

## **JUEGOS EN 5 DIMENSIONES: LOS VIDEOJUEGOS Y SU INFLUENCIA EN EL AUTOCONCEPTO DE LOS USUARIOS**

### *GAMES IN 5 DIMENSIONS: VIDEO GAMES AND THEIR INFLUENCE ON USERS' SELF-CONCEPT*

(FECHA DE RECEPCIÓN: 24/06/22 - FECHA DE ACEPTACIÓN 30/08/22)

Alexander Orduña y Marcos Jofré Neila<sup>1</sup>.

#### **RESUMEN**

La evolución tecnológica ha traído consigo la digitalización del entretenimiento y, en tiempos de pandemia y aislamiento producto del virus COVID-19 (SARS-Cov-2), los videojuegos se han convertido en una opción predilecta como pasatiempo con amplia accesibilidad y alcance debido a la multiplicidad de plataformas, géneros y características atractivas para el ocio que ofrecen. En consecuencia de la construcción de prejuicios infundados y la poca visibilización e información al respecto desde una perspectiva psicológica, el presente trabajo busca describir si los videojuegos tienen influencia sobre las dimensiones de autoconcepto de los usuarios según la técnica Autoconcepto Forma 5 (García y Musitu, 2014). La muestra fue tomada en la provincia de Mendoza y estuvo conformada por 116 participantes de entre 18 y 40 años ( $M=28,7586$ ;  $DT=5,767$ ); donde 49 son de género femenino (42,2 %) y 67 masculino (57,8 %), de los cuáles 66 son jugadores habituales de videojuegos (56,9 %) y 50 no jugadores (43,1 %). Los resultados indican que no hay diferencia estadísticamente significativa entre las dimensiones del autoconcepto de jugadores habituales y no jugadores; respecto al género hay mayor atracción por el uso de los videojuegos por parte de los hombres que de las mujeres.

Palabras clave: autoconcepto, videojuegos, Autoconcepto Forma 5, AF5.

#### **ABSTRACT**

The technological evolution has brought with it the digitalization of entertainment and, in times of pandemic and isolation as a result of the COVID-19 virus (SARS-Cov-2), video games have become a favorite pastime option with wide accessibility due to the multiplicity of platforms, genres and attractive characteristics for leisure that they possess. As a consequence of the construction of unfounded prejudices and the little visibility and information about it from a psychological perspective, the present work seeks to determine whether video games have an influence on the self-concept dimensions of users according to the Self-Concept Form 5 technique (García and Musitu, 2014). The sample was taken in the Province of Mendoza and consisted of 116 participants aged between 18 and 40 years ( $M=28.7586$ ;  $SD=5.767$ ); where 49 are female (42.2 %) and 67 male (57.8 %), of which 66 are regular video game players (56.9 %) and 50 non-players (43.1 %). The results indicate that there is no statistically significant difference between the self-concept dimensions of regular players and non-players; with respect to gender, men are more attracted to the use of video games than women.

Keywords: self-concept, video games, Self-concept Form 5, AF5.

## INTRODUCCIÓN

Los videojuegos en la actualidad están en constante evolución, adaptándose a los diversos gustos y necesidades de los usuarios, logrando así un crecimiento exponencial que lleva más de 70 años desde los primeros intentos para implementar programas lúdicos en las precarias computadoras de aquellas épocas.

Contextualmente, la investigación transcurre durante una pandemia mundial donde el aislamiento social es el método por excelencia utilizado en muchos países para evitar la propagación del virus COVID-19 (SARS-Cov-2), los videojuegos han sido una de las principales elecciones para soportar el tiempo de encierro, además, aquellos que son en línea permiten la interacción virtual con otras personas, pudiendo mantener ciertas interacciones sociales que se vieron afectadas por la inevitable situación. Como menciona Nielsen Company (2020), el aumento de jugadores durante la pandemia ha crecido el 46 % en EEUU, encabezando la lista, continuado por Francia (41 %) el Reino Unido (28 %) y en Alemania (23 %).

Ante el crecimiento en el uso de este tipo de tecnologías, se considera importante el abordaje de una investigación desde la perspectiva psicológica para arrojar luz frente a las nuevas actividades lúdicas que evolucionan generación tras generación y que pueden afectar de diversas maneras a la población.

El objetivo de esta investigación es establecer las diferencias entre las puntuaciones en las dimensiones del autoconcepto entre jugadores y no jugadores habituales de videojuegos, con el fin de conocer la influencia de estos sobre los usuarios. Además, se contrastaron los resultados entre jugadores de Consolas de Videojuegos, Computadora Personal y Celulares y, por otra parte, la preferencia o predisposición al uso según género.



Se toma como base teórica el enfoque de la psicología cognitivo-conductual, ya que la investigación se encuentra estrechamente relacionada a la percepción propia de cada individuo, las creencias sobre sí mismo y la influencia en su conducta.

Siguiendo a Ellis (1984) en su trabajo sobre la Terapia Racional Emotiva, los individuos buscan alcanzar metas inmersos en un ambiente determinado, dentro del cual hay ciertos acontecimientos activadores que puede, por un lado, facilitar el objetivo o, por el contrario, dificultar su cumplimiento. Estos acontecimientos activadores no se presentan inalterados, siempre existe una interacción con las creencias (B) y las consecuencias (C). Las personas aplican en sí mismos los sucesos activadores, es decir que los sucesos y el ambiente forman parte de las personas, mientras que ellas piensan, sienten y actúan en el proceso.

En el mismo sentido, Albert Bandura utiliza el concepto de interacciones recíprocas dentro del esquema de reciprocidad triádica, en este establece una interacción entre la conducta, variables ambientales y factores personales, tales como las cogniciones (como se citó en Schunk, 2012).

En tal sentido, se trabaja desde el autoconcepto como el resultado de una reflexión

en relación con el sí mismo como ser físico, social y espiritual. Se define como «la totalidad de los pensamientos y sentimientos de un individuo que hacen referencia a sí mismo como un objeto» (Rosemberg, 1979). Se conceptualiza de manera jerárquica y multifacética discriminando siete características básicas del autoconcepto: Organizado, Multifacético, jerárquico, global (relativamente estable), experimental (se construye con el tiempo), evaluativo (valoración propia) y diferenciable (Shavelson, Hubner y Stanton, 1976).

Las dimensiones del autoconcepto se tomaron del manual de García y Musitu (2014) donde se dividen en Autoconcepto académico-laboral, Autoconcepto social, Autoconcepto emocional, Autoconcepto físico, Autoconcepto familiar.

Para acercarse al concepto de videojuego se sigue el aporte de Rodríguez (2002), el juego sea virtual o no, es una actividad que cumple con las siguientes características: libre, improductiva o autotélica, placenteras, ficticia, limitadas en tiempo y espacio, reglada o normada.

## **MATERIAL Y MÉTODO**

### **Diseño y participantes**

Se realizó un estudio de campo, explicativo y de corte transversal (Cea D'ancona 1996), en una muestra no probabilística de 116 personas de entre 18 y 40 años de edad (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2015), residentes en la provincia de Mendoza (Argentina), de los cuales un 56,9 % utilizaba videojuegos habitualmente y 43,1 % no eran videojugadores. Se obtuvo una representación por sexo de 57,8 % de masculinos y un 42,2 % del género femenino.

### **Instrumentos**

Para la recolección de datos se hizo uso de una encuesta (Cea D'ancona 1996), administrada a través de la plataforma de Google For-

ms, con un formulario ad hoc con preguntas dirigidas a obtener información sociodemográfica pertinente a los objetivos planteados (ubicación geográfica, edad, etc.). De igual manera, se utilizó la técnica Autoconcepto Forma 5, extraído del manual de García y Musitu (2014), es un cuestionario preparado para evaluar cinco dimensiones (social, académica-laboral, emocional, familiar y física) con 6 ítems para cada una resultando un total de 30 ítems pentadimensionales. Los ítems han sido elegidos por representatividad en la evaluación de la dimensión correspondiente y que no esté relacionado con las otras dimensiones aumentando su validez. Los ítems se responden y evalúan en una escala de 1 a 99, con la finalidad de que el sujeto responda con mayor precisión.

### **Procedimiento**

En primer lugar, se procedió a solicitar la colaboración de los participantes a través de una invitación virtual con el enlace a al formulario en el que se detallaba la naturaleza y los objetivos del estudio a realizar, así como se solicitaba el consentimiento de los participantes (Flechas, 2008). El mismo se envió a través de las distintas redes sociales para obtener un mayor alcance y participación.

Posteriormente se realizó la recogida de datos, con una participación de 118 mendocinos, de los cuales dos no aceptaron los términos postulados por lo que se procedió con una muestra total de 116 participantes. La aplicación del instrumento era de manera autoadministrada, sin límite de horario o tiempo para su resolución.

Se aseguró el anonimato de los participantes y se realizó todo el procedimiento respetando los principios éticos sustentados en el Código de ética del Colegio profesional de psicólogos de Mendoza.

### **Análisis de los datos**

Se trabajó con el programa SPSS (Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales), versión 26.0 para Windows, mediante el cual

se procesaron los datos alcanzando los resultados estadísticos y luego se hicieron las comparaciones necesarias entre las variables: Jugador habitual, No jugador, Dimensión Social del Autoconcepto, Dimensión Familiar del Autoconcepto, Dimensión Emocional del Autoconcepto, Dimensión Física del Autoconcepto, Dimensión Académica-laboral del Autoconcepto y Dispositivo de juego.

Debido a que la distribución de las variables dependientes Académico Laboral, Social, Emocional, Familiar y Físico, para ambas categorías Jugador Habitual y No Habitual sobre la muestra total, de acuerdo con la prueba Kolmogorov-Smirnov para N mayor que 50, no demostraron ajuste a una distribución normal, por lo que se decidió utilizar la comparación estadística no paramétrica (U de Mann Whitney).

## RESULTADOS

Según la muestra obtenida en el estudio, la edad promedio de los participantes fue de 28 años, con el rango preestablecido de 18 a 40 años. La muestra total mostró una prevalencia del género masculino con un 57,8 % sobre un 42,2 % del género femenino, aunque al tomar exclusivamente a los jugadores habituales, pudo observarse que el género masculino con un 81,8 % representa una amplia mayoría en relación con el género femenino con un 18,2 %.

De las personas encuestadas, predominan aquellas que hacen uso habitual de los videojuegos con un 56,9 %, mientras que la contraparte está conformada por el restante 43,1 % no los utiliza de forma habitual.

Respecto a los dispositivos más utilizados por los participantes videojugadores, se obtuvo que el 69,7 % corresponde a jugadores de computadora, el 22,7 % a dispositivos móviles (celulares), el 6,1 % a consolas de videojuegos y el restante 1,5 % juega en todos los dispositivos mencionados.

En relación con las dimensiones de autoconcepto, pudo afirmarse que las Medias entre jugadores habituales y no jugadores, son similares en las diferentes dimensiones, a saber: para la dimensión Académico Laboral los resultados son  $M=7,4$  y  $M=7,6$  para jugador habitual y no habitual, respectivamente, en la dimensión Social se halló  $M=5,5$  para Jugador Habitual y  $M=5,3$  para No habitual y, en las dimensiones Emocional y Familiar, la Medias son las mismas en ambas categorías ( $M=6,4$  para Emocional y  $M=6,3$  para Familiar), mientras que para la dimensión Físico, las Medias también son similares, siendo  $M=5,5$  para jugadores habituales y  $5,6$  para No habituales.

## DISCUSIÓN

Como objetivo general de esta investigación la obtención de las puntuaciones del autoconcepto en sus cinco dimensiones a través del Autoconcepto-Forma 5 (emocional, social, familiar, física y académica-laboral) de jugadores y no jugadores de videojuegos en la provincia de Mendoza en el año 2021 para, a continuación, revisar las diferencias comparando ambos grupos.

La prevalencia de género en jugadores habituales se inclinó hacia el género masculino, es decir que existe una mayoría perteneciente al género masculino con un 81,8 %, por sobre una notable menor cantidad de videojugadoras femeninas con el restante 18,2 %, dato coincidente con la investigación realizada en la Universidad de Granada por Sánchez-Zafra et. al. (2019) en niños de tercer ciclo de primaria apreciando que los niños juegan más videojuegos que las niñas; de la misma manera que Cuberos et. al. (2018) sobre estudiantes universitarios pudo inferir mayores hábitos de consumo de videojuegos y grado de atracción en los casos masculinos que en los femeninos.

En relación con la comparación entre jugadores habituales y no habituales, no se observa diferenciación en las dimensiones

de autoconcepto entre ambas selecciones, ya que según el análisis de los datos no se encuentra diferencia estadísticamente significativa.

Considerando la hipótesis trabajada en la que el Autoconcepto Académico Laboral sería menor en la categoría de jugadores habituales que en no videojugadores, el estudio no arrojó evidencia sobre diferencia significativa entre ambos grupos, lo que permite inferir que no hay un efecto directo del uso de videojuegos en el rendimiento laboral, tampoco a nivel académico, dato que contrasta y pone en evidencia el prejuicio sobre la relación negativa entre este tipo de entretenimiento y el rendimiento académico-laboral. En el mismo sentido, se condice con el resultado del análisis realizado por Sánchez-Zafra et al. (2019) en escolares del tercer ciclo de primaria, observando que la mayoría de los alumnos no presentan problemas relacionados a las nuevas tecnologías.

En relación con que la distribución de la variable Autoconcepto Social sería mayor en jugadores habituales que en no videojugadores, no se confirmó, ya que no se evidenció diferencia significativa. Con la evolución de los medios masivos de comunicación, haciéndose presentes también en videojuegos, las relaciones y habilidades sociales pueden desarrollarse positivamente en uso o sin uso de videojuegos.

Continuando con la distribución de la variable Autoconcepto Emocional, que podría ser mayor en jugadores habituales que en no videojugadores, no se evidenció, siendo similares los resultados en los dos grupos analizados. Observación que se distingue, salvando y teniendo en cuenta las diferencias en la muestra, de los resultados presentados por Sánchez-Zafra et al. (2019) donde los participantes arrojaron niveles bajos en esta variable. Cabe destacar, que aquellos participantes que presentaron estos bajos niveles, presentaban problemas severos con los videojuegos, pero en una minoría de los casos. La implicancia emocional en los

juegos por sus usuarios asiduos, no está en discusión, aunque podría afirmarse, según lo obtenido, que el autoconcepto emocional no se diferencia entre jugadores habituales y no jugadores.

Según lo analizado, se planteó que la distribución de la variable Autoconcepto Familiar podría no ser la misma entre categorías de jugador habitual y no videojugadores, aunque se mostró con fundamento en los datos expuestos, que en el autoconcepto familiar no se observa diferencia categórica entre los grupos comparados. Este dato podría reconsiderarse y requeriría mayor estudio teniendo en cuenta el antecedente presentado por Martínez et al. (2017) en su investigación denominada «Análisis psicométrico y adaptación del test de autoconcepto forma 5 en universitarios asiduos al uso de videojuegos» en el que se suprimió tal dimensión por falta de fiabilidad.

Por último, según la distribución de la variable Autoconcepto Físico que se pensó posiblemente menor en la categoría de jugadores habituales que en no videojugadores, pudo observarse que no hubo diferencia notoria entre los datos arrojados en ambas agrupaciones. Afirmación que contrasta con el trabajo llevado a cabo por Cuberos et al. (2018), en el cual se argumentó que aquellos sujetos que no dedican tiempo y no conocen sobre juegos poseen un menor autoconcepto físico que aquellos que si les dedican mayor tiempo y conocen números superiores de juegos.

## **CONCLUSIÓN**

Se puede concluir que, si bien el análisis dimensional que se realizó mostró que a nivel general no hay una influencia significativa de los videojuegos sobre los niveles de autoconcepto, el exceso o abuso de estas tecnologías si podría tener impacto en el autoconcepto.

Por otra parte, según el estudio realizado, las personas de género femenino tienden

a utilizar menos videojuegos que los usuarios del género masculino, resultado que no solo se pone de manifiesto en la presente investigación, sino que también en numerosos trabajos llevados a cabo previamente. De todas maneras, las dimensiones del autoconcepto no mostraron diferenciación respecto al género del usuario.

Es importante tener en cuenta que la aplicación de técnicas se realizó de manera virtual y a un público limitado de participantes, por lo que sería de considerable riqueza generar estudios de mayor profundidad, con diferentes posiciones que no solo estén

a puntadas a medir un efecto, sino también a analizar los posibles beneficios en el uso de estos recursos virtuales en los usuarios.

Para finalizar y de modo reflexivo, se considera importante que, a partir de estos hallazgos, se pueda empezar a desligar a este tipo de entretenimientos de impresiones negativas desasnando prejuicios sociales que recaen sobre videojuegos y videojugadores, siempre considerando el buen uso de los mismos, en otros términos, marcando la diferencia sustancial entre el uso adecuado y el uso desmedido o abusivo, como el de cualquier otra actividad.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ambrosio, C. Inocente, P., & Pretel, D. (2021). «Autoconcepto y adicción a los videojuegos en estudiantes de sexto grado de primaria de una Institución Educativa Pública, Amarilis - Huánuco 2021». Tesis de grado. Universidad nacional Hermilio Valdizán. <https://hdl.handle.net/20.500.13080/6811>
- Bandura, A. (1969). *Principles of behaviour modification*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Calvo, J. (2018). Juegos, videojuegos y juegos serios: Análisis de los factores que favorecen la diversión del jugador. *Miguel Hernández Communication Journal*, 9 (1), pp. 191-226. <http://dx.doi.org/10.21134/mhcj.v0i9.232>
- Casanova, E. (1993). El desarrollo del concepto de sí mismo en la teoría fenomenológica de la personalidad de Carl Rogers. *Revista de psicología general y aplicada*, 46 (2), 177-186. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2383842.pdf>
- Castro Sánchez, m., Rojas-Jiménez, m., Zurita Ortega, F., & Chacón-Cuberos, R. (24 de enero de 2022). MDPI. Obtenido de Autoconcepto multidimensional y su asociación con el uso problemático de videojuegos en estudiantes universitarios españoles: <https://www.mdpi.com/2227-7102/9/3/206>
- Cea D'ancona, m. (1996). *Metodología cuantitativa: estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid, España: Editorial Síntesis S.A.
- Chacón, R., Zurita, F., Castro, m., Espejo, T., Martínez, A., Ruiz, G. (2018). Relación entre autoconcepto, consumo de sustancias y uso problemático de videojuegos en universitarios: un modelo de ecuaciones estructurales. *Adicciones*, 30 (3), pp. 179-188. <http://dx.doi.org/10.20882/adicciones.872>
- Chacón, R., Zurita, F., Castro, Garcés, T. (enero 2018). Incidencia del consumo de videojuegos en el autoconcepto académico-físico de estudiantes universitarios. *Pixel-Bit Revista de Medios y Educación*, (52), pp. 7-19. <http://dx.doi.org/10.12795/pixelbit.2018.i52.01>
- Company, N. (6 de marzo de 2020). 3, 2, 1 Go! Video Gaming is at an All-Time High During COVID-19. Nielsen. <https://global.nielsen.com/global/es/>
- Espejo, T., Chacón, R., Castro-Sánchez, m., Martínez-Martínez, A., Zurita, F., & Pinel, C. (2015) Análisis descriptivo del uso problemático y hábitos de consumo de los videojuegos con relación al género en estudiantes universitarios. *RELATEC*, 14(3), 85-93. doi:10.17398/1695-288X.14.3.85
- Flechas, N. (2008). Consentimiento informado en investigación psicológica [Trabajo de Grado para optar al título Magíster en Bioética, Universidad El Bosque]. [https://bioetica.unbosque.edu.co/sites/default/files/2017-11/NANCY\\_ESPERANZA\\_FLECHAS.pdf](https://bioetica.unbosque.edu.co/sites/default/files/2017-11/NANCY_ESPERANZA_FLECHAS.pdf)

- García, F., y Musitu, G. (2001). *Autoconcepto forma 5. AF5. Manual*. Madrid: TEA.
- Garmen, P., Rodríguez, C., García, T., García-Redondo, P., Suárez, N. (2018). El potencial de los videojuegos para intervenir con dificultades de aprendizaje. *Revista de la Asociación de Técnicos en Informática*, (240), pp. 1-16. Recuperado de: <https://www.researchgate.net/publication/330825346>
- Gil, A. y Vall-Ilovera, m. (2006). *Jóvenes en cibercafés. La dimensión física del futuro virtual*. Barcelona: Editorial UOC.
- Gómez Del Castillo, m. T. (2001): *Análisis de valores en el software educativo multimedia*. Tesis doctoral. Universidad de Sevilla.
- Hernández Lira, N., Sánchez Sánchez, J. (2007). *Manual de psicoterapia cognitivo-conductual para trastornos de la salud*. Libros en red. <https://www.librosenred.com/>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado C., Baptista lucio, P. (2015). *Metodología de la investigación* (5° ed.). México: McGraw-Hill.
- Hattie, J. (1992). *Self-concept*. Hillsdale, New York: Erlbaum
- Lacasa, P (2011). *Los Videojuegos. Aprender en mundos reales y virtuales*. Madrid, España: Morata.
- Lancheros, m. L., Álvarez, C. F., Baquero, L. A., Amaya, m. A., & Salazar, C. A. (2014). Incidencia de videojuegos en el retraimiento de niños de 6 a 12 años. *Revista de Educación y Humanismo*, 16(27), 15-26.
- Lega, L., & Velten, E.(2008). Albert Ellis (1913-2007). *Revista Latinoamericana de Psicología*, 40(1),189-193. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80500123>
- Marsh, H., & Martin, A. (2011). Academic self-concept and academic achievement: Relations and causal ordering. *British Journal of Educational Psychology*, 81(1), 59-77. doi:10.1348/000709910X503501
- Marsh, H., Jowett, S., & Lavalle, D. (2007). Physical self-concept and sport. *Social Psychology in Sport*, 159-179.
- Martín, A. et al. (2000). *Actividades lúdicas: El juego, alternativa de ocio para jóvenes*. España: Popular.
- Martínez, A. Chacón, R., Zurita, F., Castro, m., Espejo, T., Sánchez, m., Pérez, A. (2017). Análisis psicométrico y adaptación del Test de Autoconcepto Forma 5 en universitarios asiduos al uso de videojuegos. *Revista iberoamericana de diagnóstico y evaluación psicológica*, Volumen 4, pp. 77-86. <https://doi.org/10.21865/RIDEP49.4.06>
- Miltenberger, R. (2013). *Modificación de conducta Principios y procedimientos TRADUCCIÓN AMPLIADA DE LA QUINTA EDICIÓN*. Madrid: Ediciones Pirámide.

- Papalia, D., Wendkos, S. & Duskin, R. (2009). *Psicología del desarrollo: De la infancia a la adolescencia*. México: McGraw-Hill. <https://www.mendoza.gov.ar/salud/wp-content/uploads/sites/16/2017/03/Psicologia-del-Desarrollo-PAPALIA-2009.pdf>
- Porto Rioboo, A. m., Núñez Pérez, J. C., Santorum Paz, R., & González-Pienda, J. A. (2020). Autoconcepto: conceptualización, desarrollo y modelos explicativos. *Magister*, 8, pp. 229-251. <https://reunido.uniovi.es/index.php/MSG/article/view/14612>
- Roa García, A. (2013). La educación emocional, el autoconcepto, la autoestima y su importancia en la infancia. *Edetania. Estudios Y Propuestas Socioeducativos*, (44), 241-257. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4596298.pdf>
- Rodríguez, E. (2002). *Jóvenes y videojuegos*. Madrid: Injuve-FAD. [http://www.injuve.es/sites/default/files/jovenes\\_y\\_videojuegos\\_completo.pdf](http://www.injuve.es/sites/default/files/jovenes_y_videojuegos_completo.pdf)
- Rosenberg, m. (1979). *Conceiving the self (Basic)*. New York: Piramide.
- Salum-Fares, A., Marín Aguilar, R., & Reyes Anaya, C. (24 de enero de 2022). Obtenido de Relevancia de las dimensiones del autoconcepto en estudiantes de escuelas secundarias de ciudad de Victoria, Tamaulipas, México: <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rep/article/view/26037/24512>
- Sánchez-Zafra, m., Zurita-Ortega, F., Ramírez-Granizo, I., Puertas-Molero, P., González-Valero, G., Ubago-Jiménez, J. L. (2019). Niveles de autoconcepto y su relación con el uso de videojuegos en escolares de tercer ciclo de primaria. *Journal of sport and health research*, 11 (1), pp. 43-54.
- Schunk, D. (2012). *Teorías del Aprendizaje: una perspectiva educativa*. México: Pearson Education.
- Villagrán Pérez, S., Rodríguez-Martín, A., Novalbos Ruiz, J., Martínez Nieto, J., & Lechuga Campoy, J. (2010). Hábitos y estilos de vida modificables en niños con sobrepeso y obesidad. *Nutrición Hospitalaria*, 823-831.