieza a ser más numeroso, se van abriendo bares, discotecas a fin de congregarse los fines de semana. Los jóvenes conforme van teniendo un poder adquisitivo van orillando a crear espacios ajenos al de los adultos.

Carlos Feixa, investigador de la cultura juvenil, realizó trabajos del espacio de ocio de los jóvenes en la ciudad de Lleida, España, en 1985. En sus trabajos Feixa señala que los factores que han intervenido en el proceso de creación de espacios del ocio, tienen sus orígenes y evolución con la historia urbana, la expansión económica y de la ciudad, la especialización funcional de las áreas de producción, residencia y ocioconsumismo, la progresiva segregación social urbana, y a la aparición de un mercado de consumo de ocio juvenil. (Feixa:1983) Pero el ocio no es el tiempo libre después del trabajo, sino un período de no trabajo que hay que llenar de la mejor manera.

Las zonas donde se reúnen los jóvenes continuamente van generando un territorio, al cual se le atribuye una cierta homogeneidad cultural que sirve para clasificar a los jóvenes en función de criterios de clase social, vestimenta, edad. Estos aspectos van cambiando con el proceso histórico de cada ciudad, en donde cada grupo adquiere un nombre distintivo alusivo a sus características grupales: los rokers, punks, fresas, intelectuales, bohémios, etc. y cada uno de estos grupos tienen espacios donde se pueden congregar de distintas edades, sexo, pero diferenciados por la categoría social.

Esto se observa en los usuarios de videojuegos. Se reúnen en torno a ellos en establecimientos con más de 10 máquinas. Los establecimientos son conocidos como "Chips" o "arcadias". En las plazas comerciales se congregan los jóvenes del sexo masculino como los principales usuarios, y las mujeres como espectadoras de los usuarios mientras que escuchan la música de moda en una rockola.

En las plazas se da la movilidad de unos locales a otros, y de unas zonas a otras, teniendo un orden en torno a las categorías: día/noche, semana/fin de semana, centro/periferia, para grupo/pareja. Hay un lugar para cada tipo de gente, día, actividad. Cada lugar con un sistema organizado, coherente, con estilos y pautas de conducta.

Son espacios sobrevalorados, como el lugar donde se disfruta de una cierta autonomía, en contraste con la autoridad adulta dominante en otras esferas de su vida: en la familia, escuela, trabajo, donde se sienten de un espacio propio y carentes de libertad, y más en el seno familiar. En los locales, los espacios públicos pueden gozar de una cierta autonomía de conductas.

El tiempo libre es explotado por la mercadotecnia. Las industrias del consumo juvenil se encargan de sobrevalorar al máximo el tiempo del ocio,

“... induciendo necesidades, creando modas, reproduciendo la lógica de los productos y del mercado que asegura doblemente la subordinación de los jóvenes, sujetándolos mediante el consumo a las normas del sistema, poniendo límites a su acción, trazando unas fronteras precisas fuera de las cuales se sientan desplazados.”(Feixa,1989:76)

Los espacios (locales, zonas) contribuyen al proceso de socialización, de construir una identidad social, y donde articulan estrategias para escapar a los sutiles controles de la cultura dominante. Al reunirse con sus iguales da lugar a un estilo de vida distinto a los hegemónicos, a los impuestos por el consumismo. Los productos lanzados por el consumo pasan por un proceso de resignificación por parte de los jóvenes quienes los manipulan y readaptan, dándoles nuevos significados, por su contexto social o categoría creando un sistema de valores y significados grupales (vestimenta, argot, etc.) que los distingue de otro grupo de jóvenes de un mismo sistema social.

Los jóvenes crean su propia imagen y estilos visibles integrando elementos que le brindan los medios de comunicación lanzados por el mercado tales como la moda al vestir, la música, el lenguaje, el comportamiento no verbal, cortes de cabello. Estos estilos tienen una existencia en un proceso histórico social que los medios de comunicación etiquetan (y que nosotros denominamos imágenes estereotipadas). Los jóvenes utilizan estos atuendos y accesorios en la construcción de su identidad individual y colectiva, pero dándole un significado propio de acuerdo a su contexto social.

3.5. EL JUEGO COMO PRACTICA CULTURAL

El juego adquiere un matiz importante en la vida humana, porque amplía el horizonte cultural y crea ámbitos de libertad. El niño, reintroduce y absorbe lo vivido en el juego, por lo que adquiere un aprendizaje vital impresionante. Y otro aspecto importante es que desarrolla la forma de percibir: la memoria, la inteligencia y la imaginación. Hay muchos aspectos positivos en el juego que no se pueden omitir, tan es así que sin éste, el niño no se insertaría en la sociedad.

La actividad lúdica está relacionada con un grupo social y por el contexto histórico en su momento. En la historia del juguete, se encuentra con juegos o juguetes que son para adultos, por ejemplo, los juegos de palillos que entretenía a la corte de Carlos VI, baleros que estaban de moda entre los jóvenes nobles de la corte de Enrique III, los títeres predominaron entre 1745 y 1755, pequeños instrumentos de cuerda, muñecas de moda y reproducciones de objetos miniaturas para las damas italianas. Entre las cortes de Napoleón se jugaba al marro, etc.

También existieron manuales de juegos para adultos en los siglos XVII y XIX, esto nos indica que estos juguetes entran para un grupo social burgués que contaba con el tiempo libre y que en nuestra sociedad son exclusivamente juegos para niños.

En un análisis histórico del juego infantil (de la actividad lúdica, no del objeto -

juguete), de Juliette Granje (1979) encuentra que la mayor parte de los juegos y juguetes tradicionales tienen un origen religioso. Origen que lo explica por el parentesco entre Juego y Sagrado. Por ejemplo; un sonajero para los bebés, es sagrado en los iniciados a un culto llamado Baco; la matraca anuncia los oficios religiosos durante la cuaresma. El columpio en la antigua India era un juego estacional, un rito, una experiencia religiosa.

Las muñecas, marionetas y títeres tuvieron un papel religioso como el de la fecundidad.

Las rondas, juegos de pelota, juegos colectivos de carácter religioso, de iniciación a un culto, de elección de pareja para el matrimonio, de sacrificios humanos a una deidad, se transforman al ir perdiendo su simbolismo y significado, y al ser adoptados y resignificados por los niños en rondas y cancioncillas infantiles.

Si bien los juegos reflejan en buena parte de la vida y la sociedad a los que los jugadores pertenecen, a través de la historia como lo expone Luis F. Pérez Sánchez en una investigación realizada en España, indagó en una parte de su trabajo 89 juegos más utilizados por los niños españoles entre 1980 y 1990, en comparación con los juegos de épocas anteriores, sobresaliendo por preferencia y perdurar en el tiempo, las muñecas, el juego de ajedrez, el juego de aro, juego de bola, las canicas, columpios entre otros, que sufrieron algunas transformaciones según el lugar y cultura guardando semejanza con juegos infantiles de otras naciones.

Concluye que el juego responde en gran manera:

"a la cultura que la procede, y que se enriquece y amplía a medida que más rica y compleja es la civilización a la que pertenece, como si se ampliara de forma concéntrica". (Tripero:1991:48).

Los juegos son temporales e interculturales que al expandirse se ven

afectados por la temporalidad y una determinada cultura que les da otra temporalidad de existencia. Hay juegos que aparecen en una cultura en función a la educación infantil que luego desaparecen, pero uno de los juegos interculturales de todas las épocas son los juegos de roles familiares.

En la actualidad los juegos son compartidos en su mayoría por ambos sexos, los que se consideran juegos para niños, con respecto a juegos deportivos, ahora las niñas también los practican por ejemplo el fut ball. Los medios de comunicación tienen un papel importante en la expansión de imágenes de juegos que tienden a homogeneizar su distribución entre distintos grupos sociales, surgiendo practicas de juegos relacionados a series televisivas, convirtiéndose, a juegos temporales, pues al surgir otra serie televisiva los protagonistas o las practicas del juego cambia. Pero los juegos que prevalecen son los de violencia, antes eran indios contra vaqueros, ahora son tal vez héroes espaciales o superhéroes.

Esto no obedece precisamente al aprendizaje de roles sociales en una vida cotidiana, sino a la imitación de lo que los niños ven en la televisión o en este caso en los videojuegos.

Ahora existe un juguete para cada edad, lo que permite la multiplicación de los juguetes más no de la diversidad de juegos. De actividades con un mismo juguete u objeto. Brougère (1979) lo denomina "juguete racional", pues la elección del juguete por edad esta fundamentado por un criterio científico. Un psicólogo determina el perfil del juguete en función de la edad. El juguete es así terapéutico o educativo.

Están también los juegos de sociedad que son los que contienen temas o acciones en relación a la sociedad actual, (compra, venta, viajes, supuestas situaciones que se pueden presentar en la realidad social), que contienen reglas inviolables, normas establecidas como las sociedad misma. No es un juego espontaneo e irreflexivo, sino que lo supone un tejido social.

Como ya se ha mencionado el juego de los niños es el reflejo del mundo de los adultos, y éste ha evolucionado por el desarrollo social y tecnológico. La electrónica digital y automática ya están en los juegos y juguetes de los niños y los jóvenes que los preparan para la inserción al mundo adulto. Esto se observa más en las sociedades urbanas en comparación con las sociedades rurales, donde el juego es en función de su actividad lúdica que por sus objetos, es decir los juguetes van de acuerdo a la sociedad en la que se introducen.

Ahora bien, los juegos y juguetes no son cosas intrascendentes que pueden quedar relegados al olvido conforme el niño pasa a la adolescencia y a la edad adulta. De hecho los juegos infantiles tienen repercusiones en la vida del hombre y en la influencia que el mismo pueda tener en la sociedad o en el círculo en que se mueve. Podemos decir que el juego no es una simple diversión para el niño, sino que forma parte de la evolución mental y de su apreciación del mundo en general.

En el niño, el juego es un instinto profundo que le permite una intensa concentración, actividad básica mediante la cual puede influir en el mundo que le rodea y a través de ella el mundo influye en él.

El juego es considerado como actividad de formación y educación para los niños, y de pasatiempo apreciado para los adultos.

3.6. HACIA UNA NUEVA CULTURA DE LOS VIDEOJUEGOS

Los hábitos de ocio han cambiado hacia lo visual, como lo demuestra el éxito de los videojuegos. Y lo que hemos visto hasta ahora no es más que el comienzo de una cultura que ya rodea a los niños, jóvenes y adultos.

Este fenómeno comienza en las décadas de los setentas en los locales destinados al ocio. Junto a los futbolines y las máquinas, se instalaron los nuevos recreativos "matamarcianos", como se les llamo en ese tiempo. Y de eso se trataba:

una pequeña nave espacial debía disparar contra los enemigos que le atacaban. Esta fórmula se mantuvo durante los primeros años, aunque pronto vinieron mejoras tecnológicas y nuevas ideas como salvar a la princesa, escalar un edificio, etc. que contribuyeron a potenciar esta difusión.

En el ámbito doméstico, los videojuegos hacen su aparición a finales de los años setentas de la mano de la compañía **Atari**, la primera empresa en comercializar consolas caseras, en aquel tiempo los juegos eran unos programas muy primitivos comparándolos con los que hay hoy en día. A mediados de los ochentas, los ordenadores personales provocan la "fiebre de los videojuegos caseros" A la lucha de **Commodore** y **Spectrum** por dominar el mercado se unirá un poco después **Amstrad**.

La compañía **Nintendo** hace su aparición a mediados de los ochentas y en un principio se dedicaba a la fabricación de juegos de mesa para después especializarse en la fabricación de videojuegos electrónicos y manteniendo un progreso constante su primer producto fue el **nintendo de ocho bits**, ya en los noventa hace su aparición el **Supernintendo de 16 bits** y en septiembre de 1996 hace su aparición el nuevo **Nintendo 64** que es como su nombre lo indica de **64 bits**.

Sega por su parte comienza su actividad en Japón en 1951 para producir máquinas de juego destinadas a los locales de entretenimiento y máquinas de discos para bares cuando entra al mundo de los videojuegos lo hace con un aparato de 16 bits con modelos **master** y **genesis**, posteriormente lanza un aparato con CD-ROM. Entre las compañías más importantes y cuyo mercado es más extenso que otras marcas.

La industria del videojuego pasa por su mejor momento, por ello la actividad económica de las empresas de este sector es el doble, pues venden tanto consolas como cartuchos de videojuegos. En este último aspecto, el personal desempeña un papel clave gracias a su creatividad para realizar e innovar cada programa de

Así también los videojuegos son utilizados como apoyo didáctico con buenos resultados como lo investigaron Kelly, O, Kelly (1994), con videojuegos en computadoras en un salón de clases más que como un recurso motivacional con juegos diseñados para el aprendizaje del niño en literatura o en matemáticas, aprendiendo al mismo tiempo que juegan. Kafai (1995) mediante un programa de videojuegos en computadora "minds in play" aplicado a niños de una escuela pública elemental fueron programados juegos para enseñar fracciones de tercer grado, donde los niños intervinieron empleando sus fantasías y construyendo relaciones con otros,

Además los videojuegos no sólo son para pasar un buen rato, sino que se les ha dado un uso, como en la escuela de vuelo de la fuerza aérea en Israel donde utilizaron videojuegos para que los cadetes diseñaran y mejoraran sus estrategias de vuelo, adquiriendo mayor habilidad en el adiestramiento y respuestas en el control de vuelo (Gopher y Bareket:1994).

También se sabe que se utilizan videojuegos cada vez mas sofisticados cuya realidad es casi exacta por ejemplo para las pruebas de manejo de vehículos y que se le conoce como simuladores de realidad virtual,

Otro punto importante es que el fenómeno de los videojuegos esta ligado con el cine, ya que muchos grandes éxitos del cine los vuelven videojuegos, pero videojuegos que han tenido éxito son llevados a la pantalla grande basándose en la historia de cartucho. También esta ligado tanto con programas de televisión como The Simpson's como algún personaje famoso del mundo mas enfáticamente deportistas. Por ello los videojuegos son ya parte de la cultura juvenil, a la cual pocas veces pueden acceder los adultos por haber sido educados bajo otros esquemas de uso y acceso en la tecnología, de otros métodos y patrones de aprendizaje así como otros métodos y patrones de aprendizaje bajo otras maneras de jugar o disfrutar el tiempo libre.

videojuegos cada vez mas llamativos persuadiendo al consumidor.

apropiándose de una realidad que va más allá de la enseñanza en un salón de clase tradicional.

También se les ha dado uso terapéuticos. Esta la aplicación de los videojuegos en terapias que ayudan a resolver problemas en jóvenes con carencias de control de sus impulsos que mediante estos aprenden a controlar sus impulsos donde los términos y procesos que el juegos introduce fueron transferidos a los pacientes (Bety Clarke, Dick Shoeh:1994).Así como el tratamiento para resolver algunos problemas de orden psicológico como lo son las fobias.

El departamento de salud en New York, Estados Unidos, llevo a cabo un programa de educación en torno al SIDA llamado "Health Works" para niños apoyándose en computadoras colocadas en cinco stands en lugares públicos, de Enero de 1989 a Junio de 1992. Descubrieron que el videojuego puede pasar de un aprendizaje cognitivo a un aprendizaje por involucramiento experimental de un tema específico, realizando un aprendizaje por experiencias y alentando la adopción de comportamientos recomendados por "Health Works" en los estudiantes (Cohill, John:1994).

Dentro de el mundo de los videojuegos vemos que tiene dos vertientes importantes que son la de entretener y la de educar o adiestrar a personas que lo requieran.

ESTRATEGIA METODOLÓGICA

TEMA

La autopercepción de los jóvenes de 15 a 18 años del Colegio de Bachilleres plantel 12 "Netzahuacoyotl" como usuarios de videojuegos.

PROBLEMA

¿Cuáles son las características de autopercepción en los jóvenes del sexo

masculino de 15 a 18 años de edad del Colegio de Bachilleres plantel 12 "Netzahuacoyotl", como usuarios de videojuegos en establecimientos y/o sistemas caseros?

JUSTIFICACION

Los avances tecnológicos en el campo de los videojuegos son demasiado rápidos, y aparecen constantemente con facilidad en el mercado tanto en sistemas caseros, como para establecimientos públicos. Es fácil encontrarse con ellos; como puede ser en la tienda de la esquina, la farmacia; hasta en las plazas comerciales que son invadidas en su mayoría por jóvenes. Consideramos que es un tema actual, palpable que sigue un curso progresivo tecnológicamente, y por ello encontramos el agrado de los usuarios, e incluso estos avances tecnológicos nos pueden llegar a rebasar pues hacen que el sujeto sea cada vez más participativo en donde pueda mover más extremidades del cuerpo y viva más intensamente el videojuego y no tanto utilizar los dedos, las manos y la vista.

Esto inicia con la aparición de componentes sencillos en donde el entretenimiento no era mover botones que producían movimiento en un monitor, donde las figuras eran muy simples y no se asemejaban con un objeto de la realidad teniendo una imagen de caricatura en el mejor de los casos. Con el paso del tiempo se desarrollan nuevas

tecnologías en donde las imágenes son tan reales que parecen personas, animales u objetos que simula un mundo con características similares al nuestro.

El tema de los videojuegos ha sido estudiado en el ámbito de la adicción; de los daños producidos a nivel neurológico por un período prolongado de exposición ante las pantallas, así como la ayuda que éstos pueden proporcionar.

En esta investigación nos interesa retomar este tema de los videojuegos pero en función de la autopercepción de los jóvenes, es decir, cómo se perciben a si mismos los jóvenes usuarios de videojuegos, así como la percepción que tienen sobre los otros jóvenes que son usuarios de videojuegos. Para ello nos apoyaremos en teorías de autoconcepto, autoatribución y categorización social para responder al planteamiento del problema.

OBJETIVO GENERAL

Conocer el autoconcepto de los jóvenes de 15 a 18 años del Colegio de Bachilleres plantel 12 "Netzahualcoyotl" usuarios de videojuegos, y la percepción que tienen éstos sobre otros usuarios de videojuegos.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

Ubicar las características de autopercepción en los jóvenes del Colegio de Bachilleres plantel 12 "Neztahuacoyotl" como usuarios de videojuegos de acuerdo a su edad.

Obtener las características principales de autoatribución de los jóvenes del Colegio de Bachilleres plantel 12 "Nezahualcoyotl" como usuarios de videojuegos.

Conocer las valorizaciones que hacen los jóvenes del Colegio de Bachilleres plantel

12 "Nezahualcoyotl" hacia los usuarios de videojuegos.

Ubicar las características de autoconcepto de los jóvenes del Colegio de Bachilleres plantel 12 "Nezahualcoyotl" como usuarios de videojuegos.

HIPOTESIS

Ho: No existe diferencia estadísticamente significativa de autopercepción como usuarios de videojuegos por la edad.

Ha: Existe diferencia estadísticamente significativa de autopercepción como usuarios de videojuegos por la edad.

Ho: No existe diferencia estadísticamente significativa de autoconcepto de los usuarios de videojuegos con respecto al sexo de los personajes de los videojuegos.

Ha: Existe diferencia estadísticamente significativa de autoconcepto de los usuarios de videojuegos con respecto al sexo de los personajes de los videojuegos.

Ho: No existe diferencia estadísticamente significativa de las características de autopercepción de los jóvenes usuarios de videojuegos y las características de percepción que los mismos jóvenes atribuyen a los videojugadores.

Ha: Existe diferencia estadísticamente significativa de las características de autopercepción de los jóvenes usuarios de videojuegos y las características de percepción que los mismos jóvenes atribuyen a los videojugadores.

Ho: No existe diferencia estadísticamente significativa en las características que los jóvenes de acuerdo a su edad atribuyen a los videojuegos.

Ha: Existe diferencia estadísticamente significativa en las características que los jóvenes de acuerdo a su edad atribuyen a los videojuegos.

DISEÑO DE INVESTIGACION

El diseño de investigación a utilizado es de tipo exploratorio en el que se pretende observar si existe algún constructo de autoimagen, autopercepción y/o autoconcepto, puesto que en materia de videojuegos casi no se han hecho investigaciones en el área de la psicología social.

En esta investigación se utiliza la técnica de la entrevista por medio del cuestionario para conocer como se conciben los jóvenes en función del videojuego y para esto se utiliza un cuestionario cuya escalas son de tipo Lickert y de diferencial semántico o escala de Osgood.

VARIABLES

VARIABLE INDEPENDIENTE

EDAD (15 A 18 AÑOS)

TIPO DE SUJETO:

PERSONAJES DEL VIDEOJUEGO:

PERSONAJES MASCULINOS

PERSONAJES FEMENINOS

VARIABLE DEPENDIENTE

AUTOCONCEPTO

AUTOPERCEPCION

AUTOATRIBUCION

OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

Para la variable de autopercepción que se pretende medir esta dada por su contexto histórico, social y biológico y que es un conjunto de percepciones más o menos organizadas resultantes de la observación de si mismo tanto del pasado como del presente. Para este fin se utilizaron dentro del instrumento indicadores que tienen que ver con la Autopercepción y se le denomina subescala de Autopercepción donde comprende afirmaciones dentro de la escala tipo Lickert tales como.

AUTOPERCEPCION

1. SI GANO ES PORQUE SOY BUENO EN EL JUEGO. ()
2. EL PUNTAJE QUE OBTENGO ES PRODUCTO DE MI ESFUERZO. ()
3. CON LOS VIDEOJUEGOS ME PERMITE CONOCER MAS A MIS AMIGOS. ()
4. AL ESTAR FRENTE A UN VIDEOJUEGO ME SIENTO ATRAIDO POR SUS GRAFICOS Y SONIDO. ()
5. ME GUSTA COMPETIR CON MIS AMIGOS JUGANDO ALGUN VIDEOJUEGO EN ESPECIAL. ()
6. SOLO ME BURLO DE LA COMPUTADORA O MAQUINA DE VIDEOJUEGO CUANDO LOGRO GANARLE. ()
7. CUANDO ESTOY JUGANDO EN LAS MAQUINAS DE VIDEOJUEGOS ME HACE MAS POPULAR CON LOS DEMAS. ()
8. CUANDO LE GANO A OTRA PERSONA NUNCA ME BURLO DE ELLA. ()
9. CUANDO NO PUEDO AVANZAR DE NIVEL EN ALGUN VIDEOJUEGO PIENSO EN ÉL TODO EL TIEMPO. ()
10. UNO DE LOS OBJETIVOS DE JUGAR CON LAS MAQUINAS DE VIDEOJUEGOS ES SER EL MEJOR. ()

Para la variable autoconcepto se utilizaron indicadores que tienen como finalidad determinar las percepciones acerca del concepto que tienen de si mismos en relación a los videojuegos utilizando una escala de Osgood o diferencial semántico. En la que los sujetos marcan una "x" en la columna donde se sienten identificados y lo único que hacen es una

descripción de como son concebidos a si mismos.

I. YO ME DESCRIBO COMO UNA PERSONA:

	MUY	POCO	INDECISO	POCO	MUY	
COMPARTIDO	()	()	()	()	()	EGOISTA
PREPOTENTE	()	()	()	()	()	RAZONABLE
EXALTADO	()	()	()	()	()	MODERADO
SENSIBLE	()	()	()	()	()	INSENSIBLE
MODESTO	()	()	()	()	()	VANIDOSO
BUENO	()	()	()	()	()	MALO
AGRESIVO	()	()	()	()	()	TRANQUILO
RENCOROSO	()	()	()	()	()	PIADOSO
ORGULLOSO	()	()	()	()	()	NOBLE
SOCIABLE	()	()	()	()	()	HURAÑO
ATENTO	()	()	()	()	()	DESATENTO
CAPAZ	()	()	()	()	()	INCAPAZ
FUERTE	()	()	()	()	()	DEBIL
LIGERO	()	()	()	()	()	PESADO
RUDO	()	()	()	()	()	AMIGABLE

Para la variable de la percepción que consiste en definir tanto los videojugadores como a los personajes de los videojuegos se utilizaron indicadores que tienen que ver con la forma en que son vistos los usuarios, utilizando un cuestionario tipo Lickert que se le denominó subescala de tiempo libre y cuyas opciones van de totalmente de acuerdo a totalmente en desacuerdo contando con un total de cinco opciones para cada afirmación, así como un cuestionario en escala de Osgood, en la que se hace mención de como perciben a los personajes de los videojuegos, denominado videojuego y percepción (esta formada por dos subapartados que son los que se refieren a los personajes masculinos por un lado, y a los personajes femeninos por el otro).

ESCALA LICKERT.

TIEMPO LIBRE Y VIDEOJUEGO

1. EN MI TIEMPO LIBRE PIENSO COMO PASAR AL SIGUIENTE NIVEL DE DIFICULTAD EN ALGUN VIDEOJUEGO EN ESPECIAL. ()
2. MI DESEMPEÑO ES IGUAL EN LOS VIDEOJUEGOS COMO EN LAS DEMAS ACTIVIDADES QUE TENGO. ()
3. LOS MUCHACHOS QUE PASAN EL TIEMPO LIBRE EN LAS MAQUINAS DE VIDEOJUEGOS SON INTELIGENTES. ()
4. QUIENES JUEGAN CON LOS VIDEOJUEGOS EN SU TIEMPO LIBRE SON PERSONAS MUY DINAMICAS. ()

ESCALA OSGOOD

VIDEOJUEGO Y PERCEPCION.

i. LOS PERSONAJES MASCULINOS DE UN VIDEOJUEGO DEBE SER.

	MUY	POCO	INDECISO	POCO	MUY	
AGILES	()	()	()	()	()	TORPES
DEBILES	()	()	()	()	()	FUERTES
DELGADOS	()	()	()	()	()	ROBUSTOS
COMPARTIDO	()	()	()	()	()	EGOISTA
PREPOTENTE	()	()	()	()	()	RAZONABLE
BLANDO	()	()	()	()	()	DURO
PASIVO	()	()	()	()	()	ACTIVO
PODEROSO	()	()	()	()	()	IMPOTENTE
DEPENDIENTE	()	()	()	()	()	INDEPENDIENTE
RENCOROSO	()	()	()	()	()	PIADOSO
SOCIABLE	()	()	()	()	()	HURAÑO
ATENTO	()	()	()	()	()	DESATENTO
CAPAZ	()	()	()	()	()	INCAPAZ
FEO	()	()	()	()	()	ATRACTIVO

FUERTE () () () () () DEBIL

ii. LOS PERSONAJES FEMENINOS DE UN VIDEOJUEGO DEBE SER:

	MUY	POCO	INDECISO	POCO	MUY	
TORPES	()	()	()	()	()	AGILES
BUENAS	()	()	()	()	()	MALAS
FEAS	()	()	()	()	()	BONITAS
AGRESIVAS	()	()	()	()	()	PASIVAS
COMPARTIDO	()	()	()	()	()	EGOISTA
PREPOTENTE	()	()	()	()	()	RAZONABLE
EXALTADO	()	()	()	()	()	MODERADO
PODEROSO	()	()	()	()	()	IMPOTENTE
SENSIBLE	()	()	()	()	()	INSENSIBLE
DEPENDIENTE	()	()	()	()	()	INDEPENDIENTE
BUENO	()	()	()	()	()	MALO
AGRESIVO	()	()	()	()	()	TRANQUILO
RENCOROSO	()	()	()	()	()	PIADOSO
ORGULLOSO	()	()	()	()	()	NOBLE
SOCIABLE	()	()	()	()	()	HURAÑO
ATENTO	()	()	()	()	()	DESATENTO
CAPAZ	()	()	()	()	()	INCAPAZ
FEO	()	()	()	()	()	ATRACTIVO
LIGERO	()	()	()	()	()	PESADO
RUDO	()	()	()	()	()	AMIGABLE

Si bien no esta considerada como una variable, si esta considerada como una dimensión que nos permite observar el papel que juega la atribución a partir de enunciados ubicados desde la dimensión de la **percepción social**. Para ello se manejó la subescala percepción social con el fin de determinar si los sujetos que contestaron el instrumento, observan y les atribuyen diferentes características a los videojugadores haciendo uso del videojuego y la forma en que se observan a si mismos como videojugadores. Utilizando para estos fines dos subescalas, una compuesta por afirmaciones de tipo Lickert, denominada percepción social; y la otra por un enunciado acompañado de una serie de palabras dicotómicas o

antónimas de tipo Osgood o diferencial semántico, también denominada percepción social

PERCEPCION SOCIAL

i. UNA PERSONA QUE JUEGA CON CUALQUIER SISTEMA DE VIDEOJUEGOS ES:

	MUY	POCO	INDECISO	POCO	MUY	
COMPARTIDO	()	()	()	()	()	EGOISTA
PREPOTENTE	()	()	()	()	()	RAZONABLE
EXALTADO	()	()	()	()	()	MODERADO
SENSIBLE	()	()	()	()	()	INSENSIBLE
MODESTO	()	()	()	()	()	VANIDOSO
BUENO	()	()	()	()	()	MALO
AGRESIVO	()	()	()	()	()	TRANQUILO
RENCOROSO	()	()	()	()	()	PIADOSO
ORGULLOSO	()	()	()	()	()	NOBLE
SOCIABLE	()	()	()	()	()	HURAÑO
CINICO	()	()	()	()	()	HONESTO
ATENTO	()	()	()	()	()	DESATENTO
CAPAZ	()	()	()	()	()	INCAPAZ
LIGERO	()	()	()	()	()	PESADO
RUDO	()	()	()	()	()	AMIGABLE

PERCEPCION SOCIAL

1. LAS PERSONAS QUE ESTAN JUGANDO EN GRUPO EN LAS MAQUINAS DE VIDEOJUEGOS ESTAN MAS UNIDAS GRACIAS A LOS JUEGOS QUE HAY PARA TODOS ESOS SISTEMAS. ()
2. LAS PERSONAS QUE JUEGAN EN LAS MAQUINAS DE VIDEOJUEGOS LES GUSTA PERDER EL TIEMPO. ()
3. PARA LAS PERSONAS QUE JUEGAN EN LAS MAQUINAS DE VIDEO ES LA UNICA MANERA DE DIVERTIRSE. ()
4. LAS PERSONAS QUE JUEGAN EN LAS MAQUINAS DE VIDEO REALIZAN ALGUNA OTRA ACTIVIDAD. ()

POBLACION Y MUESTRA

Dentro del mundo del videojuego encontramos que cada día crece más su población abarcando desde los 4 años en adelante y que dentro de este mundo la tecnologías y el comercio hace que cada vez salgan más productos para todos los gustos y edades. Ahora bien el muestreo que se utiliza en esta investigación es el muestreo tipo estratificado utilizando el 10% de la población del Colegio de Bachilleres plantel 12 ubicado en ciudad Nezahualcoyotl.

En este caso fue el Colegio de Bachilleres plantel 12 "Netzahualcoyotl" que esta ubicado al oriente de la ciudad de Netzahualcoyotl cerca del estadio Neza 86. De este plantel se seleccionó al turno matutino bajo el supuesto de que disponen de más tiempo después de clases que el turno vespertino. Esta población es en total 2,689 entre hombres y mujeres, como la población de nuestro interés son los hombres esta se reduce a 1,089.

Del total de hombres que estudian en este plantel se tomó, como se dijo antes el 10% obteniendo así un total de 107 redondeándose a 110 sujetos. Las encuestas se aplicaron distribuidas en los seis semestres que comprende el nivel medio superior y dentro del rango de la edad que es de 15 a 18 años quedando aproximadamente 18 sujetos por semestre que fueron encuestados.

Al realizar esta selección de 18 personas por semestre encontramos que el rango de edad casi no se cumple pues encontramos en términos generales jóvenes de edad más grande de acuerdo parámetros en que la población estudiantil debe transcurrir en el nivel escolar medio superior, conformándose en la siguiente tabla:

SEMESTRE	1er	2do	3er	4to	5to	6to
EDAD						
15	10					
16	8	18	7			
17			11	18	9	

18					9	20
SUBTOTAL	18	18	18	18	18	20

TOTAL 110 SUJETOS

INSTRUMENTO

El instrumento empleado para esta investigación es la utilización de dos escalas de medición, con el fin de obtener información representativa generalizada de la población de jóvenes del Colegio de Bachilleres que son usuarios de videojuegos, donde las respuestas se dan dentro de un continuo de valorización jerarquizada es decir que las respuestas que se obtienen pueden tener un puntaje alto como un puntaje bajo, donde la respuesta que se identifico previamente como la correcta es la que tiene la puntuación más alta que es de 5 puntos y la respuesta que se considera como incorrecta tiene 1 punto

El instrumento esta conformado por una escala de tipo Lickert, y una escala de diferencial semántico o de Osgood.

Se opta por la aplicación de la escala tipo Lickert para detectar la percepción de los jóvenes ante los videojuegos (percepción), ante si mismos como usuarios (autopercepción) y cómo perciben al videojugador (percepción social); puesto que cada uno de estos apartados suele existir una relación entre sí.

A cada reactivo le proceden cinco alternativas de respuestas enumeradas que van de 5 a 1, de un totalmente de acuerdo a un totalmente en desacuerdo. Por ejemplo cuando se contesta siguiente afirmación la afirmación: **SI GANO ES PORQUE SOY BUENO** optan por la opción **DE ACUERDO** obtiene 4 puntos o se le dan 2 puntos si elige la opción **EN DESACUERDO**.

El conjunto de afirmaciones esta distribuida en tres subescalas las cuales son:

- Autopercepción con 10 ítems.

- Tiempo libre y Videojuegos con 4 ítems
- Percepción Social con 4 ítems.

ESCALA TIPO LICKERT			
SUBESCALAS	autopercepción	tiempo libre y videojuego	percepción social
No. de ítems	10	4	4

La segunda se describe a continuación.

La decisión de aplicar el diferencial semántico de Osgood, es para medir las reacciones de los jóvenes a afirmaciones-estímulo con adjetivos que evalúan sus valorizaciones de sí mismos (como se conciben ellos mismos), de los usuarios de videojuegos (como conciben a los videojugadores), y de los personajes de los videojuegos que nos permitirá saber la relación que existe entre los jóvenes y los videojuegos reflejados en la concepción de si mismos.

Las declaraciones son de manera afirmativa, con una medición de actitud positiva o negativa y cada alternativa de respuesta se le da una valorización de una actitud positiva con mayor puntaje.

El diferencial semántico esta comprendido por tres subescalas que son: Videojuego y percepción, autopercepción y percepción, donde:

- Se da una afirmación a cada subescala para medir las características necesarias.
- En cada subescala se dan una serie de adjetivos bipolares con antónimos.
- Cada par de palabras antónimas ubicadas dentro de las tres subescalas tiene una dimensión positiva o negativa.
- Las alternativas de respuesta son cinco, siendo una característica positiva la de mayor puntaje cuyo valor es de cinco puntos .

- La forma de asignar el puntaje es de acuerdo a la proximidad de respuesta con cada uno de los adjetivos que se presentan, en ciertos pares de palabras están invertidas para evitar el sesgo de que en un lado se encuentren los adjetivos positivos y del otro los negativos.

El diferencial semántico queda formado por 62 ítems en tres subescalas:

ESCALA DE OSGOOD O DIFERENCIAL SEMANTICO				
SUBESCALAS	videojuego y percepción		autopercepción	percepcion
temas	personajes masculinos...	personajes femeninos...	me describo...	las personas que usan...
No. de ítems.	15	17	15	15

Las afirmaciones completas de cada subescala son :

“LOS PERSONAJES MASCULINOS DE UN VIDEOJUEGO DEBEN SER”.

“LOS PERSONAJES FEMENINOS DE UN VIDEOJUEGO DEBEN SER”.

“YO ME DESCRIBO COMO UNA PERSONA”.

“UNA PERSONA QUE JUEGA CON CUALQUIER SISTEMA DE VIDEOJUEGOS ES”.

PILOTEO

Se utilizó una muestra por cuotas, es decir, se aplicó el instrumento de acuerdo al criterio del investigador sin pasar por alto las características que se fijaron para su estudio. Se requerían jóvenes cuya edad oscilara entre los 15 y 18 años. Así como fueran de ambos sexos y que estuviesen estudiando el nivel medio superior y para llevar a cabo el piloteo se eligió a jóvenes que estudian en el CCH Oriente ubicado en Avenida Canal de San Juan en la Colonia Agrícola Oriental delegación Iztapalapa para obtener así la validación y la confiabilidad del instrumento. Otra de las características de la muestra es que le dediquen tiempo a los videojuegos.

Los procedimientos estadísticos que se realizaron fueron correlaciones por subescalas para determinar el nivel de confiabilidad del instrumento en la que se obtuvo una confiabilidad de 0.5956 en el instrumento total.

También se realizaron pruebas "t" para realizar la discriminación de ítems quedando 83 ítems de un total de 135 que se construyeron. El procedimiento que se llevó a cabo fue la comparación de dos grupos. Los sujetos que obtuvieron una puntuación baja contra los sujetos de puntuación alta. Se compararon sus medias y sus desviaciones estándares. Interesaba saber si las medias y desviaciones estándares del grupo de puntajes altos son altos con respecto a las medias y desviaciones del grupo de puntajes bajos si sucede el caso contrario nos indica que ese ítem no es apto para nuestra investigación

En piloteo de la escala tipo Lickert estaba conformado por 35 reactivos de los cuales quedaron 18 ítems esta discriminación fue realizada por medio de las Pruebas T que consistía en la comparación de grupos que obtenían un puntaje alto con respecto a los que tenía un puntaje bajo por medio de un paquete estadístico llamado NCSS y distribuidos en tres subescalas.

En el caso del diferencial semántico se contaba con un total de 128 ítems y en el análisis de reactivos quedaron un total de 62 ítems.

PROCEDIMIENTO

El procedimiento de la investigación consistió quedó compuesto en **dos etapas principales.**

La primera parte es la recolección de datos en las encuestas piloto en donde se les pregunta como se definen a ellos mismos así como preguntas que tienen que ver con la

np es el número de correlaciones sumadas

Sp es la sumatoria de las correlaciones

donde P es el promedio de las correlaciones

$$P = Sp/np$$

de confiabilidad:

Para la confiabilidad del instrumento piloto se realizaron una serie de correlaciones, por subescalas en donde cada ítem dentro de una subescala se correlacionó con los demás ítems de esa misma subescala y se aplicó la fórmula para determinar el coeficiente

CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DEL INSTRUMENTO

conformando un total de 110 sujetos.

18 años 29 sujetos encuestados

17 años 38 sujetos encuestados

16 años 33 sujetos encuestados

15 años 10 sujetos encuestados

La segunda parte consistió en la aplicación del instrumento final en el Colegio de Bachilleres Plantel "12" ubicado en la ciudad de Netzahualcoyotl en donde se distribuyó por semestres en los cuales tratamos de ubicar la edad de los encuestados es decir el 1º y el 2º semestre ubicábamos a los jóvenes que tenían su edad de 15 años; el 3º y el 4º semestre a los que tienen 16 años; y los de 5º y 6º semestre a los de 17 y 18 años. Una vez realizada la aplicación del instrumento se procedió a la codificación del mismo para llevar a cabo los análisis respectivos y en los cuales las edades quedaron así:

apartado del piloto.

percepción que tienen de las personas que usan los videojuegos de igual forma las características de los personajes que existen en los videojuegos y que se describen en el

La validación del instrumento se realizó por medio de un análisis factorial donde se observó la ubicación de cada ítem dentro de cada factor de un total de 7 factores. la ubicación de los ítems corresponde a los primeros 3 factores por lo que se infiere que el instrumento mide lo que pretende medir, pues cada uno de estos factores denotarían a los indicadores que se plantearon como los son autopercepción, percepción y categorización social (que dentro del instrumento es percepción social).

Lo cual nos permite concluir en primaria instancia que el instrumento piloto que se aplicó se observa que en la escala de Osgood muestra una confiabilidad mucho mayor con respecto a la escala Likert, pero no por eso deja de ser confiable puesto que las respuestas de los sujetos caen dentro de los parámetros esperados.

Subescala	Confiabilidad	Tipo de subescala
Autopercepción	0.5681	Likert
Tiempo Libre	0.0998	Likert
Percepción Social	0.4544	Likert
Videojuego y Percepción personajes masculinos	0.5722	Osgood
Videojuego y Percepción personajes femeninos	0.8194	Osgood
Autopercepción	0.7662	Osgood
Percepción	0.8591	Osgood

Quedando de la siguiente manera:

P es el promedio de la correlaciones

donde N es el número de ítems

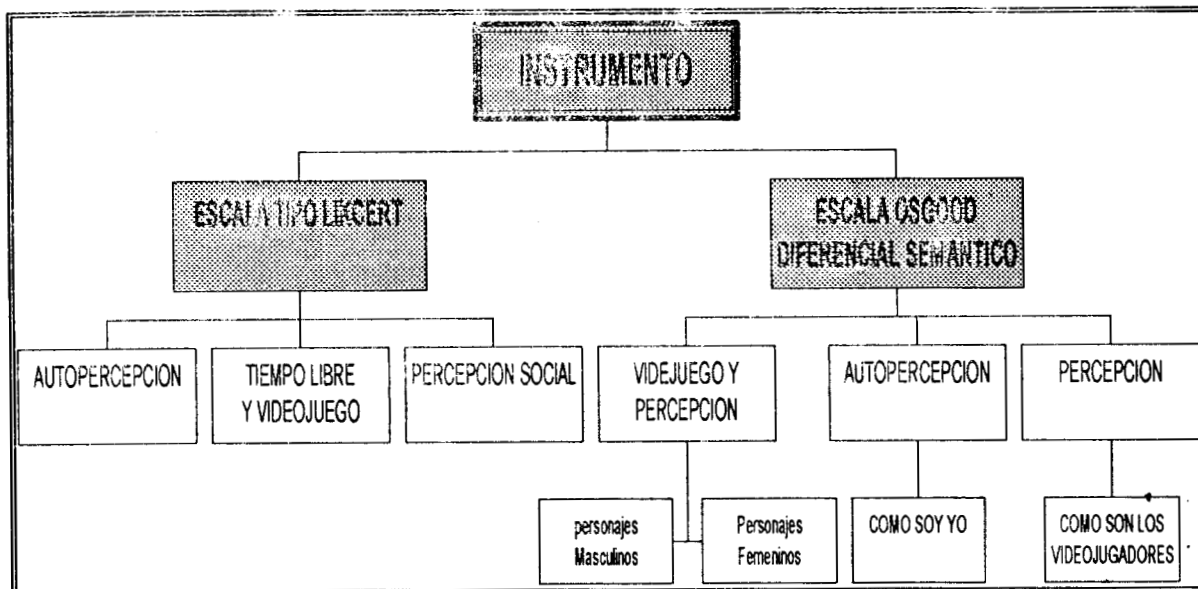
$$\text{alfa} = \frac{N \cdot P}{N - 1} + P(N - 1)$$

una vez que obtenemos la siguiente fórmula:

DESCRIPCION Y ANALISIS DE RESULTADOS

Los datos que arrojaron los análisis estadísticos realizados en los programas: spss, ncss y excel fueron los siguientes:

El instrumento quedó organizado por escalas y a su vez esta subdividida en varias temáticas. El siguiente cuadro lo explica como esta distribuido:



Se describe el comportamiento de los sujetos por medio de la media y la desviación estandar en cada uno de los reactivos y a continuación se espera que los reactivos tengan una media elevada y una desviación pequeña. Quedando de la siguiente forma:

En la escala tipo Lickert:

Para la escala de **auto percepción**

	item1	item2	item3	item4	item5	item6	item7	item8	item9	item10
media	4.0909	4.1455	2.1636	3.5273	3.7909	3.3091	2.5545	3.3818	2.9727	2.8636
desviación estandar	0.8189	0.8762	1.0363	1.2244	1.1013	1.346	1.231	1.3408	1.4681	1.4806

Para la escala de tiempo libre

	item1	item2	item3	item4
media	2.3818	2.4273	2.1091	2.4182
desviación estandar	1.2778	1.3373	1.0523	1.0813

Para la escala de percepción social

	item1	item2	item3	item4
media	2.6727	2.9636	3.5	3.8636
desviación estandar	1.1739	1.2629	1.3185	1.1291

En la escala tipo Osgood:

Para la escala videojuego y percepción personajes masculinos

	item1	item2	item3	item4	item5	item6	item7	item8	item9	item10	item11	item12	item13	item14	item15
media	4.2	3.4906	3.0741	3.2264	3.1389	3.5421	3.7037	3.9722	3.213	2.6762	3.4245	3.8365	4.0463	2.8318	4.0833
desviación estandar	1.1793	1.213	1.1577	1.2595	1.3771	1.2833	1.3483	1.2639	1.4472	1.2972	1.3162	1.3374	1.2104	1.103	1.1201

Para la escala videojuego y percepción personajes femeninos

item1	item2	item3	item4	item5	item6	item7	item8	item9	item10	item11	item12	item13	item14	item15	item16	item17
3.7982	3.4636	3.7156	2.6822	3.3585	2.9444	2.9238	3.6827	3.4074	2.9619	2.9151	2.8302	3.6154	3.8173	3.9714	3.4057	3.1028
1.3729	1.4632	1.3478	1.4578	1.3394	1.5029	1.3777	1.3457	1.381	1.4801	1.3246	1.3902	1.3816	1.3636	1.3189	1.3992	1.5897

Para la escala de autopercepción

	item1	item2	item3	item4	item5	item6	item7	item8	item9	item10	item11	item12	item13	item14	item15
media	4.1835	3.9907	3.3551	3.6604	3.6355	3.6789	3.4074	3.0667	3.2455	4.0762	4.000	4.1509	3.6111	3.5514	3.6147
desviación estandar	1.0199	1.1879	1.3335	1.3793	1.1768	1.1854	1.3945	1.3535	1.3354	1.0892	1.1274	1.2251	1.126	1.1755	1.3327

Para la escala de percepción

	item1	item2	item3	item4	item5	item6	item7	item8	item9	item10	item11	item12	item13	item14	item15
media	4.1835	3.9907	3.3551	3.6604	3.6355	3.6789	3.4074	3.0667	3.2455	4.0762	4.000	4.1509	3.6111	3.5514	3.6147
desviación estandar	1.0199	1.1879	1.3335	1.3793	1.1768	1.1854	1.3945	1.3535	1.3354	1.0892	1.1274	1.2251	1.126	1.1755	1.3327

Como se puede observar en cada escala la diferencia de cada ítem que hay entre su media y desviación estandar nos indica la existencia de una mínima diferencia, aunque hay ítemes que muestran todo lo contrario. Esto nos va diciendo cual es la postura de los sujetos ya que se encuentran ante reactivos que no les causa problemas o que les permita estar a favor o en contra, pero también hubo reactivos que la mejor opción a contestar era la neutra.

Descripción de las correlaciones al interior de cada subescala.

Por un lado se realizaron correlaciones para determinar la relación que guardan cada uno de los ítems entre sí y además tienen que ver con las hipótesis de investigación que se refiere a las características de autopercepción de los jóvenes usuarios de videojuegos, así como a las características que atribuyen a los videojugadores. Las correlaciones están conformadas dentro de diversas subescalas. Dichas subescalas se encuentran en dos partes principales, una que comprende una escala tipo Likert y la otra formada por una escala de Osgood o diferencial semántico.

Partiendo de la estructura del instrumento tenemos que las correlaciones que se hicieron fueron por separado, es decir por cada subescala quedando de la siguiente manera:

Para este análisis de correlación de Pearson en donde la correlación perfecta es considerada con el siguiente valor que va de -1.00 a 1.00. Las correlaciones que se tomaran en cuenta son las que van de 0.3 a 0.7 como significativas, de esta manera los resultados fueron:

SUBESCALA DE AUTOPERCEPCION (TIPO LICKERT)

Ítem1	Ítem2	Ítem3	Ítem4	Ítem5	Ítem6	Ítem7	Ítem8	Ítem9	Ítem10
1.000									
0.109	1.000								
-0.018	0.236	1.000							
0.153	0.048	0.445	1.000						
0.113	0.136	0.247	0.280	1.000					
0.199	0.140	0.115	0.190	0.217	1.000				
0.241	0.154	0.166	0.182	0.377	0.283	1.000			
-0.090	0.015	-0.059	-0.101	0.086	-0.102	-0.007	1.000		
-0.189	0.103	0.009	0.049	0.099	-0.084	-0.052	0.117	1.000	
0.207	0.185	0.242	0.253	0.472	0.228	0.329	-0.089	-0.044	1.000

De un total de diez ítems que los tenemos ubicados en este subescala en donde se pretende ubicar todas las afirmaciones que tengan que ver con autopercepción tenemos.

Por lo que se observa que la relación entre ítems no es más que la forma en que se perciben a ellos mismos en torno a los videojuegos es decir, existen elementos para afirmar que si hay un constructo de autoconcepto como videojugador que los define como tal, ya que los sujetos realizan atribuciones

Lo que refleja la competitividad entre ellos.
 También el ítem 7 obtuvo una correlación con el ítem 10 que significa que si las respuestas dentro del ítem 7 aumentan, el ítem 10 aumentará en un 0.3288.

miembros del grupo al que pertenecen
 ambas partes (satisfacción y sobresalir) genera admiración y acercamiento de los mejor que los demás usuarios, así como sobresalir entre sus amigos y que unidas competencia existente entre los jóvenes. Donde se busca la satisfacción de ser objetivo de ser el mejor videojugador aumenta e indirectamente refleja la competencia aumenta entre sus amigos sobre algún videojuego en especial, el 0.3773 y 0.4719 respectivamente. Es decir que en la medida en que la que el ítem 5 aumenta su valor, el ítem 7 y el 10 aumentarán también en un máquinas de videojuegos es ser el mejor). Lo que significa que en la medida en correlación con respecto al ítem 10 (uno de los objetivos de jugar con las videojuegos me hace más popular con los demás). Este mismo ítem 5 obtuvo una especial) su correlación con el ítem 7 (cuando estoy jugando en las máquinas de Del ítem 5 (me gusta competir con mis amigos jugando algún videojuego en

cuya medio de interacción es el videojuego en los jóvenes.
 similares sean estos amigos de escuela, calle o colonia y pertenecer a un grupo Una explicación a estas afirmaciones es el sentir o el ser aceptados entre sus significativa entre ser atraído por los videojuegos que permita conocer amigos. 3 aumenta, el ítem 4 aumentará en un 0.4447. Esto es hay una relación sientio atraído por sus gráficos). Lo que significa que en la medida en que el ítem una correlación significativa con el ítem 4 (al estar frente a un videojuego me El ítem 3 (con los videojuegos me permite conocer a mis amigos) obtuvo

La segunda correlación es entre: Los muchachos que pasan el tiempo libre en las maquinas de videojuego son inteligentes (ítem 3). Con Quienes juegan con los videojuegos en su tiempo libre son personas muy dinámicas (ítem 4). Esto significa que en la medida que aumenta el valor del ítem 3, el valor del ítem 4 aumentará en un 0.3285. Quienes hacen uso del videojuego en su tiempo libre son considerados como inteligentes y dinámicos por ellos mismos.

La primera correlación es entre: En mi tiempo libre pienso como pasar al siguiente nivel de dificultad en algún videojuego en especial (ítem 1). Con Mi desempeño es igual en los videojuegos como en las demás actividades que tengo (ítem). Esto significa que en la medida en que el ítem 1 aumenta el valor, el ítem 2 aumentará en un 0.3869

En esta subescala las correlaciones fueron las siguientes: de un total de cuatro ítems existen dos correlaciones una entre el ítem 1 y el ítem 2 y la otra entre el ítem 3 y el ítem 4 y todas en conjunto pretenden medir el tiempo libre y el uso del videojuego. El simple hecho de pensar como pasar al siguiente nivel no interfiere con sus demás actividades pues esta forma parte de ellas en donde el uso de videojuegos le permite al sujeto desarrollar habilidades psicomotrices así como el utilizar administrar su tiempo en una de tantas formas de entretenimiento.

ítem 1	1.000			
ítem 2	0.387	1.000		
ítem 3	0.214	0.234	1.000	
ítem 4	0.179	0.209	0.328	1.000

SUBESCALA TIEMPO LIBRE Y VIDEOJUEGO (TIPO LICKERT)

relacionadas con competencias, éxitos y fracasos, que son retroalimentados al interior de cada uno de ellos y reforzados por el grupo al que pertenecen. Esto nos lleva a lo que dice Rosenberg que el autoconcepto consiste en un aspecto social mediado por la interacción de percepciones y un aspecto psicológico mediado por la asimilación de emociones, actitudes, y comportamientos.

ítem 6	0.085	0.277	0.082	-0.256	-0.058	1.000													
ítem 5	0.029	0.153	0.118	0.273	1.000														
ítem 4	0.150	-0.003	0.105	1.000															
ítem 3	-0.011	0.107	1.000																
ítem 2	0.351	1.000																	
ítem 1	1.000																		

(TIPO OSGOOD)

SUBESCALA VIDEOJUEGO Y PERCEPCION PERSONAJES MASCULINOS

De un total de cuatro ítemes las correlaciones que se presentaron fueron muy bajas por debajo del 0.3. Lo que nos lleva a concluir que la importancia que los videojugadores les otorgan a otros videojugadores no es representativa dentro del las afirmaciones que se incluyeron en el instrumento. Pero no se descarta la posibilidad de que estas afirmaciones puedan incluirse para futuras investigaciones, simplemente no existe una relación entre ellos. Entre ellas fallaron afirmaciones en función de la representatividad que tienen los establecimientos como un espacio de reunión de los jóvenes que permita una socialización con grupos específicos que tienen una identidad propia.

ítem 4	0.063	-0.029	0.083	1.000
ítem 3	-0.041	0.165	1.000	
ítem 2	0.035	1.000		
ítem 1	1.000			

SUBESCALA PERCEPCION SOCIAL (TIPO LICKERT)

De la observación que tienen de los jóvenes de sí mismos con relación a los videojuegos es que se sienten atraídos por los gráficos que hay en los videojuegos lo cual permite establecer contacto con otros sujetos que tienen características en común. La competencia con sus amigos es para demostrar sus habilidades y su existencia en el grupo al que pertenece. Esto indica que parte del tiempo libre que tienen los encuestados la utilizan en esta forma de entretenimiento que les permita distraerse y contactar gente que posea características similares a las de ellos.

Item 7	0.141	0.357	0.297	-0.067	0.201	0.444	1.000									
Item 8	0.340	0.288	-0.083	0.154	0.154	0.222	0.249	1.000								
Item 9	0.045	0.267	0.154	0.018	-0.090	0.253	0.184	0.205	1.000							
Item 10	-0.175	0.045	0.076	0.201	0.289	0.010	0.031	-0.120	-0.090	1.000						
Item 11	0.271	-0.071	-0.155	0.388	0.272	-0.124	-0.052	0.195	-0.081	0.148	1.000					
Item 12	0.178	-0.004	0.010	0.80	0.117	-0.037	0.136	0.125	0.135	0.065	0.412	1.000				
Item 13	0.457	0.198	0.098	0.189	0.098	0.290	0.290	0.319	0.142	-0.051	0.135	0.387	1.000			
Item 14	0.251	0.097	0.150	0.282	0.078	0.037	0.197	0.178	0.218	0.149	0.271	0.309	0.181	1.000		
Item 15	0.319	0.327	0.046	0.097	0.069	0.168	0.230	0.365	0.178	0.008	0.068	0.169	0.300	0.117	1.000	

En esta subescala son un total de 15 ítems y cada uno de ellos son pares de palabras opuestas, cuya afirmación es describir la manera en que deban de ser los personajes de los videojuegos masculinos. Los resultados de los encuestados son los siguientes:

Dentro del ítem 1 (agiles-torpes). Tenemos que su correlación con el ítem 2 (debiles-fuertes). Con el ítem 8 (poderoso-impotente). Con el ítem 13 (capaz-incapaz). Y con el ítem 15 (fuerte-debil). Esto quiere decir que en la medida en que aumenta el valor ágil del ítem 1; los ítems 2,8,13, y 15 aumentarán en un 0.3505; 0.3404; 0.4565 y 0.3191 respectivamente ubicándolo dentro de los ítems más importantes por la cantidad en que se relaciona con los demás ítems.

El ítem 2 (débiles-fuertes) tiene correlaciones con el ítem 7 (pasivo-activo) y con el ítem 15 (fuerte-débil) de. Este ítem nos indica que si aumenta su valor, los valores de los ítems 7 y 15 aumentarán 0.3574 y 0.3265 respectivamente.

El ítem 4 (compartido-egoista) tiene una correlación con los ítems 11 (sociable-huraño); y el 12 (atento-desatento). Estos valores nos indican que si el ítem 4 aumentará, los ítems 11 y 12 aumentarán en un 0.3881 y 0.4798 respectivamente.

El ítem 6 (blando-duro) tiene una correlación con el ítem 7 (pasivo-activo). Es decir que el ítem 7 aumentará el 0.4441 si el ítem 6 aumentara.

El ítem 8 (poderoso-impotente) tiene una correlación con los ítems 13 (capaz-incapaz) y con el 15 (fuerte-debil), así como la que existe con el ítem 1. Por lo que sí el ítem 8 aumentará, los ítems 1, 13 y 15 aumentarían un 0.3404

0.3185 y 0.3647 respectivamente

El ítem 11 además de la correlación que existe con el ítem 4 también presenta una correlación con el ítem 12 (atento-desatento). Es decir si el ítem 11 aumentará, el ítem 12 aumentará un 0.4121. Existe una relación entre sociable y atento.

El ítem 12 (atento-desatento) además de las correlaciones que tiene con los ítems 4 que ya fue descrita, también presenta correlaciones con los ítems 13 (capaz-incapaz) y el ítem 14 (feo-atractivo). Es decir si el ítem 12 tiene de a aumentar, los ítems 4, 13 y 14 aumentarían en un 0.4798, 0.3870 y 0.3090

El ítem 13 además de las correlaciones con los ítems 1, 8 y 12 existen una correlación con el ítem 15 (fuerte-débil). Por lo que se concluye que si el valor del ítem 13 aumentará el valor de los ítems 1, 8, 12 y 15 aumentarían en un 0.4565, 0.3185, 0.3870 y 0.3004.

El ítem 14 (feo-atractivo) nada más se correlaciona con el ítem 12 (atento-desatento), que ya fue descrito con anterioridad. Es decir si el ítem 14 aumentará, el ítem 12 aumentará en un con un valor de 0.3090
Y por último las correlaciones del ítem 15 son con los ítems 1, 2, 8 y 13 que se han descrito anteriormente. Es decir si el ítem 15 aumentará, el ítem 1, 2, 8 y 13 aumentará en un 0.3191, 0.3265 0.3647 y 0.3004 respectivamente.

Dentro de esta subescala dado que nuestra población es del sexo masculino refleja la imagen y características que puede poseer una persona principalmente el ideal que ellos quisieran ser en un futuro como personas adultas. Además que la direccionalidad de esta subescala es favorable en el sentido positivo de los adjetivos empleados para que definan al personaje masculino en un videojuego que son: compartidos, duros, poderosos, sociables, atentos, capaces, atractivos, y fuertes. De estos los que pesaron más fueron:

poterosos, atentos, capaz y fuerte

SUBESCALA VIDEOJUEGO Y PERCEPCION personajes femeninos

(TIPO OSGOOD)

Item 1	1.000																			
Item 2	-0.088	1.000																		
Item 3	0.305	0.236	1.000																	
Item 4	-0.129	0.123	0.239	1.000																
Item 5	-0.061	0.241	0.155	0.059	1.000															
Item 6	0.073	0.025	-0.024	0.069	-0.045	1.000														
Item 7	0.215	0.048	0.390	0.239	0.143	0.012	1.000													
Item 8	0.074	0.197	0.080	-0.058	0.196	0.049	-0.035	1.000												
Item 9	-0.046	0.253	0.142	0.171	0.178	0.094	0.092	0.303	1.000											
Item 10	0.289	-0.046	0.207	-0.053	0.121	-0.082	0.146	-0.063	-0.093	1.000										
Item 11	0.232	0.258	0.326	0.194	0.315	0.007	0.457	0.119	0.146	0.280	1.000									
Item 12	0.022	0.291	0.307	0.379	0.182	-0.121	0.411	0.062	-0.003	0.099	0.619	1.000								
Item 13	0.057	0.304	0.210	0.099	0.305	0.112	0.156	0.172	0.291	-0.143	0.222	0.204	1.000							
Item 14	0.084	0.129	0.113	0.005	0.200	0.096	0.145	0.171	0.260	0.075	0.172	0.064	0.641	1.000						
Item 15	0.249	0.086	0.149	-0.170	0.156	0.043	0.097	0.305	0.192	0.189	0.191	0.018	0.395	0.604	1.000					
Item 16	0.031	0.143	0.044	-0.022	0.127	0.075	-0.122	0.231	0.297	-0.026	0.001	-0.088	0.402	0.444	0.439	1.000				
Item 17	0.081	0.085	0.222	0.359	0.122	0.065	0.211	-0.090	0.128	0.079	0.279	0.335	0.312	0.078	0.052	0.018	1.000			

De un total de 17 ítemes las correlaciones son las siguientes:

Del ítem 1 (forpes-ágiles) existe una correlación con el ítem 3 (feas - bonitas). Es decir que a medida que aumenta el valor del ítem 1 el valor del ítem 3 aumentará en un 0.3048

El ítem 2 (buenas-malas) mantiene una correlación con el ítem 13 (sociable-huraño). Es decir que a medida que aumenta el valor del ítem 2 el valor del ítem 13 aumentará en un 0.3042

El ítem 3 (fea-bonitas) además de la correlación que hay con el ítem 1, también se correlaciona con los ítemes 7 (exaltado-moderado), 11 (rencoroso-piadoso) y 12 (orgullosa-noble). Es decir que a medida que aumenta el valor del ítem 3, los ítemes 1 7 y 11 aumentarán en un 0.3048, 0.3898, 0.3257 y 0.3072 respectivamente.

El ítem 4 (agresiva-pasivas) mantiene una correlación con los ítemes 12

(orgullosa-noble) y 17 (rudo-amigable). Es decir que a medida que aumenta el valor del ítem 4, los ítems 12 y 17 aumentarán en un 0.3787 y 0.3586 respectivamente.

El ítem 5 (compartido-egoísta) mantiene una correlación con los ítems 11 (rencoroso-piadoso) y el 13 (sociable-hurano). Es decir que a medida que aumenta el valor del ítem 5, los ítems 11 y 13 aumentarán en un 0.3154 y 0.3056 respectivamente.

El ítem 7 (exaltado-moderado) además de la correlación con el ítem 3 también existe con los ítems 11 (rencoroso-piadoso) y 12 (orgullosa-noble). Es decir que a medida que aumenta el valor del ítem 7, los ítems 3, 11 y 12 aumentarán en un 0.3257, 0.4571 y 0.4108 respectivamente.

El ítem 8 (poderoso-impotente) mantiene una correlación con los ítems 9 (sensible-insensible) y 15 (capaz-incapaz). Es decir que a medida que aumenta el valor del ítem 8, los ítems 9 y 15 aumentarán en un 0.3034 y 0.3052 respectivamente.

El ítem 9 (sensible-insensible) mantiene la misma correlación con el ítem 8 nada más. Es decir que a medida que aumenta el valor del ítem 9 el valor del ítem 8 aumentará en un 0.3034

El ítem 11 (rencoroso-piadoso) mantiene correlaciones con los ítems 3, 5, 7 que ya fueron descritas, pero también con el ítem 12 (orgullosa-noble). Es decir que a medida que aumenta el valor del ítem 11, los ítems 3, 5, 7 y 12 aumentarán en un 0.3072, 0.3154, 0.4571 y 0.6188 respectivamente

El ítem 12 (orgullosa-noble) mantiene correlaciones con los ítems 3, 4, 7 y 11, que fueron descritas, pero también con el ítem 17 (rudo-amigable). Es decir que a medida que aumenta el valor del ítem 12, los ítems 3, 4, 7, 11 y 17

Así pues estos resultados muestran la relación existente entre ítems y permite ver que hay ítems que describen la forma en que los encuestados perciben a cada personaje que hay en los videojuegos ubicados principalmente

0.3124 respectivamente.

El ítem 17 (rudo-amigable) mantiene correlaciones con los ítems 4, 12 y 13 que ya fueron descritos con anterioridad. Es decir que a medida que aumenta el valor del ítem 17, los ítems 4, 12 y 13 aumentarán en un 0.3586, 0.3348 y

ítem 16, los ítems 13, 14 y 15 aumentarán en un 0.4023, 0.4443 y 0.4386.

El ítem 16 (ligero-pesado) mantiene correlaciones con los ítems 13, 14 y 15 que ya se describieron antes. Es decir que a medida que aumenta el valor del

aumentarán en un 0.3052, 0.3947, 0.6042 y 0.4386 respectivamente.

El ítem 15 (capaz-incapaz) mantiene correlación con el ítem 8, 13 y 14 que ya se describieron con anterioridad, pero también con el ítem 16 (ligero-pesado). Es decir que a medida que aumenta el valor del ítem 15, los ítems 8, 13 14 y 16

un 0.6042 y 0.4443 respectivamente.

El ítem 14 (atento-desatento) mantiene correlaciones con el ítem 13 que ya fue descrito y con los ítems 15 (capaz-incapaz) y 16 (ligero-pesado). Es decir que a medida que aumenta el valor del ítem 14, los ítems 15 y 16 aumentarán en

0.3124 respectivamente.

El ítem 13 (sociable-huraño) mantiene correlaciones con los ítems 2 y 5 que ya fueron descritos anteriormente, pero también existe correlación con los ítems 14 (atento-desatento); 15 (capaz-incapaz); 16 (ligero-pesado); y 17 (rudo-amigable). Es decir que a medida que aumenta el valor del ítem 13, los ítems 2, 5, 14, 15, 16 y 17 aumentarán en un 0.3042, 0.3056, 0.6406, 0.3947, 0.4023 y

aumentarán en un 0.3072, 0.3787, 0.4108 y 0.3348 respectivamente.

personajes femeninos y personajes masculinos donde las características de los personajes masculinos por un lado refleja la forma en que debe ser una persona de este genero, lo mismo sucede con los personajes femeninos. De esta descripción de personajes femeninos las características otorgadas son: ágiles, bonitas, pasivas, compartidas, poderosas, sensibles, nobles, sociables, atentas, capaces, ligeras, amigables. De estos los que tuvieron mayor importancia fueron: bonitas, nobles, sociables, atentas, y capaces, y que son rasgos propios de la imagen de una mujer ubicada desde el entorno en el que ellos se encuentran.

SUBESCALA AUTOPERCEPCION (TIPO OSGOOD)

	item1	item2	item3	item4	item5	item6	item7	item8	item9	item10	item11	item12	item13	item14	item15
item 1	1.000														
item 2	-0.106	1.000													
item 3	0.157	0.251	1.000												
item 4	-0.116	0.107	-0.071	1.000											
item 5	0.005	0.132	0.150	0.215	1.000										
item 6	0.024	0.163	0.050	0.306	0.311	1.000									
item 7	0.034	0.306	0.139	0.147	0.217	0.091	1.000								
item 8	-0.086	0.176	0.142	0.164	0.241	0.099	0.369	1.000							
item 9	-0.032	0.190	0.252	0.351	0.124	0.076	0.359	0.427	1.000						
item 10	0.280	0.255	0.127	0.188	0.096	0.122	0.236	0.146	-0.147	1.000					
item 11	0.203	0.249	0.220	0.071	0.069	0.209	0.154	0.270	-0.025	0.644	1.000				
item 12	0.112	0.358	0.151	0.041	0.148	0.235	0.259	0.122	0.081	0.472	0.444	1.000			
item 13	0.168	0.212	0.019	-0.036	0.204	0.106	0.104	0.257	0.064	0.403	0.346	0.539	1.000		
item 14	0.103	0.073	0.136	0.192	-0.030	0.156	0.210	0.147	0.266	0.211	0.202	0.388	0.255	1.000	
item 15	0.109	0.304	0.220	0.054	0.055	0.087	0.281	0.119	0.258	0.294	0.128	0.308	0.229	0.024	1.000

De un total de 15 ítems las correlaciones dentro de esta subescala son las siguientes:

Tenemos que en el ítem 2 (prepotente-razonable) mantiene una correlación con los ítems 7 (agresivo-tranquilo), 12 (capaz-incapaz) y 15 (rudo-amigable). Es decir que a medida en que se perciben como jóvenes razonables, aumenta el valor del ítem 2, los ítems 7, 12 y 15 aumentarán en un 0.3060, 0.3582 y 0.3037 respectivamente.

El ítem 4 (sensible-insensible) mantiene correlación con el ítem 6 (bueno-malo). Es decir que a medida que aumenta el valor del ítem 4, el ítem 6

aumentará en un 0.3060.

El ítem 5 (modesto-vanidoso) mantiene una correlación con el ítem 6 (bueno-malo). Es decir que a medida que aumenta el valor del ítem 5, el ítem 6 aumentará con un valor de 0.3060.

El ítem 6 (bueno-malo) mantiene correlaciones con los ítems 4 y 5 que ya fueron descritos anteriormente. Es decir que a medida que aumenta el valor del ítem 6, los ítems 4 y 5 aumentarán en un 0.3060 y 0.3060.

El ítem 7 (agresivo-tranquilo) mantiene correlaciones con los ítems 2 (prepotente-razonable), 8 (rencoroso-piadoso) y 9 (orgullosa-noble). Es decir que a medida que aumenta el valor del ítem 7, los ítems 2, 8 y 9 aumentarán en un cuyos valores son 0.3060, 0.3691 y 0.3594 respectivamente.

El ítem 8 (rencoroso-tranquilo) mantiene correlaciones con los ítems 7 (agresivo-tranquilo) que ya fue descrito y 9 (orgullosa-noble). Es decir que a medida que aumenta el valor del ítem 8, los ítems 7, 9 aumentarán en un 0.3691 y 0.4265

El ítem 9 (orgullosa-noble) mantiene correlaciones con los ítems 7 y 8 que ya fueron descritos anteriormente. Es decir que a medida que aumenta el valor del ítem 9, los ítems 7 y 8 aumentarán en un 0.3594 y 0.4265.

El ítem 10 (sociable-huraño) mantiene correlaciones con los ítems 11 (atento-desatento), 12 (capaz-incapaz) y 13 (fuerte-debil). Es decir que a medida que aumenta el valor del ítem 10, los ítems 11, 12 y 13 aumentarán en un 0.6436, 0.4720 y 0.4030 respectivamente.

El ítem 11 (atento-desatento) mantiene correlaciones con los ítems 10 (sociable-huraño) que ya fue descrito, con el 12 (capaz-incapaz) y el 13 (fuerte-

debil). Es decir que a medida que aumenta el valor del ítem 11, los ítems 10, 12 y 13 aumentarán en un 0.6436, 0.4441 y 0.3460 respectivamente.

El ítem 12 (capaz-incapaz) mantiene correlaciones con los ítems 2, 10 y 11 que ya fueron descritas anteriormente, pero también existe correlación con los ítems 13 (fuerte-debil), 14(ligero-pesado) y 15 (rudo-amigable). Es decir que a medida que aumenta el valor del ítem 12, los ítems 2, 10, 11, 13, 14, y 15 aumentarán en un 0.3582, 0.4720, 0.4441, 0.5393, 0.3876 y 0.3080 respectivamente.

El ítem 13 (fuerte-debil) mantiene correlaciones con los ítems 10, 11 y 12 que ya fueron descritos anteriormente. Es decir que a medida que aumenta el valor del ítem 13, los ítems 10, 11 y 12 aumentarán en un 0.4030, 0.3460 y 0.5393 respectivamente.

El ítem 14 (ligero-pesado) mantiene correlación con el ítem 12 que ya fue descrito con anterioridad. Es decir que a medida que aumenta el valor del ítem 14, los ítems 12 aumentará en un 0.3876.

El ítem 15 (rudo-amigable) mantiene correlaciones con los ítems 2 y 12 que ya fueron descritos con anterioridad. Es decir que a medida que aumenta el valor del ítem 15, los ítems 2 y 12 aumentarán en un 0.3037 y 0.3080 respectivamente.

De esta forma se observa que la relación que guarda cada ítem con respecto a otro, no es más que la descripción que los sujetos realizan en torno a ellos mismos como sujetos que se encuentran en un medio social en que se convive y se relaciona con otros sujetos que posean características similares a ellos y que justamente los ítems más significativos son los que permiten describir tanto a ellos mismos, como a los sujetos con los que mantiene relaciones o contactos sociales, así como la imagen de una persona adulta a la que pronto

llegaran a ser, además de que se las características que ellos mismos se otorgan es la de una personas que son sensibles, buenos, modestos, sociables, atentos, ligeros y amigables.

SUBESCALA PERCEPCION SOCIAL (TIPO OSGOOD)

	item1	item2	item3	item4	item5	item6	item7	item8	item9	item10	item11	item12	item13	item14	item15
item 1	1.000														
item 2	0.210	1.000													
item 3	0.072	0.459	1.000												
item 4	0.136	0.221	0.307	1.000											
item 5	0.273	0.265	0.237	0.440	1.000										
item 6	0.211	0.135	0.328	0.435	0.247	1.000									
item 7	0.188	0.315	0.479	0.173	-0.057	0.120	1.000								
item 8	0.152	0.228	0.237	0.160	0.115	0.127	0.470	1.000							
item 9	0.208	0.359	0.541	0.178	0.192	0.133	0.511	0.471	1.000						
item 10	0.203	0.222	0.101	0.191	0.158	0.040	0.130	0.194	0.215	1.000					
item 11	0.163	0.288	0.211	0.153	0.059	-0.018	0.174	0.181	0.193	0.116	1.000				
item 12	0.044	0.141	0.241	0.264	0.292	0.235	0.103	-0.044	0.144	0.221	0.089	1.000			
item 13	0.099	0.328	0.211	0.180	0.256	0.252	-0.032	0.122	0.174	0.207	0.201	0.455	1.000		
item 14	0.168	0.129	0.224	0.125	0.097	0.312	-0.025	-0.020	0.051	0.127	0.328	0.435	0.420	1.000	
item 15	0.153	0.255	0.399	0.255	0.132	0.292	0.206	0.111	0.337	0.097	0.274	0.010	0.054	0.105	1.000

De un total de 15 ítemes y cuyo fin es la de determinar cual es la percepción que tiene los encuestados de ellos mismos, las correlaciones fueron las siguientes:

Tenemos que el ítem 2 (prepotente-razonable) mantiene correlaciones con los ítemes 3 (exaltado-moderado); 7 (agresivo-tranquilo); 9 (orgullosa-noble) y 13 (capaz-incapaz). Es decir que a medida que aumenta el valor del ítem 2, los ítemes 3, 7, 9 y 13 aumentarán en un 0.4589, 0.3154, 0.3585 y 0.3277 respectivamente.

Del ítem 3 (exaltado-moderado) mantiene correlaciones con los ítemes: 2 (prepotente-razonable); 4(sensible-insensible); 6 (bueno-malo); 7 (agresivo-tranquilo); 9 (orgullosa-noble) y 15 (rudo-amigable). Es decir que a medida que aumenta el valor del ítem 3, los ítemes 2, 4, 6, 7, 9 y 15 aumentarán en un 0.4589, 0.3068, 0.3278, 0.4790, 0.5408 y 0.3985 respectivamente.

El ítem 4 (sensible-insensible) mantiene correlaciones con los ítemes: 3

(exaltado-moderado) que ya fue descrito con anterioridad, con el ítem 5 (modesto-vanidoso) y con el ítem 6 (bueno-malo). Es decir que a medida que aumenta el valor del ítem 4, los ítems 3, 5 y 6 aumentarán en un 0.3068, 0.4400 y 0.4346 respectivamente.

El ítem 5 (modesto-vanidoso) mantiene correlación con el ítem 4 que ya fue descrito con anterioridad. Es decir que a medida que aumenta el valor del ítem 5, los ítems 4, aumentará en un 0.4400.

El ítem 6 (bueno-malo) mantiene correlaciones con los ítems 3 y 4 que ya fueron descritas con anterioridad, pero también con el ítem 14 (ligero-pesado). Es decir que a medida que aumenta el valor del ítem 6, los ítems 3, 4, y 14 aumentarán en un 0.3278, 0.4346 y 0.3124 respectivamente.

El ítem 7 (agresivo-tranquilo) mantiene correlaciones con los ítems 2 (prepotente-razonable) y 3 (exaltado-moderado) que ya fueron descritos, pero también con los ítems 8 (rencoroso-piadoso) y 9 (orgullosa-noble). Es decir que a medida que aumenta el valor del ítem 7, los ítems 2, 3, 8 y 9 aumentarán en un 0.3154, 0.4790, 0.4700 y 0.5110 respectivamente.

El ítem 8 (rencoroso-piadoso) mantiene correlaciones con el ítem 7 (agresivo-tranquilo) y el ítem 9 (orgullosa-noble). Es decir que a medida que aumenta el valor del ítem 8, los ítems 7, y 9 aumentarán en un 0.4700 y 0.4713 respectivamente.

El ítem 9 (orgullosa-noble) mantiene correlaciones con los ítems 2 (prepotente-exaltado) 7 (agresivo-tranquilo) y 8 (rencoroso-piadoso), cuyos valores se describieron con anterioridad, pero también con el ítem 15 (rudo-amigable). Es decir que a medida que aumenta el valor del ítem 9, los ítems 2, 7, 8 y 15 aumentarán en un cuyo valor es de 0.3585, 0.5110, 0.4713 y 0.3369 respectivamente.

Los encuestados calificaron a los videojugadores como unas personas razonables, moderadas, sensibles, modesto, buenos y tranquilos. Es decir que la imagen que ellos tienen de sí mismo como videojugadores no cambian cuando tienen que describir a las otras gentes que también hacen uso del videojuego, las características que los sujetos otorgan esta altamente cargada al lado positivo.

respectivamente.

aumenta el valor del ítem 15, los ítems 3, y 9 aumentarán en un 0.3985 y 0.3369 (exaltado-moderado), con el 9 (orgullosa-noble). Es decir que a medida que El ítem 15 (rudo-amigable) mantiene correlaciones con los ítems 3, 11, 12 y 13 aumentarán en un 0.3124, 0.3281, 0.4352 y 0.4198 respectivamente.

incapaz). Es decir que a medida que aumenta el valor del ítem 14, los ítems 6, (mallo), con el 11 (cinico-honesto), con el 12 (atento-desatento) y con el 13 (capaz- El ítem 14 (ligero-pesado) mantiene correlaciones con los ítems 6 (bueno-

0.4198 respectivamente.

aumenta el valor del ítem 13, los ítems 2, 12 y 14 aumentarán 0.3277 0.4549 y con anterioridad y con el ítem 14 (ligero pesado). Es decir que a medida que (prepotente-razonable), el 12 (atento-desatento) cuyos valores se describieron El ítem 13 (capaz-incapaz) mantiene correlaciones con los ítems 2

respectivamente.

el valor del ítem 12, los ítems 13 y 14 aumentarán en un 0.4549 y de 0.4352 (capaz-incapaz) y con el 14 (ligero-pesado). Es decir que a medida que aumenta El ítem 12 (atento-desatento) mantiene correlaciones con los ítems 13

aumentará en un 0.3281.

pesado). Es decir que a medida que aumenta el valor del ítem 11, el ítem 14, El ítem 11 (cinico-honesto) mantiene correlación con el ítem 14 (ligero-

En lo que se refiere al análisis que se llevo a cabo sobre las correlaciones existente entre una subescala y otra. Observamos por un lado las correlaciones del cuestionario final en sus siete subescalas, así como el cuestionario piloto con 7 subescalas que pertenecen tanto a la escala tipo Likert como a la escala de

Correlaciones entre subescalas.

De esta forma se observa la relación que guarda cada ítem con respecto a otro no es más que la descripción que los sujetos realizan en torno a sí mismos, como a otros sujetos que hacen uso de los videojuegos en donde a medida que aumenta un ítem modifica el resultado de otro ítem por esta misma relación existente en lo que a percepción social y que tiene que ver con los procesos de atribución que realizan.

Por otra parte la forma en que se describen estas correlaciones puede ser entendidas de la siguiente manera. Tomando las correlaciones del ítem 15 como ejemplo que esta localizado en esta misma pagina y que hace referencia a las palabras opuestas (rudo-amigable) y que mantiene una relación con los ítems 3 (exaltado-moderado), y con el 9 (orgullosa-noble) y cuyas correlaciones son 0.3985 y 0.3369 respectivamente. Se dice que en la medida que se sea más amigable, la parte de lo moderado y lo noble, tendrá a aumentar en un 0.3985 y en un 0.3369 respectivamente por cada asenso que realice el ítem 15 (rudo-amigable).

vida de cada encuestado que comprende nuestra muestra.

De esta forma podemos afirmar que las correlaciones al interior de cada subescala nos permiten visualizar:

diferencial semántico como se muestran en los siguientes cuadros:

CORRELACIONES ENTRE SUBESCALAS							
	Autoper.lick	tie.lib.lickert	perc.soc.lick.	vi.yper.p.ma.di.	vi.yper.p.fe.di.	aut.perc.osgood	perc..osgood
Autoper.lick	1.000	0.563	0.424	0.172	0.067	-0.036	0.243
tie.lib.lickert		1.000	0.344	-0.054	-0.010	-0.043	0.122
perc.soc.lick.			1.000	0.212	0.108	0.054	0.302
vi.yper.p.ma.di.				1.000	0.543	0.289	0.256
vi.yper.p.fe.di.					1.000	0.372	0.246
aut.perc.osgood						1.000	0.066
perc..osgood							1.000

En esta tabla se observa que las correlaciones entre subescalas cuando son significativas están remarcadas. Es decir que cada subescala esta relacionada o ligada con otra permitiendo el seguimiento de este tema. El criterio para definir esta relación se obtiene a partir de la división entre Z sobre raíz cuadrada de N. pero cuando la N es mayor a 100 casos se toma como limite 100 y el resultado es de 0.196. Es decir que existirá una relación entre variables cuando el resultado de la correlación sea mayor a 0.196. Describiendo la tabla anterior :

La subescala de **autopercepción** (Lickert) establece relación con las subescalas **tiempo libre y videojuego** (Lickert; **percepción social** (lickert) y **percepcion** (Osgood) en un 0.563, 0.424 y 0.243 respectivamente.

La subescala de tiempo libre y videojuego (Lickert) se relaciona con la subescala percepción social (lickert) en un 0.344.

La subescala de percepción social (Lickert) se relaciona con las subescalas videojuego y percepción de los personajes femeninos (Osgood) y percepción social (Osgood) en un 0.212 y 0.302 respectivamente.

La subescala videojuego y percepción de personajes masculinos (Osgood) se relaciona con las subescalas videojuego y percepción de personajes

femeninos (Osgood) ; autopercepción (Osgood) y percepción (Osgood) en un 0.543, 0.289 y 0.256 respectivamente.

Por último tenemos a la subescala de videojuego y percepción de personajes femeninos (Osgood) que se relaciona con las subescalas autopercepción (Osgood) y percepción (Osgood) en un 0.372 y 0.246 respectivamente.

En la siguiente tabla se muestran los resultados del pilotaje realizado en el CCH oriente

correlación entre subescalas del cuestionario piloto

	autoper.lick	te.lib.lickert	perc.soc.lick	vi.yper.p.ma.di.	vi.yper.p.re.di.	aut.perc.osgo	perc.osgood
autoper.lick	1,00000						
te.lib.lickert	0,36108	1,00000					
perc.soc.lick	0,30382	0,27085	1,00000				
vi.yper.p.ma.di.	-0,05074	-0,16227	-0,06464	1,00000			
vi.yper.p.re.di.	-0,14280	-0,08811	0,01916	0,53917	1,00000		
aut.perc.osgood	-0,23573	-0,02563	0,09807	0,11100	0,52632	1,00000	
perc.osgood	-0,05445	-0,37046	-0,01225	-0,02904	0,14409	0,05046	1,00000

Como se puede observar en el cuestionario piloto en los que se refiere a los resultados con remarcados muestran una correlación significativa. Donde los encuestados opinan de manera general y establecen relaciones entre la subescalas.

La subescala de autopercepción tipo Lickert mantiene correlaciones con las subescalas tiempo libre y percepción social en donde a medida que aumenta la escala de autopercepción las otras subescalas aumentaran de manera proporcional en un 0.36108 y 0.30382 respectivamente.

La subescala de tiempo libre a su vez establece una correlación con la escala percepción social que es de tipo Osgood en donde a medida en que la

escala de tiempo libre aumenta la escala de percepción social aumentará inversamente proporcional en un -0.37046

La subescala de videojuego y percepción de los personajes masculinos establece una correlación con la subescala videojuego y percepción de los personajes femeninos de manera proporcional o sea que en la medida en que aumenta la forma en que describen a los personajes masculinos la descripción de los personajes femeninos tiende a aumentar en un 0.5392 .

También en lo que a autopercepción se refiere junto con la percepción de los personajes femeninos existe una correlación que se puede leer de la siguiente manera en la medida en que su descripción de ellos mismos sea mas alta la descripción de los personajes femeninos aumentará en un 0.5263

Estudio comparativo de pruebas "t" de la muestra piloto y la muestra final.

Dentro de las pruebas "t" que se hicieron en ambas muestras para hacer una discriminación de ítems se comparó las medias así como las desviaciones estándares. Dentro de la muestra piloto los pasos fueron los siguientes:

Dentro de una misma muestra piloto se crean dos grupos que tienen por un lado un puntaje bajo y, por otra parte los que tienen un puntaje alto. Este proceso se lleva a cabo por medio de las sumas que cada sujeto tiene en su cuestionario. Para la muestra final se realiza el mismo paso.

Los sujetos que tienen el puntaje bajo se les asigna el número "1", y los sujetos que tienen el puntaje alto se les asigna el número "2".

Se comparan estos grupos con cada ítem a partir de la media y desviación estándar y de su nivel de significancia que debe ser menor a $p < 0.05$.

Cuando se comparan las dos muestras (piloto y final). Se observa que las respuestas que existen en ambas muestras son totalmente diferentes, ya que por un lado tenemos que se realiza una discriminación en las respuestas, que esta dentro de la muestra piloto; y por otra parte, tenemos que las respuestas que hay

Los resultados dentro de la muestra piloto que arroja el paquete estadístico en lo que a medias y a desviaciones estándares se refiere en el grupo 2 (el que tiene el puntaje alto), tenemos que estas son más bajas con respecto a las medias y desviaciones estándares del grupo 1 (que tiene el puntaje bajo). Esto quiere decir que la respuesta de los sujetos de esta muestra no hay discriminación en sus respuestas (en su mayoría), presentados en el instrumento final. Esto no quiere decir que el instrumento deje de ser valido y confiable, sino que existen variables extrañas como puede ser el tipo de muestreo que se realizó ya que en la muestra piloto fue un muestreo al azar simple y en la muestra final fue un muestreo estratificado por edad y semestre y que en cierta forma determinaron estos resultados y que se hablará de esto posteriormente.

En algunos casos es lo contrario por los que se toma la decisión de discriminar el ítem, si el resultado de la varianzas es mayor a 0.05. En otros casos se obtuvo una varianzas menor a 0.05, pero la diferencia de medias consistía en que la media del grupo 2 era más pequeña con respecto a la del grupo 1, por lo que este ítem sí hace discriminación midiendo otra cosa ajena a la investigación, como es el caso de la afirmación 8. - CON LOS VIDEOJUEGOS ME PERMITE CONOCER MAS A MIS AMIGOS. El resto de los ítems que obtuvieron una varianza menor a 0.05 y cuyas medias y desviaciones estándares del grupo 2 fueron mayor con respecto a las medias y desviaciones estándares del grupo 1

Los resultados dentro de la muestra piloto que arroja el paquete estadístico son que las medias y desviaciones estándares pertenecientes al grupo 2 (que tiene el puntaje alto) en realidad es más alto con respecto a las medias y desviaciones estándares que pertenecen al grupo 1 (que tiene el puntaje bajo).

EDAD	TOTLAUT	TOTLTL	TOTPSL	TOTVPM	TOTVPM	TOTVPM	TOTAP	TOTPS
15	31.50	10.00	13.70	49.80	51.00	50.80	43.70	10
								10
								11.116
16	34.48	9.52	13.48	50.76	53.70	52.79	47.24	33
								33
								7.267
17	32.82	9.37	13.26	51.05	55.16	55.18	47.18	38
								38
								8.917
18	31.31	8.86	11.86	52.10	56.69	54.76	43.52	29
								29
								11.990
Total	32.80	9.34	13.00	51.13	54.75	53.95	45.92	
	5.645	3.193	2.875	10.044	12.725	11.256	11.990	

En el caso de la muestra final tenemos que aparecen estas variables quizá por el tipo de muestreo que se realizó, o por la posición en que se encontraban los encuestados, porque no es lo mismo contestar un cuestionario en su salón de clases que fuera de ellas, ya que en la muestra piloto contesto fuera de su salón de clases, como una aproximación generada en los resultados obtenidos dentro de las dos muestras.

Dentro de las pruebas t se realizó una comparación de medias entre las edades de los sujetos y obtener información si existe o no diferencia entre cada grupo y los resultados fueron los siguientes :

EDAD

como perciben a los usuarios de los videojuegos.

determinadas por las formas en que ellos se conciben como videojugadores así que se hablan en el punto 5 no existen por lo que sus respuestas están

Que significa esto, pues que dentro del grupo piloto las variables extrañas

heterogénea porque en las correlaciones entre ítemes menos consistencia.

presentan en este capítulo, con respecto a la muestra final que es más consistencia en sus repuestas como en el caso de las correlaciones que se homogénea porque los análisis estadístico demuestran que tanto hay más De este modo tenemos una muestra piloto que en apariencia es más

las afirmaciones seleccionadas.

en la muestra final se realizan dicha discriminación, pero en menor proporción en

Grupos	prueba t	diferencia
--------	----------	------------

La definición de los títulos es la misma que en las anteriores dos tablas y en siguiente tabla en la columna de grupos aparecen todas las posibles combinaciones entre las subescalas.

grupo	1	2	3	4	5	6	7
TOTLAUT	TOTLTL	TOTPSL	TOTVPM	TOTVPP	TOTAP	TOTPS	
N	110.00	110.00	110.00	110.00	110.00	110.00	110.00
ti	32.80	9.34	13.00	51.13	54.75	53.95	45.92
σ	5.469	3.166	2.616	9.715	12.224	9.767	9.628
Estadísticos descriptivos							
TOTALES DE CADA SUBESCALA							

Continuando con las pruebas t para determinar las diferencias si es que existen fue el comparar las medias de cada subescala sin importar la edad de los sujetos y los resultados se detallan en la siguiente página:

Como se observa las diferencias entre las edades solo es significativa cuando se comparan a los sujetos de 15 años con los de 16; y los que tienen 16 y 18 años en la subescala de autopercepción (Likert). En la subescala de percepción social (Likert) entre los que tienen 15 años y los que tienen 18 años y los que tienen 17 y 18 años. Lo quiere decir que en la medida en que los jóvenes del colegio de Bachilleres plantel 12 Nezahualcoyotl van creciendo, las percepciones que tienen de ellos mismos cuando son categorizados como videojugadores son diferentes a otros jóvenes de edades tanto inferiores como superiores.

En la columna de grupos se refiere a la comparación entre edades y el total de sujetos encuestados.

1-2	38.946	23.46
1-3	34.266	19.80
1-4	17.241	18.33
1-5	17.188	21.95
1-6	19.820	21.15
1-7	12.426	13.12
2-3	9.356	3.66
2-4	42.895	41.79
2-5	37.717	45.41
2-6	45.576	44.62
2-7	37.855	36.58
3-4	39.744	38.13
3-5	35.025	41.75
3-6	42.479	40.95
3-7	34.604	32.92
4-5	2.430	3.62
4-6	2.152	2.83
4-7	3.994	5.21
5-6	0.530	0.79
5-7	5.950	8.83
6-7	6.146	8.04

Para entender la tabla anterior en la columna uno que tiene por título "grupos" son todas las posibles combinaciones de los temas que se manejaron en el instrumento. Por ejemplo si en la fila cuatro tenemos la combinación 1-5 el 1 se refiere **TOTLIAUT** al tema y el 5 al tema **TOTVYPF** que son el total de la escala tipo Lickert de autopercepción y el total de la escala de Osgood que se refiere a videojuegos y personajes femeninos.

Como se observa en casi todos los casos la diferencia entre subescalas es muy grande a excepción de la combinación 5-6 donde no existe diferencia esta combinación se refiere a la comparación de medias entre las subescalas **TOTVYPF** subescala de videojuego y percepción de personajes femeninos (Osgood) y a **TOTAP** subescala de autopercepción (Osgood).

Esto nos lleva a concluir que existe un construcción de autoconcepto como videojugador pero todavía no es muy visible al menos en los jóvenes de 15 a 18 años del Colegio de Bachilleres plantel 12 "Netzahualcoyotl", pero esta construcción no llega a ser significativa cuando existan diferencias entre las edades.

Correlación entre ítems y la sumatoria de la subescala a la que pertenecen.

Los resultados de las correlaciones entre los ítems y la sumatoria de la subescala a la que pertenecen se realiza tanto en la muestra piloto como en la muestra final. Esta prueba estadística nos sirve para ver la consistencia de las respuestas que hay en cada ítem. y en principio funciona como un mecanismo de confiabilidad y validación, en el cual al obtener correlaciones altas da índices de que el ítem es consistente en la respuesta que genera. En caso contrario en que las correlaciones entre el ítem y la sumatoria sea baja indica que el ítem es ambiguo o no está cumpliendo la función de dar respuesta a la investigación como se muestra en la siguiente página :

ESCALA TIPO LICKERT:

questionario autoperc.	ítem 1	ítem 2	ítem 3	ítem 4	ítem 5	ítem 6	ítem 7	ítem 8	ítem 9	ítem 10	final
	0,3073	0,4102	0,4931	0,5393	0,6633	0,4846	0,5768	0,1982	0,2736	0,6255	
questionario autoperc.	ítem 1	ítem 2	ítem 3	ítem 4	ítem 5	ítem 6	ítem 7	ítem 8	ítem 9	ítem 10	final
	0,2222	0,3921	0,1912	0,5357	0,5358	0,2703	0,0449	0,3739	0,6167	0,4654	
questionario tiempo lib.	ítem 1	ítem 2	ítem 3	ítem 4	ítem 5	ítem 6	ítem 7	ítem 8	ítem 9	ítem 10	final
	0,5961	-0,070	0,2781	0,4880	-0,075	0,5962	0,4893	0,2442			
questionario tiempo lib.	ítem 1	ítem 2	ítem 3	ítem 4	ítem 5	ítem 6	ítem 7	ítem 8	ítem 9	ítem 10	final
	0,6982	0,7263	0,6278	0,6049							
questionario tiempo lib.	ítem 1	ítem 2	ítem 3	ítem 4	ítem 5	ítem 6	ítem 7	ítem 8	ítem 9	ítem 10	final
	0,3729	0,3063	0,4238	0,3714	0,5097	0,4380	0,0239				
questionario perc. social	ítem 1	ítem 2	ítem 3	ítem 4	ítem 5	ítem 6	ítem 7	ítem 8	ítem 9	ítem 10	final
	0,4720	0,5692	0,6011	0,4876							

questionario	perc. social	Item1**	Item2	Item3**	Item4**	Item5	Item6**	Item7	Item8	Item9	Item10
piloto		0,5141	0,4177	0,5985	0,6887	0,6182	0,3640	0,2339	0,3348	-0,0115	0,1748

Los asteriscos que se muestran en las tablas que pertenecen al instrumento piloto indican que estos ítemes están en el instrumento final. Por lo que estas correlaciones no nos indican si el ítem es discriminado o no, pues solo muestra la consistencia del ítem, incluso hay ítemes que presentan correlaciones altas pero cuando se calcula la confiabilidad que fuera, así como también hay ítemes que muestran correlaciones bajas y al calcular la confiabilidad del instrumento se queda.

Los resultados sombreados que se muestran en la tabla de la tabla de arriba nos indican la consistencia de ese ítem, es decir, que el ítem esta respondiendo favorablemente para los fines de la investigación así como el peso que tienen dentro del instrumento al obtener correlaciones altas. Por otro lado los ítemes con correlaciones baja nos indican el poco peso que tienen. También se observa que existe una gran diferencia en los resultados entre la muestra piloto y la muestra final, puesto que las correlaciones que un mismo ítem tienen en las dos muestras en algunos casos los resultados que las arroja bajan considerablemente e incluso la correlación

ESCALA OSGOOD:

questionario	final	ítem 1	ítem 2	ítem 3	ítem 4	ítem 5	ítem 6	ítem 7	ítem 8	ítem 9	ítem 10	ítem 12	ítem 12
correlación	video y	0,3677	0,2127	0,0854	0,3794	0,1709	0,1821	0,3404	0,3213	0,0759	0,0395	0,3631	0,7360
per. Masc.	percepción	ítem 13	ítem 14	ítem 15									
		0,7020	0,5824	0,5515									
questio.	piloto	ítem 1**	ítem 2	ítem 3	ítem 4	ítem 5	ítem 6	ítem 7	ítem 8	ítem 9	ítem 10	ítem 11	ítem 12
correlación	video y	0,4249	0,1867	0,3569	0,3861	0,5725	0,2786	0,5014	0,6116	0,5028	0,1221	0,0550	0,4721
per. Masc.	percepción	ítem 13	ítem 14	ítem 15	ítem 16	ítem 17	ítem 18	ítem 19	ítem 20	ítem 21	ítem 22	ítem 23	ítem 24
		0,5742	0,1752	0,2006	0,4312	0,0163	0,1208	0,4951	-0,1097	0,5149	0,3051	0,5342	0,5465
		ítem 25	ítem 26	ítem 27	ítem 28								
		0,4079	0,5052	0,2057	0,1147								
questio.	final	ítem 1	ítem 2	ítem 3	ítem 4	ítem 5	ítem 6	ítem 7	ítem 8	ítem 9	ítem 10	ítem	ítem 12
correlación	video y	0,0871	0,1990	0,1184	0,1043	0,2580	0,1155	0,1056	0,2569	0,3403	0,0928	0,2179	0,1220

per.feme.	percepción	ítem 13	ítem 14	ítem 15	ítem 16	ítem 17							
		0,5722	0,7670	0,7177	0,7049	0,4492							
cuestio.	piloto	ítem 1	ítem 2	ítem 3	ítem 4	ítem 5	ítem 6	ítem 7	ítem 8	ítem 9	ítem 10	ítem 11	ítem 12
correlación	video y	0,4249	0,1867	0,3569	0,3861	0,5725	0,2786	0,5014	0,6116	0,5028	0,1221	0,0550	0,4721
per. Femen.	percepción	ítem 13	ítem 14	ítem 15	ítem 16	ítem 17	ítem 18	ítem 19	ítem 20	ítem 21	ítem 22	ítem 23	ítem 24
		0,5742	0,1752	0,2491	0,4719	0,0872	0,4309	0,3370	0,4777	0,6193	0,3244	0,8727	0,5662
		ítem 25	ítem 26	ítem 27	ítem 28								
		0,6041	0,1088	0,3137	0,4677								
cuestio.	final	ítem 1	ítem 2	ítem 3	ítem 4	ítem 5	ítem 6	ítem 7	ítem 8	ítem 9	ítem 10	ítem 11	ítem 12
correlación	autopercep	0,2051	0,4284	0,2121	0,1119	0,1822	0,2024	0,2724	0,2755	0,2621	0,5145	0,3979	0,7899
		ítem 13	ítem 14	ítem 15									
		0,6728	0,5503	0,5611									
cuestio.	piloto	ítem 1	ítem 2	ítem 3	ítem 4	ítem 5	ítem 6	ítem 7	ítem 8	ítem 9	ítem 10	ítem 11	ítem 12
correlación	autopercep	0,5691	0,6736	0,5775	0,2041	0,1230	0,2983	0,3783	0,2160	0,4095	0,5575	-0,0040	0,6304
		ítem 13	ítem 14	ítem 15	ítem 16	ítem 17	ítem 18	ítem 19	ítem 20	ítem 21	ítem 22		
		0,5831	0,5725	0,5450	0,6084	0,5699	0,5276	0,2093	0,3673	0,2452	0,4028		
cuestio.	final	ítem 1	ítem 2	ítem 3	ítem 4	ítem 5	ítem 6	ítem 7	ítem 8	ítem 9	ítem 10	ítem 11	ítem 12
correlación	percepción	0,1278	0,2453	0,2872	0,2001	0,1981	0,2655	0,1622	0,1175	0,3024	0,2422	0,3437	0,7021
		ítem 13	ítem 14	ítem 15									
		0,7104	0,7050	0,4587									
cuestio.	piloto	ítem 1	ítem 2	ítem 3	ítem 4	ítem 5	ítem 6	ítem 7	ítem 8	ítem 9	ítem 10	ítem 11	ítem 12
correlación	percepción	0,6431	0,7447	0,6986	0,3090	-0,0681	0,0097	0,5760	0,2016	0,5372	0,7224	-0,2529	0,7965
		ítem 13	ítem 14	ítem 15	ítem 16	ítem 17	ítem 18	ítem 19	ítem 20	ítem 21			
		0,7789	0,6984	0,4998	0,6845	0,6333	0,7257	0,3658	0,6036	0,7752			

De la misma manera los asteriscos que se muestran en las tablas que pertenecen al instrumento piloto indican que estos ítemes están en el instrumento final. Por lo que estas correlaciones no nos indican si el ítem es discriminado o no, pues solo muestra la consistencia del ítem, incluso hay ítemes que presentan correlaciones altas pero cuando se calcula la confiabilidad que fuera, así como también hay ítemes que muestran correlaciones bajas y al calcular la confiabilidad del instrumento se queda.

Estos resultados muestran en primera instancia que en el instrumento piloto existe una gran consistencia ítem-test obteniendo correlaciones muy altas, en algunos casos lo que nos indican estas correlaciones es el papel importante que juega el ítem dentro del instrumento y de la investigación misma.

En la construcción de la identidad social de los jóvenes del Colegio de Bachilleres Plantel 12 "Netzahualcoyotl" que son usuarios de los videojuegos se

A su vez la identidad social esta comprendida por el "como soy", referido por las categorías sociales a las que pertenece el individuo y que otorgan los elementos para una auto descripción en el ámbito de percepción personal.

De la gran amplitud de lo que es el autoconcepto este comprende por tres dimensiones principales; las características físicas, las inclinaciones del sujeto y la identidad social, siendo esta última dimensión importante en la presente investigación.

La comparación de estos resultados muestran que los dos grupos o muestras son muy diferentes, es decir que la muestra final es más heterogénea en el sentido de que sus respuestas son tan variadas que no se puede marcar una tendencia más o menos definidas con respecto a la muestra piloto que es más homogénea y cuyos resultados estadísticos lo comprueban, puesto que sus resultados adquieren tal importancia que permite marcar una tendencia hacia la descripción de autoconcepto de videojugador que los jóvenes construyen.

Estas características pueden ser consideradas como variables extrañas por lo que no indica que el instrumento deje de ser confiable sino que no es aplicable a cualquier muestra como lo fue la muestra piloto. Por otra parte los datos que son significativos disminuyen considerablemente en la muestra final con respecto a la muestra piloto, incluso esos ítems que en el instrumento piloto arrojaban resultados significativos en la muestra final sucede todo lo contrario.

Dentro del instrumento final encontramos que el comportamiento de las correlaciones sufre cambio considerables incluso hay menos ítems con correlaciones significativas. Esto indica, por una parte la muestra final que se utilizó para la aplicación de este instrumento tiene ciertas características que son diferentes a la muestra piloto.

obtuvo de manera exploratoria que el uso de los videojuegos se da fundamentalmente en el tiempo libre que disponen los jóvenes. Las características que ellos atribuyen a los videojuegos es que son atraídos por sus gráficos y les permite conocer a nuevos amigos. Competir con ellos siendo el objetivo de ser el mejor y más popular con lo que demuestran una de las características que lo definen como joven : Trascender ante los demás. Perciben que el uso de los videojuegos no interfiere con sus demás actividades, además así como las personas (los jóvenes) que pasan el tiempo libre en las maquinas de videojuegos las consideran como personas inteligentes y dinámicas.

Esto nos indica que sí tienen una autopercepción de su comportamiento como usuarios de videojuegos en su tiempo libre como queda demostrado al comparar o relacionar las dos subescalas que se refieren a la autopercepción y a la de tiempo libre ambas subescalas son de tipo Lickert.

En el intento de encontrar los constructos mentales de autoconcepto o autoimagen en los jóvenes, nos encontramos con las valoraciones de autoimagen, pero de un estudiante y no de un videojugador, por que encontramos en las respuestas en el instrumento incongruencias con la muestra final con respecto a las respuestas que dan los sujetos pertenecientes a la muestra piloto, es decir que mientras unos se describían como videojugadores otros se describían como ellos creían que era un videojugador. Como se observa en la interpretación de los resultados tenemos, por un lado una muestra piloto que obtiene una confiabilidad alta con respecto a la confiabilidad obtenida en la muestra final que es baja.

Otro tipo de variables extrañas que encontramos es que, si bien la investigación pretendía explorar el autoconcepto de los jóvenes como videojugadores. Dentro de la muestra piloto tiene una serie de respuestas que nos indican la forma en que ellos se conciben a sí mismos como videojugadores, así como la forma en que conciben a los videojugadores, de una manera favorable que se refleja en términos de confiabilidad, así como la consistencia de los ítemes que se muestran en las tablas

CONCLUSIONES

Lo que se pretendía encontrar en la investigación era el autoconcepto, o mejor dicho la autoimagen de un joven usuario de videojuego, pero por el procedimiento de la investigación, la aplicación del cuestionario en el plantel educativo, no se realizó una diferenciación categorial como estudiante y como joven usuario de videojuegos,

La categoría de estudiante fue la que predominó, los jóvenes asignaron valores positivos a los videojugadores que se sabe pertenecen al intragrupo y categoría social. Se realizó un acto de evaluación positiva, donde se resaltaron los atributos positivos y minorizaron los negativos. Se puede decir que el joven es autoimagen del grupo, pues las características otorgadas a sí mismo son similares a las que otorgan a los videojugadores como miembros de un mismo grupo social al cual pertenece el joven. Esta pertenencia es un elemento importante para una autodefinición, en el aspecto social exterior, el ser miembro de una o varias categorías sociales significa tener un rol social.

Una de las dimensiones del autoconcepto es su dirección, favorable o desfavorable, y se observa que se tiene una dirección favorable, al igual que la percepción que tienen de los videojugadores y de los personajes del videojuego ya sean masculinos o femeninos, los resultados indican un nivel de positividad en los adjetivos elegidos.

Otra dimensión es la similaridad con el yo, en este trabajo con los videojugadores y los personajes de los videojuegos con los jóvenes, y los resultados indican similitud en las características elegidas, indicando que los elementos de su autoimagen son consistentes con los de sus similares y con los personajes de los videojuegos, con los que existe una identificación.

El tener éxito en los videojuegos le otorga un prestigio entre los compañeros de juego, el elogio verbal funciona como una motivación intrínseca para continuar haciendo uso de los videojuegos.

El videojuego cumple con uno de los objetivos del jugar, el proporcionar mayor puntuación producen placer cuando son superados y esta satisfacción es incrementada por la conducta de quienes son observadores y los elogian por su destreza.

Los jóvenes realizan una conexión entre la actividad lúdica de hacer uso de los videojuegos con la satisfacción de tener un prestigio social como un buen jugador entre sus compañeros.

Se detectó que el hacer uso de los videojuegos en el tiempo libre es una conducta aceptada entre los jóvenes.

La percepción de los jóvenes como videojugadores esta dada por su contexto social, pues los videojuegos están al alcance en establecimientos específicos, en plazas comerciales, en las tiendas ubicadas a los alrededores de las escuelas, esto en una sociedad urbanizada, y es un éxito entre los jóvenes, pues el mercado explota lo atractivo de las imágenes cada vez con mayor nitidez visual y auditiva, en tercera dimensión o imagen virtual que provocan un acercamiento de los jóvenes.

Los adjetivos que se adjudicaron se pueden dividir en tres, los adjetivos de evaluación: bonito, razonable, sensible, modesto, atractivo, buena, amigable, piadoso y noble; los adjetivos de potencia: capaz, poderoso, fuerte y duro; y los adjetivos de actividad: ligero, tranquilo y ágil.

También se detectó como un uso de espacio los establecimientos con videojuegos , pues es uno de los tantos lugares de reunión de los jóvenes donde además de hacer uso de los videojuegos en el tiempo libre se pueden conocer amistades.

Una de las tantas características de los jóvenes entre los 15 y 18 años de sociabilidad, es la búsqueda de espacios de esparcimiento y a la vez el contacto social con otros jóvenes, y alrededor de los videojuegos se da un elemento del proceso de sociabilización, es un espacio de diversión y de interacción con sus similares.

BIBLIOGRAFIA.

- Braunstein Nestor.(1981) "Psiquiatría teoría del sujeto psicoanálisis" Edit, siglo XXI, México.
- Bruner, Jerome.(1989) "Acción, pensamiento y lenguaje", Alianza psicología, Madrid, España.
- Blauberg.(1975) "Diccionario Marxista". Ed. de la Cultura Popular; México.
- Berger, P. y T. Luckman.(1979) "La construcción social de la realidad"
Trad: Silvia Zuleta. Amorroutu Editores, Buenos Aires, Pág 165,
166, 170, 171, 174, 177, 186, 191.
- Corran,Susan y Curnow, Ray. "Juegos imágenes y sonidos" Barcelona, España,
1984.
- Grawford, Chris.(1986) "El arte del diseño de juegos con microcomputadoras"
Editorial McGraw-Hill, México.
- Corran, Susan y Curnow, Ray.(1984) "Juegos imágenes y sonidos", Barcelona,
p.11.
- Freud, Osterrieth, Piaget,et.(1972) "El desarrollo del adolescente". Editorial
Paidos, Buenos Aires, Argentina.
- Helen Bee.(1975) El desarrollo del niño. Edit. Harla, México Pág, 206

- Jean Duvinand.(1980) "El juego del juego". Edit. Fondo de Cultura Economica, México.
- John Paul McKinney y otros.(1982) "Psicología del Desarrollo, Edad adolescente", Edit. El manual moderno, S.A, México.
- Juizinga, Johan.(1972) "Homo Ludens" (1938) Cit.por Soranzanas, Rejane y Bandet, Madrid, p.20
- Mann, León.(1979) "Elementos en Psicología Social", Ed.Limusa, México, p.20
- Margulis, María.(1988) "La cultura popular en la cultura popular", colombares comp. Edit. Premia, México, Pág, 41
- Marcuse, Herbert. (1972) "El hombre Unidimensional", Barcelona, p.32.
- Munné, Federico.(1980) "Psicología social", Ediciones CEAC, Barcelona, Pág 64.
- Perliman D y Cozby P.C.(1985) "Psicología social", Editorial Interamericana,México, Pág 40-44
- Rodríguez, A.(1975) "Psicología Social", Ed Trillas, México, p.p.46, 60, 90, 93.
- Tripero, Tomás Andrés.(1991) "Juegos, juguetes y ludotecas". Publicaciones Pablo Montesino, España.
- Varios autores.(1972) "Enciclopedia de la Vida" Sao Paolo, p.484.
- Varios Autores.(1990) "Enciclopedia de Psicología Social" Tomo I Editorial Plaza Janes, España , p.p 22-28.
- Vygotski, Lev Semionovitch.(1988) "Los proceso psicológicos superiores", Grupo Editorial Grijalbo, México.
- Vygotski, Lev Semionovitch.(1992) "Pensamiento y lenguaje", Ediciones Quintos Sol, México

ÍNDICE

- 1.- "Computers in Human Services", 1994, Vol.11 (1-2) p.p 159-176, 121-140.
- 2.- Cahill, John M.(1994) "Health Works:Interactive AIDS education videogame", Electronic Tools for social work practice and education. J.Computers in Human Services, Vol 11(1-2) p.p 159-176.
- 3.- Clarke, Betty, Schoech, Dick.(1994) "Electronic Tools for social work practice and education" J. Computers in Human Services, Vol 11 (1-2) p.p 121-140.
- 4.- Doolittle, John H. (1995) "Using riddles and interactive computer games to teach problem-solving skills". Special Issues. Psychologists teach critical Thinking. Teaching of Psychology, feb, Vol 22(1) p.p33-36.
- 5.- Gomez, irene. (1993) "Ocio y diversión", Tiempo, México, Núm 2642, Septiembre, p.p 6-12
- 6.-Gopher, Daciell, Weil, Haya and Bareket, tal.(1994) "Transfer of skill from a computer game trainer to flight", Human factors, Sep. vol.36 (3) p.p 387-405.
- 7.- Hernández Salvador. (1994) "Ningún problema con la Generación Bit", Muy interesante, México, Junio p.p 24-31.
- 8.- "Human Factors". (1994), Septiembre, Vol.36 (3), p.p 387-405.
- 9.- "Journal of computing in Childhood Education". 1994, Vol.5 (2) p.p 153-156.
- 10.- Kelly Antony E. (1994) " O'Kelly, Jame B. Extending a tradition: Teacher designed computer based game", Journal of Computing in Childhood Education, Vo. 5 (2), p.p 153 -160.
- 11.- Pastoriza,L y Garcia, J. (1989) "Videojuegos el entretenimiento que llegó del norte" Revista del consumidor, Mexico, Septiembre p.p 30-34.12.- 12.-12.-12.- Psicología Infantil. (1979) "Escoger un juguete no es cosa de juego" Revista del Consumidor. México, Núm 10, p.p 436-44

- 13.- Rojas, E.(1976) "Dime con qué juegas... y te diré quién serás",Revista del consumidor,México V.1 Número 2, Diciembre, p.p 54-60.
- 14.- Rubio, A. (1993) "Videojuegos: Esto es sólo el comienzo" Tiempo, México, Número 2644, Noviembre 1993, p.p 65-69.
- 15.- Souto Miguel Angel y Martínez José Antonio. (1993) "La cultura de los videojuegos" Nuestro Tiempo, España, Número 465, Marzo, p.p 38-53.
- 16.- "Special Issues". Psychologies teach critical thinking. Teaching of psychology, 1995 (feb), Vol.22 (1) p.p 33-36.
- 17.- Villanueva, R y Borga, J. (1993) "Sega vs. Nintendo", Progreso, México, V.26 Número 6, Octubre 1993, p.p 13-15