

**LAS MUJERES SOSTIENEN
(MÁS DE) LA MITAD DEL
CIELO: EXAMINANDO
LAS MOTIVACIONES, LOS
COMPORTAMIENTOS Y EL
CAPITAL SOCIAL EN UN JUEGO
MULTIJUGADOR POPULAR
ENTRE LAS JUGADORAS**

**WOMEN HOLD UP (MORE THAN)
HALF OF THE SKY: EXAMINING
THE MOTIVATIONS, THE
BEHAVIORS, AND THE SOCIAL
CAPITAL IN A MULTIPLAYER
GAME POPULAR AMONG
FEMALE PLAYERS**

KE M. HUANG-ISHERWOOD

USC Annenberg School

huangish@usc.edu

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-6360-3285>

STEFFIE S. Y. KIM

USC Annenberg School

steffiek@usc.edu

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-5400-9591>

DMITRI WILLIAMS

USC Annenberg School

dcwillia@usc.edu

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0001-7995-4429>

ALEXANDER J. BISBERG

USC Viterbi School

bisberg@usc.edu

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-0640-8491>

Cómo citar este artículo / Citation: Huang-Isherwood K.M.; S.S.Y. Kim; D. Williams y A. J. Bisberg. 2022. Las mujeres sostienen (más de) la mitad del cielo: examinando las motivaciones, los comportamientos y el capital social en un juego multijugador popular entre las jugadoras, *Revista Internacional de Sociología*, vol. 80 (4), e219, 2022. <https://doi.org/10.3989/ris.2022.80.4.M22-003>

Copyright: © 2022 CSIC. Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la licencia de uso y distribución Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional (CC BY 4.0)

Recibido: 01/12/2021. **Aceptado:** 27/09/2022.

Publicado: 28/12/2022

RESUMEN

Este estudio combina datos encuestas y comportamentales para examinar las conexiones entre las motivaciones sociorrelacionales, los comportamientos de socialización y el capital social del juego. Las personas que participaron fueron jugadores estadounidenses (N

ABSTRACT

This study combined survey and behavioral data to examine the connections between socio-relational motivations, socializing behaviors, and social capital. Participants were U.S. players (N = 1,027; 65% female) from a fantasy mobile game popular among

= 1.027; 65 % mujeres) del un juego de fantasía popular entre las jugadoras. En consonancia con la teoría de los roles de género, las jugadoras participaron en mayores comportamientos de socialización. Además, siguiendo la teoría de los usos y gratificaciones y la teoría del capital social, las motivaciones de los sabelotodo y las socializadoras, así como los comportamientos de socialización, están positivamente asociados con el capital social. Confirmando parcialmente los roles de género y capital social, tanto el capital social puente como el vínculo fue mayor entre las jugadoras. Los resultados de este estudio ofrecen un matiz sobre la forma en que ciertos propósitos e incentivos del juego pueden predecir los resultados del capital social.

PALABRAS CLAVE

Capital Social; Juegos de Multijugador; Jugadoras, Teoría de Género; Usos y Gratificaciones.

Según la *Entertainment Software Association* (2021), el 45 % de los jugadores de videojuegos se identifican como mujeres. Sin embargo, la industria del juego está dominada por hombres, con un historial de contratación de personal femenino y de toma de decisiones del 3 % al 30 % (Lynch *et al.* 2016). Incluso la investigación sobre juegos ha sido predominantemente sobre jugadores varones (Shen *et al.* 2016). No obstante, las escasas investigaciones con encuestas y datos sobre jugadoras sugieren que pueden ser tan activas y experimentadas como los hombres (Fox y Tang 2017; Shen *et al.* 2016; Williams *et al.* 2009).

Dentro de la investigación sobre jugadoras, un área particularmente poco estudiada es la relativa a su acumulación de capital social, concretamente cómo sus motivaciones y comportamientos específicos de juego se reflejan en su capital social. La mayoría de las investigaciones existentes sobre motivaciones y comportamientos de juego en jugadoras han examinado el género en relación con otros datos sociodemográficos, como la edad (van Reijmersdal *et al.* 2013; Greenberg *et al.* 2010; Yee 2006), el origen cultural (Ratan *et al.* 2022), la orientación sexual (Williams *et al.* 2009), etc. Sin embargo, su asociación con el capital social resulta un interesante objeto de investigación. El capital social es fundamental para los jugadores en su vida dentro y fuera del juego, como, por ejemplo, para la promoción profesional y el apoyo emocional (Williams 2006; Putnam 2000). Es importante estudiar los antecedentes motivacionales y de comportamiento del capital social, ya que estos estudios pueden tener implicaciones prácticas sobre cómo las y los jugadores pueden acumular estratégica y activamente capital social. Resulta especialmente interesante estudiar la acumulación de capital social de las mujeres en los juegos, porque las jugadoras experimentan con más frecuencia acoso por razón de género, objetivación femenina

female players. Consistent with gender role theory, female players partook in higher socializing behaviors. Moreover, in support of uses and gratifications theory and the social capital framework, the smarty-pants and socializing motivations, and socializing behaviors were positively associated with social capital. Partly in support of gender role theory and the social capital framework, both bridging and bonding social capital were higher for female players. This study's results offer nuance to how certain game affordances and incentives may be predictive of social capital outcomes.

KEYWORDS

Female Gameplayers; Gender Role Theory; Multiplayer Game; Social Capital, Uses And Gratifications.

y toxicidad que pueden ponerlas en desventaja en dichos juegos (Vella *et al.* 2020; Cote 2020; Fox y Tang 2017). Además, en contextos más amplios, aunque las investigaciones existentes encuentran que las mujeres tienen amplias fuentes de apoyo emocional (Pearce, Machin y Dunbar 2021; Antonucci y Akiyama 1987; Gerstel, Riessman y Rosenfield 1985), estas siguen estando marginadas económica y políticamente (Cote 2020; Fox y Tang 2017; Eagly y Koenig 2006), lo que significa que una mayor acumulación de capital social podría contribuir a atenuar dichas discriminaciones.

Este estudio tiene como objetivo examinar cómo ciertas motivaciones y comportamientos del juego asociados a las relaciones sociales predicen el capital social dentro de un juego para móvil multijugador masivo en línea, *Sky: Children of the Light* (Sky, que significa 'cielo'). Sorprendentemente, en contra de la literatura existente, solo el comportamiento de socialización difería entre las jugadoras y los jugadores. Además, varias motivaciones predijeron sistemáticamente el capital social. Por último, en consonancia con parte de la literatura, el capital social fue mayor para las jugadoras que para los jugadores. En general, este estudio aporta evidencias de la naturaleza social de un juego para móvil de tipo multijugador en línea y constata que, aunque los jugadores y las jugadoras son similares en sus motivaciones de juego, los comportamientos de socialización y el capital social de las jugadoras son mayores.

REVISIÓN DE LA LITERATURA E HIPÓTESIS

Teoría de los roles de género

El género se construye socialmente y es mutable, aunque a menudo se relaciona y se confunde con el

sexo biológico (Cote 2020). *Construido socialmente* significa que el género está establecido socialmente, y es diferente del determinado por el sexo biológico. *Mutable* significa que los puntos de vista sobre el género cambian con el tiempo. Algunos ejemplos históricos en los campos de la informática y las artes creativas que ahora están dominados por los hombres lo ilustran. Los desarrollos iniciales de la informática, que implicaban muchos cálculos manuales, se consideraban un trabajo más femenino (Cote 2020). Los primeros guiones cinematográficos, que se centraban más en la narración y menos en la escritura técnica, eran más inclusivos para las mujeres (Casella 2017). La teoría de los roles de género sugiere que existen expectativas culturales compartidas sobre los individuos; por ejemplo, la conveniencia de ciertos hábitos y comportamientos, asociados a un género socialmente definido (Stickney y Konrad 2007; Eagly 1987). Esta teoría surge a partir de la teoría del rol social (Eagly 1987), que es una teoría explicativa más amplia sobre las causas distantes y próximas de los roles de sexo biológico y de género en la sociedad (Eagly y Koenig 2006). En términos generales, el proceso de los roles de género pasa de las expectativas sociales a los individuos y su interiorización de dichos roles (Williams *et al.* 2009).

Se han propuesto diferentes mecanismos para este proceso: la sociedad tiende a premiar a los individuos que se ajustan a esos roles de género y a castigar a los que no lo hacen (Huh y Williams 2010; Malcom 2003), hay más información novedosa sobre los roles a medida que se participa en ellos y ajusta sus puntos de vista para favorecer el rol socialmente conceptualizado a partir de la nueva información (Stickney y Konrad 2007). También hay disonancia cognitiva (Festinger 1957) con los roles de género, con una discrepancia inicial entre la propia conceptualización de su rol en contraste con la conceptualización de la sociedad. Estas fuerzas sociales frecuentemente suelen llevar a los individuos a cambiar su propia posición, para ajustarla a la de la sociedad y así conseguir coherencia y aceptación (Stickney y Konrad 2007).

En la mayoría de las culturas occidentales, la principal diferencia entre los roles de hombres y mujeres se da entre atributos de agencia y de comunión, que se atribuyen a los respectivos géneros (van Reijmersdal *et al.* 2013; Eagly y Koenig 2006). A los hombres se les atribuyen atributos de agencia, como la independencia, la asertividad, la competitividad y el individualismo. En cambio, a las mujeres se les atribuyen atributos comunitarios, como la preocupación por los demás, la generosidad, la crianza y la expresividad (Shen *et al.* 2016; Eagly y Koenig 2006). La dicotomía agencia-comunión es más común entre los grupos de tendencia patriarcal que entre los de tendencia

igualitaria (Eagly y Koenig 2006). Los grupos con inclinaciones patriarcales son más propensos a normalizar que las mujeres se centren en la familia y las relaciones románticas, y menos en la carrera profesional; y normalizan que los hombres se centren más en sus carreras y no en la familia ni en las relaciones románticas (Stickney y Konrad 2007; Malcom 2003). Por el contrario, los grupos más igualitarios valoran más los roles similares entre mujeres y hombres en todos los aspectos de la vida (Stickney y Konrad 2007).

Los roles de género afectan a la forma en que los hombres y las mujeres abordan las actividades de trabajo y de ocio. Dado que este artículo se centra en las actividades de ocio (es decir, el juego), vale la pena señalar que algunos trabajos previos encontraron que los roles de género afectan a la forma en que los individuos se acercan a la práctica de los deportes (Clopton 2012; Malcom 2003), la autopresentación (Malcom 2003) y el juego (Ratan *et al.* 2022; Shen *et al.* 2016; van Reijmersdal *et al.* 2013), el último de los cuales se examinará más detenidamente a continuación en términos de motivaciones y comportamientos. Ciertas investigaciones previas encontraron que los roles de género afectan a los deportes, ya que los atletas varones muestran un mayor capital social si practican deportes individuales (es decir, favoreciendo más la agencia) que si practican deportes de equipo; sin embargo, se observó la relación opuesta para las mujeres atletas (es decir, favoreciendo más la comunión: Clopton 2012); estas muestran preocupación por parecer demasiado masculinas (Malcom 2003). Otros estudios descubrieron que los roles de género afectan a la autopresentación, y que las mujeres se preocupan por la moda, el peinado y el maquillaje (Malcom 2003).

Usos y gratificaciones

Usos y gratificaciones (U&G) es un marco teórico sobre la elección y el uso de los medios de comunicación que se centra en el propósito y la motivación de los individuos, más que en los productores (Ruggiero 2000). En el marco de U&G, la motivación se refiere a la razón por la que un individuo elige un medio de comunicación (Rubin 1981). Esa motivación puede basarse en lo que el individuo espera recibir al consumir esos medios de comunicación elegidos, aunque sus expectativas no tienen por qué cumplirse (Ruggiero 2000). Así pues, U&G se centra en la agencia de los individuos que utilizan los medios de comunicación, aunque los resultados deseados no siempre se cumplan.

En los juegos, la teoría de U&G propone que los jugadores consumen medios para alcanzar mayores equilibrios internos y sociorrelacionales (Sherry *et*

al. 2006) y asume que los jugadores pueden explicar sus propósitos y motivaciones (Greenberg *et al.* 2010). La literatura existente sobre U&G en el ámbito del juego tiene ciertas limitaciones metodológicas y de diseño muestral. Los analistas de U&G han tratado de clasificar las motivaciones de los jugadores (Sherry *et al.* 2006; Ruggiero 2000), centrándose más en las motivaciones autodeclaradas y menos en el comportamiento (Ruggiero 2000). Sin embargo, los comportamientos pueden tener incluso mayor validez a la hora de conocer las motivaciones reales de los jugadores, ya que los autoinformes podrían ser propensos a los sesgos cognitivos (Ruggiero 2000). Además, no existen muchos trabajos sobre U&G que estudien las motivaciones de las jugadoras. Más bien, las investigaciones tienden a usar muestras con mayoría de hombres (por ejemplo, Kahn *et al.* 2015; Sherry *et al.* 2006). Por último, conviene destacar que es importante estudiar el U&G de las jugadoras porque históricamente han sido percibidas como menos importantes socialmente (Cote 2020; Lynch *et al.* 2016).

Al estudiar a las jugadoras, es importante entender que su agencia puede analizarse a través de las motivaciones del juego tal y como lo entiende U&G. El presente estudio se centra en tres tipos de motivación propuestos por Kahn y sus colegas (2015) que están vinculados con las relaciones y las interacciones sociales. En primer lugar, *las escapistas* son personas cuya motivación para jugar es alejarse de otras situaciones sociales. Pueden jugar para escapar de los problemas de otros contextos o para intentar olvidar otras tareas (Kahn *et al.* 2015; Williams *et al.* 2009; Yee 2006). Algunos jugadores son escapistas porque pueden sentirse marginados en entornos *offline* y convencionales. Williams *et al.* (2009) descubrieron que los jugadores más activos en el juego multijugador masivo en línea (MMO) *EverQuest II* eran mujeres y no hombres, y que ellas tienden a estar más marginadas. Además, Williams, Kennedy y Moore (2011) revelaron que, entre quienes juegan activamente a *EverQuest II*, quienes prefieren el juego de rol (es decir, fingir ser el personaje y actuar en consecuencia) tienen una mayor probabilidad de pertenecer a grupos marginados, incluyendo minorías sexuales, religiosas y étnicas. Por todo ello, los escapistas pueden sentirse especialmente atraídos por la dinámica social de los juegos porque encuentran un apoyo social que no les está disponible en los entornos *offline* más habituales. Otros jugadores son escapistas no porque se sientan marginados, sino más bien por razones vinculadas a su estado de ánimo. Pueden jugar para escapar del estrés, relajarse y huir del aburrimiento (Sherry *et al.* 2006; Yee 2006). Estos jugadores son menos propensos a comprometerse con otros en el juego; actúan más como parte de la audiencia y disfrutan pasivamente de la presencia social de otras personas en los juegos (es decir, estar “solos juntos”) (Ducheneaut *et al.* 2006)

En segundo lugar, las llamadas ‘*sabelotodo*’ son personas que juegan motivados por mejorar su capacidad cerebral e intelectual. Es posible que deseen tener más conocimientos que otros jugadores o que tengan metacontextos fuera del juego específico al que juegan en los que desean adquirir habilidades (Kahn *et al.* 2015; Yee 2006). Esta motivación está relacionada con el hecho de que los juegos pueden ser herramientas de aprendizaje, y no simplemente de ocio (Greenberg *et al.* 2010). Los *sabelotodo* pueden intentar adquirir habilidades transferibles, como el liderazgo y la organización, competencia técnica e idiomas extranjeros (Kahn *et al.* 2015; Williams, Kennedy y Moore 2011; Bartle 1996). Las relaciones sociales ayudan a los individuos a adquirir esas habilidades, competencias y fluidez lingüística. Por ejemplo, la conexión con otros jugadores es necesaria para mejorar las habilidades de liderazgo (Yee 2014; Williams, Kennedy y Moore 2011), probar los elementos técnicos del producto (Bartle 1996) y practicar idiomas extranjeros (Williams, Kennedy y Moore 2011). Además, los *sabelotodo* se sienten atraídos por la posibilidad de poder mostrar sus proezas a otros jugadores que actúan como parte del público (Ducheneaut *et al.* 2006; Yee 2006). Así, los patrones entre los jugadores se asemejan a los de los medios de comunicación más tradicionales, ya que los jugadores *sabelotodo* actúan más como productores de contenido y los demás jugadores actúan más como público.

Por último, las *socializadoras* son personas motivadas por la colaboración y la interacción con otros. Se sienten atraídos por los aspectos del juego que implican trabajo en equipo y conversaciones (Yee 2006; Bartle 1996). Las personas *socializadoras* utilizan los juegos para interactuar con miembros de la familia y amigos, y para hacer nuevas amistades que van más allá de los juegos (Fuster *et al.* 2013; Williams *et al.* 2009). Así, la relación entre socialización y relaciones sociales es la más definitoria, y los comportamientos de socialización en el juego, como la colaboración y la conversación, pueden ser observados con mayor claridad. Aunque la motivación competitiva también implica interacciones y relaciones sociales, esta motivación no es tan relevante para este estudio porque el juego estudiado implica pocas características competitivas.

MOTIVACIONES Y COMPORTAMIENTOS DE JUEGO ASOCIADOS A LOS ROLES DE GÉNERO

Existen diferencias en las expectativas sobre cómo deben abordar el juego los hombres y las mujeres. Se basan principalmente en la suposición general de que los hombres se toman más en serio los juegos (Fox y Tang 2017; Shaw 2012) y, en particular, que los jugadores hombres deben adoptar roles de agencia, mientras que las jugadoras deben adoptar

roles comunitarios (Shen *et al.* 2016; Shen 2014). En el contexto de los juegos en general, estos puntos de vista deterministas basados en el sexo biológico son comunes, de manera que las capacidades de razonamiento espacial (Ratan, Shen y Williams 2020) y de competencia directa (Greenberg *et al.* 2010) suelen considerarse características de los jugadores hombres, pero no de las mujeres.

Además, los roles de género están relacionados con la exclusión social y la autoselección en el juego. Estas exclusiones y patrones de autoselección son más relevantes en unos tipos de juegos que en otros. En primer lugar, algunos juegos se consideran espacios casi exclusivos para los jugadores hombres, como los juegos “verde-marrón” sobre la guerra y los deportes, con muy pocas jugadoras (Ratan, Shen y Williams 2020; van Reijmersdal *et al.* 2013). Es decir, estos “videojuegos han sido diseñados por hombres y para hombres” (Greenberg *et al.* 2010: 254). El acoso por razón de género y la objetivación de los cuerpos femeninos prevalecen en muchos juegos verdes-marrones, que luego se asocian con la retirada de las jugadoras de estos juegos (Fox y Tang 2017; Lynch *et al.* 2016).

En segundo lugar, en los juegos en los que juegan tanto hombres como mujeres, como los *Massively multiplayer online* (MMO) de fantasía, los jugadores hombres tienden a adoptar roles más de agencia (por ejemplo, luchadores) y las jugadoras roles más comunitarios (por ejemplo, sacerdotes sanadores) (Shen 2014). Según la teoría de los roles de género, estos jugadores se autoseleccionan en función de la interiorización de los estereotipos de género para hombres y mujeres (Shen *et al.* 2016; Shen 2014). Sin embargo, el cambio de género y el enmascaramiento también pueden darse en los MMO, ya que las nuevas tecnologías de los medios de comunicación permiten una mayor flexibilidad y control del avatar (Huh y Williams 2010). Asumiendo una conceptualización de género binaria, el intercambio de género (también conocido como cambio de género o alteración de género) se produce cuando un jugador adopta un avatar de un género diferente al suyo, como los jugadores varones que adoptan avatares femeninos y las jugadoras mujeres que adoptan avatares masculinos.

Los estudios sobre *EverQuest II* y *World of Warcraft* han descubierto que el intercambio de género se produce con más frecuencia cuando los jugadores varones usan avatares femeninos que cuando las jugadoras adoptan avatares masculinos (Yee *et al.* 2011; Huh y Williams 2010). Los jugadores hombres pueden emplear avatares femeninos para ver avatares femeninos que les resulten visualmente atractivos (Huh y Williams 2010) y para recibir más atención de otros jugadores. Por su parte, las jugadoras pueden adoptar avatares masculinos para

hacer frente al acoso por razón de género y a los problemas de objetivación femenina (Vella *et al.* 2020). Especialmente en el caso de las jugadoras que cambian de género, sus comportamientos pueden parecerse más al género de su avatar que a su género personal, posiblemente para alterar los estereotipos asociados a la mujer (Yee *et al.* 2011; Huh y Williams 2010).

A diferencia del cambio de género, el enmascaramiento de género se refiere a los jugadores que eligen nombres de usuario y apariencias de avatar neutros (Vella *et al.* 2020). Este fenómeno no ha sido tan estudiado con investigación cuantitativa. Las entrevistas cualitativas han revelado que las jugadoras pueden adoptar el enmascaramiento de género para no ser “descubiertas” como mujeres (Vella *et al.* 2020: 927), y pueden hacerlo evitando la tecnología de voz. El enmascaramiento de género tiene otras consecuencias, al no poder las jugadoras participar plenamente en los juegos y limitar las formas en que conectan con otras mujeres jugadoras (Vella *et al.* 2020).

En tercer lugar, los juegos que implican responsabilidad y compromiso de quienes juegan —los llamados ‘juegos ocasionales’ (frente a los juegos *hardcore*)— están dominados por jugadoras (Cote 2020; Shen *et al.* 2016). Las jugadoras se autoseleccionan en los juegos ocasionales porque imaginan que los jugadores empedernidos son más masculinos (Cote 2020; Shaw 2012).

Por último, en el extremo opuesto del espectro a los juegos verde-marrones se encuentran los juegos “rosas”, que se dirigen casi exclusivamente a jugadoras y abordan actividades como cocina, vestimenta y cuidado personal (Vieira 2014; van Reijmersdal *et al.* 2013). El interés de las jugadoras por los juegos rosa está relacionado con su interiorización de los estereotipos de las mujeres en esas actividades (van Reijmersdal *et al.* 2013). Así, los diferentes tipos de juego hacen que los roles de género resalten más y activen esos estereotipos. Como se explica más adelante, *Sky* se asemeja a los MMO de fantasía y es más popular entre las jugadoras, aunque en el juego no resaltan especialmente los géneros masculino o femenino.

Los roles de género también están relacionados con las motivaciones y los comportamientos de los jugadores. La mayoría de las motivaciones para jugar son, por término medio, mayores para los hombres que para las mujeres, posiblemente debido a la interiorización de los estereotipos de que los jugadores hombres se toman los juegos más en serio que sus contrapartes mujeres (Ratan *et al.* 2022; Shaw 2012). Algunas investigaciones previas han encontrado que los jugadores varones presentan más motivaciones escapistas que las jugadoras, posiblemente debido a que los hombres están más

interesados en el juego como forma de diversión (Ratan *et al.* 2022; Greenberg *et al.* 2010). Del mismo modo, otros estudios sostienen que los jugadores hombres tienen más motivaciones de sabelotodo que las jugadoras, posiblemente debido a los roles de género interiorizados en que los hombres deben centrarse más en el éxito (Ratan *et al.* 2022; Williams *et al.* 2009) y estar más orientados hacia las tareas (Zhou, Jin, y Fang 2014).

Sin embargo, una posible excepción es la socialización, ya que algunos estudios sugieren que las mujeres tienden a tener mayores motivaciones y comportamientos socializadores que los hombres (Cote 2020; Shen 2014; Zhou, Jin y Fang 2014; Williams *et al.* 2009). Esto se debe a que las jugadoras son más propensas a priorizar la construcción y el mantenimiento de las relaciones sociales (Williams *et al.* 2009). Sin embargo, los resultados presentan evidencias mixtas. Por cada estudio que encuentra en que las jugadoras tienen mayores motivaciones y comportamientos socializadores (Zhou, Jin y Fang 2014; Shen 2014; Williams *et al.* 2009; Yee 2006), hay otros tantos en que la socialización es mayor para los jugadores hombres (Ratan *et al.* 2022; Greenberg *et al.* 2010). Con un análisis más pormenorizado, quizás sea posible armonizar estos resultados contradictorios teniendo en cuenta las diferencias contextuales de dichos estudios. En los estudios centrados en personas que juegan a todo tipo de juegos, la socialización tiende a ser mayor para los jugadores hombres, posiblemente debido a la popularidad y la alta participación de estos en los juegos de color verde-marrón, en particular los que implican violencia (Huang-Isherwood y Peña 2021). En cambio, en los estudios que versan sobre quienes juegan a juegos específicos, como los juegos sociales virtuales (Zhou, Jin y Fang 2014) y los MMO de fantasía (Shen 2014; Williams *et al.* 2009; Yee 2006), las jugadoras tienden a socializar más. Como este estudio examina un MMO móvil de fantasía, estos últimos estudios pueden ser más relevantes. Por lo tanto, nuestra expectativa es que:

H1. Los jugadores hombres presentan valores más altos que las mujeres en (a) motivaciones de escapismo y (b) de sabelotodo, pero más bajos que las jugadoras en (c) motivaciones de socialización y (d) comportamientos de socialización.

CAPITAL SOCIAL COMO PUENTE Y COMO VÍNCULO, MOTIVACIONES Y COMPORTAMIENTOS DE JUEGO

El capital social hace referencia al valor de la estructura y el contenido de una red, ya sea de individuos o de grupos (Adler y Kwon 2002). El aporte de capital social puede consistir en la calidad de la información, la consecución de objetivos y el

apoyo social (Williams 2006; Adler y Kwon 2002; Bourdieu 1986). El capital social es un recurso, al igual que el capital económico (Adler y Kwon 2002), aunque este más relacionado con el dinero y la propiedad privada (Bourdieu 1986); de hecho, se puede convertir un tipo de capital en otro. El capital económico se puede convertir en capital social (Bourdieu 1986), por ejemplo, comprando con dinero regalos a los amigos del juego y así fortalecer la propia red. Algunos autores sostienen que es más fácil utilizar el capital económico para convertirlo en capital social que a la inversa (Adler y Kwon 2002; Bourdieu 1986). El capital social puede surgir de las relaciones concebidas como puente o como vínculo (Putnam 2000; Williams 2006). En primer lugar, examinaremos el capital social como puente y, a continuación, el capital social como vínculo. El primero de ellos tiende a provenir de relaciones más débiles que ofrecen nuevas oportunidades. Pueden provenir de relaciones tan básicas como una sola interacción y suelen implicar a individuos de orígenes variados (Putnam 2000).

Las motivaciones escapistas pueden predecir negativamente el capital social puente porque los jugadores que intentan alejarse de otros contextos son menos propensos a interactuar con gente menos conocida. En concreto, en el caso de los jugadores que pertenecen a grupos marginados y que se sienten atraídos por las relaciones con un apoyo sustancial (Williams *et al.* 2009; 2011), es poco probable que sus necesidades se satisfagan con relaciones más débiles. Del mismo modo, los jugadores que utilizan los juegos para escapar del estrés y del aburrimiento pueden preferir estar “solos juntos” y alejarse de relaciones más débiles (Shen 2014; Ducheneaut *et al.* 2006).

Además, la motivación de los sabelotodo (*smarty-pants*) puede predecir el capital social puente porque el avance individual es esencial para ellos, y suele producirse a través de relaciones de este tipo. La motivación de los sabelotodo puede requerir nueva información intercambiable en esas relaciones, información que no está tan disponible en las relaciones con interacciones repetidas. En un estudio clásico sobre la promoción individual a través de las oportunidades de trabajo, Granovetter (1973) demostró que los solicitantes de empleo encontraban más oportunidades a través de sus lazos o vínculos más débiles, precisamente porque eran personas distintas al solicitante de empleo. Del mismo modo, dentro de los juegos los nuevos conocimientos pueden proceder de fuera del círculo íntimo inmediato y típicamente similar del jugador. Por ejemplo, Zhong (2011) analizó el juego conjunto en los MMO y descubrió que las interacciones de los jugadores basadas en avatares similares —sin conocer la identidad y características reales de los otros jugadores— se asociaban positivamente con

el capital social puente. De hecho, otros estudios sugieren que tener más información sobre otro jugador socava ese capital social puente. Trepte, Reinecke y Juechems (2012), en un trabajo en que estudiaron a los miembros de clanes de deportes electrónicos, descubrieron que una mayor disponibilidad y accesibilidad para la interacción entre los jugadores se asociaba negativamente con el capital social puente. Putnam (2000) concluyó que “el capital social puente es crucial para ‘salir adelante’” (p. 23). Es más probable que los jugadores adquieran habilidades transferibles de personas a las que, de otro modo, no estarían unidos (Yee 2014).

Por último, los socializadores pueden estar asociados positivamente con el capital social puente porque algunos jugadores están más motivados para colaborar con otros a la hora de avanzar en los juegos (Lindtner *et al.* 2008; Yee 2006). Incluso, los jugadores socializadores que no están motivados por avanzar pueden adquirir involuntariamente capital social de este tipo debido a las características del juego que requieren trabajo en equipo (Shen 2014; Yee 2014). Centrándonos en el capital social puente como variable dependiente, planteamos la siguiente hipótesis:

H2. El capital social puente está negativamente relacionado con (a) la motivación escapista, pero positivamente relacionado con (b) la motivación de sabelotodo, (c) la motivación socializadora y (d) el comportamiento socializador.

El capital social vínculo suele provenir de relaciones estrechas que ofrecen apoyo emocional y sustantivo. Suele derivar de relaciones que implican interacciones repetidas y refuerzan las identidades comunes (Putnam 2000). Por lo tanto, el capital social basado en el vínculo tiende a venir de personas que son más similares que disímiles, es decir, de relaciones homófilas (McPherson, Smith-Lovin y Cook 2001). El capital social vínculo ofrece una red social de seguridad porque “sustenta la reciprocidad específica y moviliza la solidaridad” (Putnam 2000: 22).

Las motivaciones de los sabelotodo pueden predecir este tipo de capital social vínculo porque los comportamientos de los jugadores que muestran conocimientos superiores pueden hacer que sus conocidos inviertan más en su capital social. Los sabelotodo están motivados y tienen la intención de mostrar sus habilidades y su intelecto a otros jugadores (Ducheneaut *et al.* 2006; Yee 2006). La exhibición, a su vez, haría que estos jugadores sabelotodo “destacaran entre sus conocidos más próximos y les harían estar más motivados y comprometer más recursos para activar el capital social de los sabelotodo. Este proceso crea el patrón de ‘los ricos se hacen más ricos’” (Choi *et al.* 2021).

Además, los socializadores pueden predecir el capital social vínculo porque están más motivados a

emplear juegos para mantener relaciones cercanas existentes y convertir las nuevas relaciones débiles en fuertes (Reer y Krämer 2019; Williams *et al.* 2009). Centrándonos en el capital social vínculo como variable de resultado, se plantea la siguiente hipótesis:

H3. El capital social vínculo está positivamente predicho por (a) las motivaciones de los sabelotodo, (b) las motivaciones de los socializadores y (c) los comportamientos de los socializadores.

Además, los escapistas pueden predecir el capital social vínculo porque buscan en los juegos un apoyo que no pueden encontrar fuera de la red, especialmente en el caso de los jugadores marginados política o económicamente (Williams *et al.* 2009; 2011), por ejemplo, los marginados por su orientación sexual, su religión o su condición de minoría étnica (Williams *et al.* 2011). Por ello, los jugadores que no son hombres y están más marginados política o económicamente, pueden estar más motivados por escapar de los contextos no relacionados con el juego y utilizar los juegos para adquirir capital social vínculo.

Debido a que los jugadores hombres tienden a tener más privilegios políticos y económicos en la sociedad (Cote 2020; Fox y Tang 2017; Eagly y Koenig 2006), se considera que los jugadores que no son hombres necesitan más motivaciones escapistas.

H4. La asociación entre las motivaciones escapistas y el capital social vínculo es más débil para los hombres que para otros géneros.

ROLES DE GÉNERO Y CAPITAL SOCIAL

Los hombres y las mujeres difieren en la forma en que acumulan capital social. En primer lugar, los hombres tienden a confiar en su propia red, mientras que las mujeres tienden a confiar en la red de un mentor o superior (Kumra y Vinnicombe 2010). Históricamente, las mujeres han sido más propensas a realizar tareas asociadas al cuidado de los miembros de la familia, restringiendo así el tamaño de su red (Kim 2014; Kumra y Vinnicombe 2010). Por ello, las mujeres suelen tener menos recursos que los hombres para crear directamente sus redes personales y es más probable que accedan a la red de alguien más influyente que ellas (Kumra y Vinnicombe 2010). En segundo lugar, los hombres tienden a centrarse en comportamientos de red relacionados con la promoción personal, mientras que las mujeres tienden a centrarse en el progreso de otros individuos y grupos (Kim 2014; Kumra y Vinnicombe 2010). Estas diferencias están relacionadas con la normalización social de premiar a los hombres que están seguros de sí mismos y que son asertivos, mientras que se castiga a las mujeres

que poseen características similares. En el caso de las mujeres, está más aceptado que defiendan a otros individuos y grupos (Kumra y Vinnicombe 2010).

Las comparaciones entre tipos de capital social (puente y vínculo) por género en contextos de juego multijugador son un área poco estudiada, y la investigación existente ha examinado principalmente contextos profesionales *offline*, como el académico (van Emmerik 2006), las empresas de consultoría (Kumra y Vinnicombe 2010), las microempresas (Kim 2014), y las relaciones familiares (Antonucci y Akiyama 1987; Gerstel, Riessman y Rosenfield 1985). El contexto de ocio más cercano en el que se ha comparado el capital social por género es en el deporte (Clopton 2012). Estos estudios ofrecen una visión de que puede haber diferencias de género en el capital social como puente y como vínculo.

Vinculado al capital social puente, algunas investigaciones previas sobre diferentes contextos profesionales han encontrado que los hombres son más propensos a ser nexos clave para acumular este tipo de capital social (McPherson *et al.* 2001), posiblemente debido a que los roles de género favorecen logros masculinos (van Emmerik 2006). Este capital social puente es también mayor entre los hombres que entre las mujeres en el mundo académico (van Emmerik 2006) y en contextos de microempresas (Kim 2014).

Además, en lo que respecta al capital social vínculo, algunos estudios han descubierto que es más relevante entre los grupos marginados, posiblemente debido a su condición más vulnerable. Los miembros de estos grupos tienden a necesitar más apoyo emocional y sustantivo, y el capital social como vínculo se asocia a dicho apoyo (Clopton 2012; van Emmerik 2006; Putnam 2000). Por lo tanto, es probable que el capital social como vínculo sea mayor para las jugadoras porque están más marginadas socialmente. Este tipo de capital social también puede aparecer más entre las jugadoras de *Sky* debido a los patrones de homofilia (McPherson *et al.* 2001). Las relaciones homófilas por género pueden darse en diferentes contextos cuando las mujeres tienen más probabilidades de conectarse con otras mujeres y los hombres más probabilidades de conectarse con otros hombres (Kumra y Vinnicombe 2010; McPherson *et al.* 2001).

Es probable que las relaciones homófilas asociadas al capital social vínculo sean mayores para las jugadoras que para los jugadores, solo por el hecho de que hay más jugadoras de *Sky* que se conectan entre sí.

H5. Los jugadores hombres presentan valores más altos que las jugadoras en (a) capital social puente, pero más bajos que las jugadoras en (b) capital social vínculo.

MÉTODO

Sky: Children of the Light

Sky es un popular juego de fantasía prosocial para móvil creado y lanzado por *thatgamecompany* que ofrece a los jugadores un mundo virtual de inmersión, y que permite jugar por objetivos o por exploración. Para el enfoque orientado a objetivos, los jugadores pueden generar velas (la moneda del juego), liberar espíritus y salvar niños. Cuando los jugadores completan todos los mapas del juego, los créditos del juego se acumulan y los jugadores pueden volver a recorrer los mapas. En cuanto al enfoque orientado a la exploración, los jugadores pueden viajar a pie o volando por el vasto mundo de *Sky*, repleto de paisajes naturales, estructuras antiguas, tierras baldías y mucho más.

Aunque los avatares de los jugadores del *Sky* son de aspecto humano, el juego tiene muchos elementos de fantasía. Los avatares de los jugadores tienen un aspecto mayoritariamente andrógino, llevan capas que les permiten volar, los espíritus se asemejan a ancestros gigantes, los niños de *Sky* están formados por rayos de luz, y las entidades muertas pueden volver a la vida.

Sky es prosocial, ya que su arquitectura de juego incentiva a los jugadores a ayudarse mutuamente y rara vez fomenta la agresión. La principal forma en que se incentiva este comportamiento prosocial es que el juego en equipo produce sinergias. Por ejemplo, los jugadores reciben un aumento de energía por jugar con otros jugadores cercanos. Además, *Sky* cuenta con muchas ventajas que solo están disponibles para los jugadores con amigos en el juego.

En este juego, los amigos pueden socializar de muchas maneras, dándose la mano, chocando los cinco, saludando, bailando juntos, tocando instrumentos musicales, dando regalos y chateando. Por lo tanto, *Sky* representaba un objeto de investigación relevante para explorar la pregunta principal de este estudio, que trata sobre el capital social, el valor que surge de las estructuras de relación de la red (Adler y Kwon 2002). Además, se eligió *Sky* porque era uno de los videojuegos con datos de encuestas y comportamientos a los que el grupo de investigación de los autores tenía acceso.

METODOLOGÍA

Esta investigación recibió la aprobación ética de la junta de revisión institucional de la universidad de los autores. Los participantes ($N = 1771$) fueron reclutados y encuestados en noviembre de 2020. El reclutamiento implicó una colaboración entre los autores y *thatgamecompany*. Los autores diseñaron y programaron la encuesta *online* (incluyendo

una página introductoria con el consentimiento informado) en la plataforma *SurveyMonkey*, mientras que *thatgamecompany* creó el mecanismo de muestreo, añadió el enlace de la encuesta y distribuyó la remuneración a través de la plataforma *Sky*. Los participantes fueron reclutados a través de *Sky* mediante un muestreo aleatorio después de haber completado el último nivel del juego y justo antes de la etapa de créditos del mismo. Esto permitió incluir a jugadores principiantes y veteranos que experimentaron todo el juego. Por lo tanto, los participantes que no experimentaron todo el juego no fueron incluidos en la muestra. Los participantes recibieron monedas del juego por completar la encuesta de *thatgamecompany*, unas significativas seis unidades de vela, casi 1000 unidades de luz.

Las preguntas de la encuesta utilizadas en esta investigación constituían un subconjunto de una encuesta más amplia que incluía preguntas demográficas sobre género, edad e ingresos. Apesar de que en la página de consentimiento informado se pedía a los jugadores menores de 18 años que no avanzaran en la encuesta, 606 participantes respondieron a la encuesta informando de que eran menores de 18 años, por lo que fueron eliminados. Además, se eliminaron 138 por dar respuestas incoherentes, lo que dejó una muestra final de 1027. Mediante identificadores codificados que solo conoce *thatgamecompany*, los datos de la muestra se cotejaron con los datos de comportamiento no intrusivo de los jugadores durante los seis meses anteriores a noviembre de 2020 (del 4/12 al 10/12/2020). *thatgamecompany* se basó en el acuerdo de términos de servicio para obtener el consentimiento informado sobre los datos de comportamiento no intrusivos. Estos datos de comportamiento utilizados en este estudio incluían el número total de mensajes enviados en el juego, el idioma del dispositivo móvil y el sistema operativo del mismo. Estos datos conductuales y de encuesta emparejados se anonimizaron completamente antes de llegar al equipo de investigación y se utilizaron para probar las hipótesis.

CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA

La muestra está compuesta mayoritariamente por jugadoras (65 %), con una edad media de 25 años (DT = 9,70). La mayoría de los jugadores utilizaban el sistema operativo iOS (72 %), y el resto Android (28 %). Por último, el idioma de sus dispositivos era mayoritariamente el inglés (97 %).

ENCUESTA Y MEDIDAS DE COMPORTAMIENTO

Motivación escapista

Dos ítems de la encuesta midieron la motivación escapista (es decir, “Me gusta hacer cosas en *Sky*

que no puedo hacer en la vida real” y “*Sky* me permite fingir que soy otra persona”) en una escala tipo Likert de 5 puntos (1 = totalmente en desacuerdo, 5 = totalmente de acuerdo) (adaptada de Kahn *et al.* 2015). Se seleccionó la medida de Kahn para evaluar la motivación escapista y el resto de motivaciones porque la medida abordaba múltiples géneros que la hace apta para diversos tipos de videojuegos, incluido el de *Sky* (Körner y Schütz 2021; Turkey y Adinolf 2018). Los ítems se promediaron en una única puntuación (M = 3,80, DT = 1,10, $\alpha = .70$).

Motivación de sabelotodo

Dos ítems de la encuesta midieron la motivación de los sabelotodo (*smarty-pants*) (es decir, “Jugar a *Sky* me hace más inteligente” y “Juego a *Sky* para mejorar mis habilidades intelectuales”) en una escala tipo Likert de 5 puntos (1 = totalmente en desacuerdo, 5 = totalmente de acuerdo) (adaptada de Kahn *et al.* 2015). Los ítems se promediaron en una única puntuación (M = 2,70, DT = 1,20, $\alpha = .85$).

Motivación socializadora

Tres ítems de la encuesta midieron la motivación socializadora (es decir, “Me gusta charlar con otros jugadores mientras juego a *Sky* [ya sea a través del juego o de algún método externo]”, “Me gusta usar algún sistema de voz para hablar con otras personas cuando juego a *Sky*” y “Es importante para mí jugar a *Sky* con un grupo muy unido”) en una escala tipo Likert de 5 puntos (1 = totalmente en desacuerdo, 5 = totalmente de acuerdo) (adaptada de Kahn *et al.* 2015). Los ítems se promediaron en una única puntuación (M = 3,40, DT = 1,00, $\alpha = .68$).

Comportamientos de socialización

El comportamiento no intrusivo en el juego se operacionalizó como comportamiento de socialización, es decir, el número total de mensajes que el jugador envió en el universo *Sky* mientras jugaba. Esta medida de comportamiento cuantifica la cantidad de interacción del jugador con otros jugadores y ya ha sido probada como indicador de las motivaciones socializadoras (Choi *et al.* 2021). Aunque existen otras medidas de comportamiento, son más específicas de *Sky* y menos generalizables a otros contextos. Dichas mediciones no pueden replicarse tan fácilmente en futuros estudios. La medición del comportamiento socializador tuvo una distribución con asimetría hacia la derecha [alto n.º de mensajes enviados] (M = 5,979, DT = 14,146). Solo estuvieron disponibles las conductas socializadoras, pero no las conductas escapistas o de sabelotodo, ya que las conductas socializadoras podían observarse con mayor claridad.

Género

Un ítem abierto de la encuesta midió el género del jugador (“¿Con qué género te identificas?”), que luego se categorizó como ‘mujer’ (65 %; por ejemplo, “mujer”, “mujer trans”, etc.), ‘hombre’ (24 %; por ejemplo, “hombre”, “tío”, etc.), otro (9 %; por ejemplo, “no binario”, “bigénero”, etc.), y ‘sin respuesta’ (2 %). Es importante llamar la atención sobre la variable de género en los análisis para H1 y H5, que difiere de la variable de género en la tabla de correlación y el análisis para H4. Mientras que la variable para H1 y H5 estaba compuesta por hombres y mujeres como categorías (omitiendo ‘otros’ y ‘sin respuesta’), para comprobar los roles de género masculinos y femeninos, respectivamente, en la tabla de correlación y el análisis de H4 dicha variable incorpora un código ficticio (1 = hombre y 0 = todos los demás géneros [es decir, ‘mujer’, ‘otros’ y ‘sin respuesta’]), ya que H4 se ocupa más de comprobar que los hombres tienden a ser más privilegiados política y económicamente en la sociedad. Esta codificación también permitió incluir a más participantes en el análisis.

Capital social puente

Diez ítems de la encuesta midieron el capital social como puente (por ejemplo, “Interactuar con la gente en *Sky* hace que me interese por las cosas que ocurren fuera de mi ciudad en la vida real”, “En *Sky* entro en contacto con gente nueva todo el tiempo”) en una escala tipo Likert de 5 puntos (1 = totalmente en desacuerdo, 5 = totalmente de acuerdo) (adaptada de Williams 2006). Se seleccionó la medida empírica de Williams para evaluar el capital social puente y el capital social vínculo (abajo) porque esta medida captura el capital social *online*, así como el capital social asociado con las interacciones de videojuegos *online*, como es el caso en este estudio (Kim *et al.* 2022; Depping Johanson y Mandryk 2018; Trepte, Reinecke y Juechems 2012; Zhong 2011). Los ítems de capital social puente se promediaron en una única puntuación que tenía una distribución con asimetría a la izquierda [‘bajo’ capital social puente] ($M = 4,10$, $DT = .80$, $\alpha = .91$).

Capital social vínculo

Diez ítems de la encuesta midieron el capital social vínculo (por ejemplo, “Hay varias personas en *Sky* en las que confío para que me ayuden a resolver mis problemas”, “Cuando me siento solo, hay varias personas en *Sky* con las que puedo hablar”) en una escala tipo Likert de 5 puntos (1 = totalmente en desacuerdo, 5 = totalmente de acuerdo) (adaptada de Williams 2006). Los ítems se promediaron en una única puntuación que tenía una distribución con asimetría hacia la derecha [el ‘alto’ capital social vínculo] ($M = 2,80$, $DT = 1,00$, $\alpha = .89$).

Variables de control

Se incluyeron también variables de control, ya que pueden afectar a la adquisición de capital social. Se utilizó el idioma del dispositivo utilizado para jugar al *Sky*, codificando 1 = inglés, debido a que el inglés es el idioma dominante en EE.UU. y a que investigaciones anteriores sugieren que el dominio del inglés está asociado a la capacidad de adquirir capital social (Wang 2020; Straubhaar 2013). Además, el nivel de ingresos se utilizó como una variable ordinal, que va desde “menos de 15 000 dólares” a “250 000 dólares o más”, debido a la relación interconectada entre los recursos económicos y la adquisición de capital social (Adler y Kwon 2002; Bourdieu 1986).

RESULTADOS

Todos los análisis descriptivos y estadísticos se realizaron en RStudio versión 1.2.5042. Las correlaciones de Spearman se llevaron a cabo teniendo en cuenta que algunas variables, especialmente las de capital social, no están distribuidas normalmente (Field, Miles y Field 2012). La tabla 1 recoge las correlaciones de las variables clave.

Tabla 1
Correlación de Spearman de las principales variables

	n	1	2	3	4	5	6
1 Escapistas							
2 Sabelotodo		.28					
3 Socializadores (encuesta)		-.08	.21				
4 Socializadores (comportamiento)		-.39	-.29	-.02			
5 Genero (1 = Hombre)		-.39	-.46	-.42	-.44		
6 Capital social puente		.23	.49	.42	-.03	-.63	
7 Capital social vínculo		-.01	.39	.53	.20	-.62	.66

Nota. Ninguna correlación tuvo un valor de p inferior a .05 ($ps > .109$).

Para testar la H1, que predice diferencias de motivación y comportamientos en el juego entre jugadores hombres y mujeres, se omitieron los datos de las personas que no se identificaron como hombres o mujeres y que no proporcionaron una respuesta a esta pregunta. Se realizaron las pruebas de Mann Whitney Wilcoxon o Mann Whitney U, que comparan las medianas, porque algunas de las variables de motivación no estaban distribuidas normalmente (Field, Miles y Field 2012). Los datos muestran, para la H1(a), que no hay diferencias significativas entre la motivación escapista de los jugadores hombres ($Mdn = 4,00$) y las jugadoras ($Mdn = 4,00$), $U = 88,928$, $p = .100$. Igualmente, para la H1(b) se

observa que no hubo diferencias significativas entre la motivación de los jugadores (Mdn = 2,70) y las jugadoras (Mdn = 2,70), $U = 86,819$, $p = .300$. En el caso de la H1(c), los datos de la encuesta señalan que no hubo diferencias significativas entre la motivación socializadora de los jugadores (Mdn = 3,30) y las jugadoras (Mdn = 3,30), $U = 83,734$, $p = .900$. Sin embargo, al testar la H1(d) con los datos no intrusivos (es decir, el número total de mensajes enviados), hubo una diferencia estadísticamente significativa entre el comportamiento socializador de los jugadores hombres (Mdn = 74) y las jugadoras (Mdn = 485), $U = 97.162$, $p < .001$, $r = .13$. Por lo tanto, los datos solo permiten confirmar la H1(d) respecto al comportamiento socializador.

Para comprobar las H2 a H4, que planteaban que las motivaciones y las conductas de juego predicen el capital social, se llevaron a cabo modelos de regresión lineal múltiple con las variables de control (paso 1), los predictores de la encuesta (paso 2) y los predictores de la conducta (paso 3). Las variables de capital social se transformaron en logaritmos porque no tenían una distribución normal (Field, Miles y Field 2012). Como la multicolinealidad podía ser una preocupación entre las relaciones de los predictores, especialmente entre las variables de la encuesta y las de comportamiento que miden los constructos relacionados con la motivación socializadora, se calcularon los factores de inflación de la varianza (VIF) para las variables de control, los predictores de la encuesta y los predictores del comportamiento de los modelos. Los VIF estaban muy por debajo del nivel 10 que podría suponer una preocupación en este sentido (Field, Miles y Field 2012), siendo el VIF más alto de 1,5.

Los modelos de regresión que predicen el capital social puente (tabla 2) muestran que la motivación escapista fue un predictor significativo: el aumento de cada unidad (de cinco unidades) en la medida de 'escapistas' aumenta el capital social puente en un 4 % ($p < 0,001$). La motivación de los sabelotodo resultó ser un predictor significativo del capital social puente medido como logaritmo, ya que el aumento de cada unidad (de cinco unidades) de 'sabelotodo' aumentó este capital social en un 5 % ($p < 0,001$). Además, la motivación socializadora también aparece como predictor significativo de este tipo de capital, el aumento de cada unidad (de cinco unidades) aumentó este capital social en un 8 % ($p < 0,001$).

Los modelos de regresión que predicen el capital social puente (tabla 2) muestran que la motivación escapista fue un predictor significativo, ya que el aumento de cada unidad (de cinco unidades) en la medida de 'escapista' en la encuesta aumentó este tipo de capital social en un 4 % ($p < 0,001$). Además, la motivación de los sabelotodo también fue un

predictor significativo, el aumento de cada unidad (de cinco unidades) en la medida de 'sabelotodo' en la encuesta aumentó el capital social puente en un 5 % ($p < 0,001$). La motivación socializadora fue un predictor significativo, el aumento de cada unidad (de cinco unidades) en la medida de 'socializador' en la encuesta aumentó este tipo de capital social en un 8 % ($p < 0,001$). Por último, el comportamiento socializador también fue un predictor significativo del capital social, el aumento de cada mensaje enviado en la medida de 'comportamiento socializador' aumentó el capital social puente en < 1 % ($p = 0,016$). En resumen, se confirman las hipótesis H2(b-d), pero la H2(a), relativa a la motivación escapista, aunque fue estadísticamente significativa, resultó en la dirección opuesta a la prevista. En lugar de encontrar que la motivación escapista predecía negativamente el capital social puente, la motivación escapista lo predecía positivamente.

Tabla 2

Modelos de regresión que predicen el capital social puente (transformado logarítmicamente)

	Capital social puente transformado logarítmicamente		
	1	2	3
Idioma del dispositivo (1 = inglés)	-.03 (.05)	.05 (.05)	.05 (.05)
Nivel de ingresos	< .01 (< .01)	< .01 (< .01)	< .01 (< .01)
Motivaciones escapistas		.04*** (.01)	.04*** (.01)
Motivaciones de los sabelotodo		.05*** (.01)	.05*** (.01)
Motivaciones socializadoras		.08*** (.01)	.08*** (.01)
Conducta socializadora			< .01* (< .01)
Constante	1.41*** (.05)	.77*** (.06)	.77*** (.06)
R2 Ajustado	< -.01	.28	.28

Nota. Los valores de los errores estándar entre paréntesis.

* $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$

Los modelos de regresión que predicen el capital social vínculo (tabla 3) mostraron que la motivación de los sabelotodo fue un predictor significativo de este tipo de capital social (transformado en logaritmo), ya que el aumento de cada unidad (de cinco unidades) en la medida de los 'sabelotodo' de la encuesta, aumentó este tipo de capital social en un 9 % ($p < 0,001$). Además, la motivación del socializador también fue un predictor significativo: el incremento de una unidad (de cinco unidades) en la medida del 'socializador' de la encuesta aumentó el capital social en un 16 % ($p < .001$). Finalmente, el

comportamiento del socializador aparece también como predictor significativo, pero con menor efecto de este capital social: el incremento de cada mensaje enviado en la medida de 'comportamiento del socializador' aumentó el capital social vínculo en menos de un 1 % ($p < .001$). Por lo tanto, se conforma la H3.

Tabla 3

Modelos de regresión que predicen el capital social vínculo (transformado logarímicamente)

	Capital social vínculo transformado logarímicamente		
	1	2	3
Idioma del dispositivo (1 = inglés)	-.29** (.09)	-.14* (.08)	-.11* (.08)
Nivel de ingresos	< -.01 (.01)	.01 (.01)	.01 (.01)
Escapistas (encuestas)		.03* (.01)	.03* (.01)
Género (1 = hombre)		-.05 (.09)	-.05 (.08)
Escapistas × género (1 = hombre)		< .01 (.02)	< .01 (.02)
Sabelotodo		.09*** (.01)	.09*** (.01)
Socializadores (encuesta)		.16*** (.01)	.15*** (.01)
Socializadores (comportamiento)			< .01*** (.01)
Constante	1.22*** (.10)	.17 (.10)	.13 (.10)
R2 Ajustado	.01	.30	.32

Nota. Los valores de los errores estándar entre paréntesis.

* $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$

Sin embargo, la interacción de motivación escapista × género (1 = hombre) no aparece como un predictor significativo del capital social vínculo (transformado en logaritmo). Solo el efecto de la motivación escapista fue un predictor significativo de este tipo de capital social; concretamente, el aumento de cada unidad (de cinco unidades) en la medida de 'escapista' de la encuesta aumentó el capital social vínculo en un 3 % ($p = 0,022$). Por lo tanto, no se pudo confirmar la H4.

Respecto a la H5(a), se identificó una diferencia significativa, pero en la dirección opuesta a la expectativa, entre el capital social puente de los jugadores (Mdn = 4,00) y jugadoras (Mdn = 4,30), $U = 93,674$, $p = .004$, $r = .10$. En el caso de la H5(b), se observó una diferencia significativa en la dirección predicha entre este tipo de capital social vínculo entre los jugadores (Mdn = 2,60) y las jugadoras (Mdn = 2,80), $U = 91,571$, $p = .020$, $r = .08$. Así, mientras la H5(b) fue confirmada, la H5(a) no lo fue. En lugar de

encontrar que los jugadores tienen valores más altos que las jugadoras en el capital social puente, los jugadores hombres presentaron valores más bajos.

DISCUSIÓN

Los resultados de este estudio amplían la teoría de los roles de género y el marco de los usos y gratificaciones al examinar cómo hombres y mujeres difieren en sus motivaciones de juego, comportamientos de juego y de capital social en un juego prosocial para móvil. Se identificó un hallazgo esperado sobre la participación de las jugadoras en más comportamientos socializadores. Si bien, al contrario de lo que se esperaba, no se obtuvieron resultados significativos sobre las motivaciones socializadoras de las jugadoras ni sobre las motivaciones no socializadoras de los jugadores hombres. La razón de los resultados no significativos podría ser que los jugadores de Sky tienen perfiles más igualitarios, y se adhieren a la creencia de que los jugadores y las jugadoras tienen papeles similares en el juego.

Dicho esto, el resultado de que las jugadoras tengan comportamientos más socializadores indica que los roles de género siguen estando presentes. Según la teoría de los roles de género, el atributo de querer conectar con los demás está relacionado con la característica comunal que se considera más apropiada para las mujeres. Al investigar sobre los juegos, es fundamental limitar los resultados a un solo juego o a otros relacionados. Al igual que los programas de televisión, los juegos pueden ser radicalmente diferentes, sobre todo en su mecánica y sus posibilidades. Por tanto, la propia arquitectura de Sky puede ser un factor que influya en estos resultados.

Las posibilidades prosociales de Sky parecen incentivar la cooperación y el igualitarismo, más que la competencia y la diferenciación. Además, la apariencia andrógina de los avatares de los jugadores podría hacer que sus roles de género sean menos prominentes y, como otras investigaciones han demostrado, los jugadores adoptan las características de los personajes del juego (por ejemplo, Yee *et al.* 2011; Peña, Hancock y Merola 2009). Dado que los avatares son más andróginos, como parte del diseño del juego, no resulta especialmente necesario el cambio de género o el enmascaramiento del jugador. Lo más probable es que la única forma en que los jugadores cambien de género o se enmascaren sea a través de los mensajes de texto, revelando un género diferente al suyo o negándose a hablar de su género, pero tal evaluación sería más intrusiva y requeriría el acceso al contenido del chat. Además, Sky podría formar parte de un movimiento mayor de mujeres que se vuelven más activas en los videojuegos (Cote 2020; Lynch *et al.* 2016). Investigaciones futuras podrán examinar estos procesos más a fondo.

Desde el punto de vista teórico, los resultados de este estudio pueden aportar a la teoría de U&G, ya que se han considerado las motivaciones más sociorrelacionales de los juegos, en lugar de centrarse únicamente en los jugadores individuales. Los resultados ofrecen una visión de las motivaciones “sabelotodo” y “socializadoras” como constructos asociados a las interacciones sociales entre jugadores, y no a motivaciones puramente individualistas. Además, este estudio amplía las investigaciones previas sobre U&G que se basan en autoinformes (Ruggiero 2000), al emplear datos conductuales no intrusivos.

Los hallazgos también aportan información a los estudios sobre el capital social, ya que se han tenido en cuenta algunos de sus antecedentes motivacionales y conductuales. Como se esperaba, la motivación “sabelotodo”, la motivación “socializadora” y los comportamientos socializadores predijeron el capital social “*bridging*” y “*bonding*”. Sorprendentemente, la motivación escapista también se asoció positivamente con el capital social puente y predijo el capital social vínculo. Las discrepancias entre lo que se esperaba de la motivación escapista y lo que se encontró podrían deberse al efecto de autoselección de los jugadores de *Sky*. Puesto que *Sky* es un juego prosocial y orientado a la exploración, los individuos que decidieron jugar a *Sky* pueden sentirse especialmente atraídos por la forma en que estos elementos ofrecen oportunidades para la acumulación de capital social. Es posible que se sientan especialmente atraídos por elementos conversacionales, como el chat sobre las características del juego, por los intereses individuales fuera del juego y el apoyo emocional, e incluso por los elementos no verbales, como imitar los movimientos del avatar, bailar juntos, tocar instrumentos musicales en el juego para otros, dar regalos, etc. Los jugadores que tienen aversión a este tipo de interacciones con los conocidos en el juego pueden haberse excluido previamente de jugar a *Sky*.

Por otra parte, al no haberse encontrado significación estadística para la H4, que planteaba que la motivación escapista y el capital social vínculo son más débiles para los hombres que para los demás géneros, se hace imprescindible elaborar una posible justificación a este hecho. Aunque las mujeres están más marginadas política y económicamente que los hombres, algunos estudios previos habían identificado que las mujeres y los hombres difieren en sus relaciones vínculo. Algunos autores señalan que las mujeres tienen un mayor número de relaciones afectivas (Pearce, Machin y Dunbar 2021; Antonucci y Akiyama 1987) y las tienen en contextos más diversos (Antonucci y Akiyama 1987; Gerstel, Riessman y Rosenfield 1985). Del mismo modo, algunos trabajos más recientes sobre adultos transgénero y no binarios sugieren que estos adultos también tienen fuertes relaciones vínculo (Holcomb

et al. 2022; Muzzey *et al.* 2021; Stone *et al.* 2020). En resumen, a pesar de la mayor marginación de los que pertenecen a géneros distintos al masculino, es posible que tengan relaciones afectivas que los protejan de posibles daños. Otra posibilidad es que los jugadores de *Sky* hayan experimentado ciertas barreras para crear relaciones puente en el juego. De hecho, se ha descubierto que estas barreras son especialmente preocupantes para las jugadoras (Vella *et al.* 2020; Zhong 2011).

Los hallazgos ofrecen una visión de la investigación sobre los roles de género y el capital social en un nuevo contexto de juegos multijugador. Es importante analizar este contexto porque puede ser instructivo sobre cómo las jugadoras pueden acumular capital social de forma estratégica y eficaz. De forma similar a los patrones de los deportes de equipo (Clopton 2012), el capital social vínculo fue mayor entre las jugadoras que entre los jugadores. En cuanto al capital social puente, los resultados fueron los contrarios a los sostenidos por la teoría de los roles de género.

Esto puede estar vinculado a un desajuste derivado de la dependencia de nuestro estudio de la literatura sobre contextos profesionales, en que los hombres tienen más comportamientos y redes puente. Por ello, puede que esto simplemente no se aplique a los juegos multijugador de fantasía que incentivan la cooperación (Shen 2014) como *Sky*, en el que las jugadoras tienen más ventajas en la acumulación de capital social vínculo a través de charlas sobre estrategias de juego y de trabajo conjunto para completar las misiones del juego. Es posible que estos patrones no se encuentren en juegos menos cooperativos, como los de tipo verde-marrón, que implican una alta competencia y bajos objetivos prosociales (van Reijmersdal *et al.* 2013; Clopton 2012).

Esta diferencia es un matiz importante para los investigadores sobre juegos, ya que permite empezar a identificar facilidades e incentivos, como la cooperación, que predicen los resultados del capital social. Investigaciones futuras deberían seguir explorando estas posibilidades en todos los géneros y con diferentes prestaciones. En otras palabras, los roles de género y el capital social podrían presentar relaciones diferentes en un juego social violento con más posibilidades competitivas en comparación con juegos prosociales como *Sky* o *Journey*, ambos juegos de *thatgamecompany*. Además, *Sky* comparte algunas similitudes con el más popular juego de fantasía para móviles, *Genshin Impact*, aunque este último se basa más en las características de combate y en los avatares de género.

En general, las conclusiones sobre las comparaciones de capital social por género son alentadoras, porque muestran que los grupos

marginados pueden adquirir un mayor capital social de ambos tipos. Posiblemente, estos patrones podrían extenderse a otros grupos marginados por su orientación sexual, su expresión sexual, minorías raciales y étnicas, etc., ya que comparten con las mujeres las características de la marginación política y económica. En este sentido, futuras investigaciones deberían examinar esta cuestión de forma más directa.

Este estudio tiene implicaciones prácticas para las empresas de juegos que quieran atraer a jugadoras. Dado que la motivación socializadora predijo sistemáticamente ambos tipos de capital social, las empresas deberían centrarse en las posibilidades de socialización antes de abordar cualquier otra motivación de juego si quieren fomentar y aprovechar las comunidades fuertes de jugadoras. Por ejemplo, los resultados de este estudio ofrecen recomendaciones específicas de diseño para las funciones del chat de texto. Las posibilidades del chat podrían facilitar la acumulación de ambos tipos de capital social, recomendando a los jugadores que conversen sobre las características del juego (por ejemplo, avatares, personalización, localización de recompensas ocultas, etc.), intereses individuales fuera del juego (por ejemplo, aficiones, ocupación, acontecimientos actuales, etc.) y apoyo emocional (por ejemplo, desahogarse, celebrar juntos, validar emociones, etc.). Dicho esto, esos mecanismos deben ser probados y comprobados para detectar un posible riesgo de toxicidad de los jugadores, lo que preocupa especialmente a las jugadoras (Depping *et al.* 2018; Vella *et al.* 2020). Para ayudar a prevenir la toxicidad en el chat, los juegos podrían incluir algoritmos que detecten comportamientos tóxicos en el texto del chat, por ejemplo, algoritmos de programación que revelen cuándo se utiliza un lenguaje soez; y algoritmos que permitan un mayor control del jugador, por ejemplo, la capacidad del jugador de silenciar a otros, cambiar la configuración, etc. (Vella *et al.* 2020).

Las implicaciones de los resultados obtenidos en este estudio son relevantes también para los desarrolladores de juegos de entretenimiento, responsables y educativos. El capital social no debe limitarse a los juegos de entretenimiento porque sus procesos de flujo de información también apoyan el aprendizaje de los jugadores (Kim *et al.* 2022). Por ejemplo, los juegos responsables y educativos podrían fomentar un mayor interés por el aprendizaje conectando a los jugadores con sus conocidos o amigos dentro del juego. Además, las conclusiones pueden aplicarse a otros tipos de juegos sociales multijugador para promover una mejor experiencia de los jugadores basada en la comprensión de los roles de género, las motivaciones del juego y el capital social, lo que puede conducir potencialmente a una menor rotación de jugadores.

El estudio también puede tener implicaciones para los responsables políticos interesados en las intervenciones sociales para aumentar los beneficios del capital social en las interacciones en línea socialmente distantes. Por ejemplo, los responsables políticos pueden tomar precauciones contra la pandemia y, al mismo tiempo, fomentar las interacciones sociales en línea que construyen el capital social. Mediante estas intervenciones, los responsables políticos pueden dar prioridad a los grupos marginados y contextos (por ejemplo, ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas; espíritu empresarial) en que las mujeres están infrarrepresentadas (Ratan, Shen y Williams 2020; Kim 2014).

LIMITACIONES Y LÍNEAS FUTURAS DE TRABAJO

Como cualquier otro estudio, este tiene limitaciones. Las más obvias se refieren a la generalización. Este juego en particular puede haber atraído a determinados tipos de jugadores hombres y mujeres. Como en la mayoría de las investigaciones sobre medios de comunicación, no podemos estar seguros de los sesgos de autoselección a menos que incorporemos diferentes tipos de control que no son posibles en una investigación como esta. Además, solo se pudo analizar los comportamientos socializadores, pero no los escapistas ni los intelectuales. Disponer de datos sobre el comportamiento en esos ámbitos podría reforzar aún más las conclusiones de este estudio. Por otra parte, hay que tener en cuenta que este trabajo no disponía de otros indicadores que pudieran medir en profundidad el capital social, como el intercambio de mensajes dirigidos a amigos concretos, la fuerza de las relaciones o las relaciones preestablecidas entre los jugadores. Futuras investigaciones podrían incluir estos aspectos como variables para obtener resultados más rigurosos. Por último, aunque los datos del estudio son transversales, el uso de enfoques analíticos longitudinales con datos de comportamiento ayudaría a explicar los procesos que van desde las motivaciones del juego hasta el capital social y por qué hay diferencias de género. En concreto, se podría examinar cómo conseguir amigos en el juego a largo plazo afecta al capital social puente y vínculo entre los jugadores hombres y mujeres. Otra sugerencia sería examinar cómo el ritmo de envío de mensajes afecta a ambos tipos de capital social entre los jugadores y las jugadoras.

Otra limitación tiene que ver con la dependencia del estudio de las medidas de los indicadores a través de escalas tipo Likert. Estas medidas se basaron en el cálculo de las puntuaciones medias de los ítems de tipo Likert que son más ordinales por naturaleza, es decir, la diferencia entre las opciones de respuesta no es equidistante (Sullivan y Artino

2013; Boone y Boone 2012; Pimentel 2010). Esto es especialmente preocupante para las medidas en las que las medias rondan el 3 (es decir, “ni de acuerdo ni en desacuerdo”), lo que ocurrió con la motivación de los sabelotodo, la motivación de los socializadores y el capital social vínculo. Para ayudar a abordar esta limitación, futuras investigaciones podrían proporcionar elementos que eviten la respuesta “ni de acuerdo ni en desacuerdo”, permitiendo la ausencia de respuesta en su lugar, y podrían replicar este estudio con medidas más continuas (Sullivan y Artino 2013).

Al analizar el capital social, la literatura tiende a centrarse en los beneficios que este genera. Sin embargo, el capital social también puede estudiarse desde la perspectiva de sus riesgos (Adler y Kwon 2002; Portes 1998). Una línea de estudio futura sería, por tanto, examinar las tensiones y los conflictos sociales en los juegos. Las tensiones sociales en los juegos, en particular el acoso, son una grave preocupación para las jugadoras (Cote 2020; Fox y Tang 2017). Estudios posteriores podrían abordar cómo las motivaciones del juego, especialmente las motivaciones para competir, se relacionan con la forma en que se producen y se gestionan las tensiones sociales en los juegos populares entre las jugadoras. Encontrar esa relación sería útil para que las empresas de juegos previnieran las tensiones sociales antes de que se produjeran.

Aunque este trabajo difiere de otros previos al centrarse en las diferencias de género, sigue teniendo limitaciones a la hora de conceptualizar el género, ya que adoptó un enfoque principalmente binario y simplificado. Para contrastar las H1 y H5, se comparó a los jugadores con las jugadoras. Esta conceptualización binaria del género también se debe a que, en la actualidad en tiempos recientes, no se ha realizado una investigación exhaustiva sobre roles de género distintos de los masculinos y femeninos. Para testar la H4, se combinaron jugadoras con otros jugadores de géneros marginados. Aunque este estudio no es el primero en combinar mujeres con adultos de otros géneros marginados, existen diferencias críticas entre estos grupos (Holcomb *et al.*, 2022).

No obstante, el género es mucho más complejo, funciona más como un espectro y en más de dos categorías (Ratan *et al.* 2022; Ratan, Shen y Williams 2020; Huh y Williams 2010). De manera que las investigaciones futuras podrían examinar el género de una manera más matizada, tal vez a través de un análisis bimodal, cualitativo, o de enfoques de métodos mixtos.

Por último, este estudio se refiere a un solo juego. Aunque se tuvieron en cuenta motivaciones, comportamientos y variables de capital social que pueden generalizarse a otros juegos, sería

importante replicar estos hallazgos en otro tipo de juegos, especialmente en juegos populares entre las jugadoras, y con un control cuidadoso de las prestaciones que pueden diferir entre los juegos. *Sky*, por ejemplo, presenta un alto grado de cooperación y avatares andróginos.

Otro juego puede no generar una alta cooperación y puede tener avatares más estereotipados o incluso sexualizados. Estas diferencias podrían tener efectos diferentes y atraer a distintos jugadores. Entre ellos estarían los juegos rosas dirigidos a jugadoras (por ejemplo, *Kim Kardashian: Hollywood*) y los juegos ocasionales con predominio de jugadoras (por ejemplo, *Candy Crush Saga*).

CONCLUSIÓN

En este estudio se ha analizado la asociación entre las motivaciones y los comportamientos sociorrelacionales del juego y el capital social en un juego multijugador popular entre las jugadoras. Este estudio ha puesto de manifiesto que los comportamientos socializadores y el capital social eran mayores para las jugadoras que para los jugadores. Además, proporciona información sobre las motivaciones (es decir, escapistas, sabelotodo y socializadoras) que pueden predecir el capital social. Y, lo que es más importante, los resultados ofrecen pruebas sólidas, basadas en datos de encuesta y de comportamiento, de que los juegos multijugador pueden ser, especialmente para las jugadoras, espacios sociales comunitarios y gratificantes. Estas pruebas pueden ser útiles para los investigadores de juegos, los desarrolladores de juegos y los responsables políticos para orientarles en la comprensión de cómo las diferencias de género pueden influir en sus comunidades de interés y fomentar eficazmente la generación de capital social.

AGRADECIMIENTOS:

Gracias a thatgamecompany y a Tina Lu y Jenova Chen por sus aportes y apoyo. Además, gracias a Steven Proudfoot y Paul Sparks por su apoyo en la recopilación y limpieza de datos de la encuesta, y a Weiwei Zheng por su apoyo en la recuperación de datos de comportamiento. Esta investigación fue financiada en parte por USC Annenberg/Graduate School Fellowships para la primera y la segunda autoras.

BIBLIOGRAFÍA

- Adler, Paul S. y Seok-Woo Kwon. 2002. “Social Capital: Prospects for a New Concept”. *Academy of Management Review* 27(1): 17–40. <https://doi.org/10.5465/amr.2002.5922314>.
- Antonucci, Toni C. e Hiroko Akiyama. 1987. “An Examination of Sex Differences in Social Support among Older Men

- and Women". *Sex Roles* 17(11–12): 737–49. <https://doi.org/10.1007/BF00287685>.
- Bartle, Richard. 1996. "Hearts, Clubs, Diamonds, Spades: Players Who Suit MUDs". *Journal of MUD Research* 1(1): 1-27.
- Boone, Harry N. y Deborah A. Boone. 2012. "Analyzing Likert Data". *Journal of Extension* 50(2): artículo n.º 2TOT2.
- Bourdieu, Pierre. 1986. "The Forms of Capital". Pp. 241–58 en *Handbook of theory and research for sociology of education*, editado por J. Richardson. Greenwood.
- Casella, Donna. 2017. "Shaping the Craft of Screenwriting: Women Screen Writers in Silent Era Hollywood". Pp. 1-19 en *Women Film Pioneers Project*, editado por J. Gaines, R. Vatsal y M. Dall'Asta. Columbia University Libraries.
- Choi, Sukyoung, Mingxuan Liu, Jingyi Sun y Ke M. Huang-Isherwood. 2021. "Who Benefits from Directed Communication? Communication Directionality, Network Structures, and Perceived Social Capital in an MMOG". Paper presented at the National Communication Association 107th Annual Convention, November 19, Seattle, Washington, USA.
- Clopton, Aaron W. 2012. "Social Capital, Gender, and the Student Athlete". *Group Dynamics: Theory, Research, and Practice* 16(4): 272–88. <https://doi.org/10.1037/a0028376>.
- Cote, Amanda C. 2020. "Casual Resistance: A Longitudinal Case Study of Video Gaming's Gendered Construction and Related Audience Perceptions". *Journal of Communication* 70(6): 819–41. <https://doi.org/10.1093/joc/jqaa028>.
- Depping, Ansgar E., Colby Johanson y Regan L. Mandryk. 2018. "Designing for Friendship: Modeling Properties of Play, In-Game Social Capital, and Psychological Well-Being". Pp. 87–100 en *Proceedings of the 2018 Annual Symposium on Computer-Human Interaction in Play*. Melbourne VIC Australia: Association of Computing Machinery.
- Ducheneaut, Nicolas, Nicholas Yee, Eric Nickell y Robert J. Moore. 2006. "Alone Together?: Exploring the Social Dynamics of Massively Multiplayer Online Games". Pp. 407 en *Proceedings of the SIGCHI conference on Human Factors in computing systems - CHI '06*. Montreal, Quebec, Canada: Association of Computing Machinery.
- Eagly, Alice H. 1987. *Sex Differences in Social Behavior: A Social-Role Interpretation*. Nueva York. Erlbaum.
- Eagly, Alice H. y Anne M. Koenig. 2006. "Social Role Theory of Sex Differences and Similarities: Implication for Prosocial Behavior". Pp. 156–71 en *Sex differences and similarities in communication*, editado por K. Dindia y D. J. Canary. Nueva York. Routledge.
- van Emmerik, IJ. Hetty. 2006. "Gender Differences in the Creation of Different Types of Social Capital: A Multilevel Study". *Social Networks* 28(1): 24–37. <https://doi.org/10.1016/j.socnet.2005.04.002>.
- Entertainment Software Association. 2021. "2021 Essential Facts about the Video Game Industry." Washington, DC: Entertainment Software Association. Accessed 17 October 2022 (<https://www.theesa.com/resource/2021-essential-facts-about-the-video-game-industry/>).
- Festinger, L. 1957. *A Theory of Cognitive Dissonance*. Redwood City, California. Stanford University Press.
- Field, Andy P., Jeremy Miles y Zoë Field. 2012. *Discovering Statistics Using R*. Thousand Oaks, California. Sage.
- Fox, Jesse y Wai Yen Tang. 2017. "Women's Experiences with General and Sexual Harassment in Online Video Games: Rumination, Organizational Responsiveness, Withdrawal, and Coping Strategies". *New Media & Society* 19(8): 1290–1307. <https://doi.org/10.1177/1461444816635778>.
- Fuster, Héctor, Xavier Carbonell, Andrés Chamarro y Ursula Oberst. 2013. "Interaction with the Game and Motivation among Players of Massively Multiplayer Online Role-Playing Games". *Spanish Journal of Psychology* 16: E43. <https://doi.org/10.1017/sjp.2013.54>.
- Gerstel, N., C. Riessman y S. Rosenfield. 1985. "Explaining the Symptomatology of Separated and Divorced Women and Men: The Role of Material Conditions and Social Networks". *Social Forces* 64(1): 84–101.
- Granovetter, Mark S. 1973. "The Strength of Weak Ties". *The American Journal of Sociology* 78(6): 1360–80.
- Greenberg, Bradley S., John Sherry, Kenneth Lachlan, Kristen Lucas y Amanda Holmstrom. 2010. "Orientations to Video Games among Gender and Age Groups". *Simulation & Gaming* 41(2): 238–59. <https://doi.org/10.1177/1046878108319930>.
- Holcomb, Jennifer L., J. Michael Wilkerson, Gretchen L. Geheinhardt, Ann J. Robison y Vanessa R. Schick. 2022. "A Qualitative Study Examining the Social Network Types of Older Sexual and Gender Minority (SGM) Women and Gender Non-Binary Adults". *Journal of Gay & Lesbian Social Services* 34(1): 1–20. <https://doi.org/10.1080/10538720.2021.1905578>.
- Huang-Isherwood, Ke M. y Jorge Peña. 2021. "Testing Moral Disengagement and Proteus Effect Predictions on Feelings of Guilt and Self-Empowerment Attributed to Bearing Guns". *Frontiers in Psychology* 12: artículo n.º 695086. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.695086>.
- Huh, Searle y Dmitri Williams. 2010. "Dude Looks like a Lady: Gender Swapping in an Online Game". Pp. 161–74 en *Online worlds: Convergence of the real and the virtual*, editado por W. Bainbridge. Londres. Springer.
- Kahn, Adam S., Cuihua Shen, Li Lu, Rabindra A. Ratan, Sean Coary, Jinghui Hou, Jinghui Meng, Joseph Osborn y Dmitri Williams. 2015. "The Trojan Player Typology: A Cross-Genre, Cross-Cultural, Behaviorally Validated Scale of Video Game Play Motivations". *Computers in Human Behavior* 49: 354–61. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2015.03.018>.
- Kim, S. S. Y., Ke M. Huang-Isherwood, W. Zheng y Dmitri Williams. 2022. "The Art of Being Together: How Group Play Can Increase Reciprocity, Social Capital, and Social Status in a Multiplayer Online Game". *Computers in Human Behavior* 133: artículo n.º 107291. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107291>.
- Kim, Seon Mi. 2014. "The Impacts of Gender Differences in Social Capital on Microenterprise Business Start-Up". *Affilia* 29(4): 404–17. <https://doi.org/10.1177/0886109913519789>.
- Körner, Robert y Astrid Schütz. 2021. "It Is Not All for the Same Reason! Predicting Motives in Miniature Wargaming on the Basis of Personality Traits". *Personality and Individual Differences* 173: artículo n.º 110639. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.110639>.
- Kumra, Savita y Susan Vinnicombe. 2010. "Impressing for Success: A Gendered Analysis of a Key Social Cap-

- ital Accumulation Strategy". *Gender, Work & Organization* 17(5): 521–46. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0432.2010.00521.x>.
- Lindtner, Silvia, Bonnie Nardi, Yang Wang, Scott Mainwaring, He Jing y Wenjing Liang. 2008. "A Hybrid Cultural Ecology: World of Warcraft in China". Pp. 371 en *Proceedings of the ACM 2008 conference on Computer supported cooperative work - CSCW '08*. San Diego, CA, USA: Association of Computing Machinery.
- Lynch, Teresa, Jessica E. Tompkins, Irene I. van Driel y Niki Fritz. 2016. "Sexy, Strong, and Secondary: A Content Analysis of Female Characters in Video Games across 31 Years". *Journal of Communication* 66(4): 564–84. <https://doi.org/10.1111/jcom.12237>.
- Malcom, Nancy L. 2003. "Constructing Female Athleticism: A Study of Girl's Recreational Softball". *American Behavioral Scientist* 46(10): 1387–1404. <https://doi.org/10.1177/0002764203046010007>.
- McPherson, Miller, Lynn Smith-Lovin y James M. Cook. 2001. "Birds of a Feather: Homophily in Social Networks". *Annual Review of Sociology* 27(1): 415–44. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.27.1.415>.
- Muzzey, Finneran K., M. Killian Kinney, Megan K. Maas y Heather L. McCauley. 2021. "Support Networks of Transmasculine and Nonbinary Young Adults during Chosen Name Transition". *Psychology & Sexuality* 13(3): 652–62. <https://doi.org/10.1080/19419899.2021.1902379>.
- Pearce, Eiluned, Anna Machin y Robin I. M. Dunbar. 2021. "Sex Differences in Intimacy Levels in Best Friendships and Romantic Partnerships". *Adaptive Human Behavior and Physiology* 7(1): 1–16. <https://doi.org/10.1007/s40750-020-00155-z>.
- Peña, Jorge, Jeffrey T. Hancock y Nicholas A. Merola. 2009. "The Priming Effects of Avatars in Virtual Settings". *Communication Research* 36(6): 838–56. <https://doi.org/10.1177/0093650209346802>.
- Pimentel, Jonald L. 2010. "A Note on the Usage of Likert Scaling for Research Data Analysis". *USM R & D* 18(2): 109–12.
- Portes, Alejandro. 1998. "Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology". *Annual Review of Sociology* 24: 1–24. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.24.1.1>.
- Putnam, Robert D. 2000. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Nueva York. Simon & Schuster.
- Ratan, Rabindra, Vivian Hsueh Hua Chen, Frederik De Grove, Johannes Breuer, Thorsten Quandt y J. Patrick Williams. 2022. "Gender, Gaming Motives, and Genre: Comparing Singaporean, German, and American Players." *IEEE Transactions on Games* 14(3): 456–65. <https://doi.org/10.1109/TG.2021.3116077>.
- Ratan, Rabindra, Cuihua Shen y Dmitri Williams. 2020. "Men Do Not Rule the World of Tanks: Negating the Gender-Performance Gap in a Spatial-Action Game by Controlling for Time Played." *American Behavioral Scientist* 64(7): 1031–43. <https://doi.org/10.1177/0002764220919147>.
- Reer, Felix y Nicole C. Krämer. 2019. "Are Online Role-Playing Games More Social than Multiplayer First-Person Shooters? Investigating How Online Gamers' Motivations and Playing Habits Are Related to Social Capital Acquisition and Social Support". *Entertainment Computing* 29: 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.entcom.2018.10.002>.
- Van Reijmersdal, Eva A., Jeroen Jansz, Oscar Peters y Guda van Noord. 2013. "Why Girls Go Pink: Game Character Identification and Game-Players' Motivations". *Computers in Human Behavior* 29(6): 2640–49. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.06.046>.
- Rubin, Alan M. 1981. "An Examination of Television Viewing Motivations". *Communication Research* 8(2): 141–65. <https://doi.org/10.1177/009365028100800201>.
- Ruggiero, Thomas E. 2000. "Uses and Gratifications Theory in the 21st Century". *Mass Communication and Society* 3(1): 3–37. https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0301_02.
- Shaw, Adrienne. 2012. "Do You Identify as a Gamer? Gender, Race, Sexuality, and Gamer Identity". *New Media & Society* 14(1): 28–44. <https://doi.org/10.1177/1461444811410394>.
- Shen, Cuihua. 2014. "Network Patterns and Social Architecture in Massively Multiplayer Online Games: Mapping the Social World of EverQuest II". *New Media & Society* 16(4): 672–91. <https://doi.org/10.1177/1461444813489507>.
- Shen, Cuihua, Rabindra Ratan, Y. Dora Cai y Alex Leavitt. 2016. "Do Men Advance Faster than Women? Debunking the Gender Performance Gap in Two Massively Multiplayer Online Games". *Journal of Computer-Mediated Communication* 21(4): 312–29. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12159>.
- Sherry, John L., Bradley S. Greenberg, Kristen Lucas y Ken Lachlan. 2006. "Video Game Uses and Gratifications as Predictors of Use and Game Preference". Pp. 213–24 en *Playing video games: Motives, responses, and consequences*, editado por P. Vorderer y J. Bryant. Nueva York. Routledge.
- Stickney, Lisa T. y Alison M. Konrad. 2007. "Gender-Role Attitudes and Earnings: A Multinational Study of Married Women and Men". *Sex Roles* 57(11–12): 801–11. <https://doi.org/10.1007/s11199-007-9311-4>.
- Stone, Amy L., Elizabeth A. Nimmons, Robert Salcido y Phillip W. Schnarrs. 2020. "Multiplicity, Race, and Resilience: Transgender and Non-Binary People Building Community". *Sociological Inquiry* 90(2): 226–48. <https://doi.org/10.1111/soin.12341>.
- Straubhaar, Rolf. 2013. "Student Use of Aspirational and Linguistic Social Capital in an Urban Immigrant-Centered English Immersion High School". *High School Journal* 97(2): 92–106. <https://doi.org/10.1353/hsj.2013.0026>.
- Sullivan, Gail M. y Anthony R. Artino. 2013. "Analyzing and Interpreting Data From Likert-Type Scales". *Journal of Graduate Medical Education* 5(4): 541–42. <https://doi.org/10.4300/JGME-5-4-18>.
- Trepte, Sabine, Leonard Reinecke y Keno Juechems. 2012. "The Social Side of Gaming: How Playing Online Computer Games Creates Online and Offline Social Support". *Computers in Human Behavior* 28(3): 832–39. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.12.003>.
- Turkay, Selen y Sonam Adinolf. 2018. "Understanding Online Collectible Card Game Players' Motivations: A Survey Study with Two Games". Pp. 501–5 en *Proceedings of ACM OzCHI conference*. Melbourne, Australia: Association of Computing Machinery.
- Vella, Kellie, Madison Klarkowski, Selen Turkay y Daniel Johnson. 2020. "Making Friends in Online Games: Gender Differences and Designing for Greater Social Connectedness". *Behaviour & Information Technology* 39(8): 917–34. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2019.1625442>.
- Vieira, Edward T. 2014. "The Relationships among Girls' Prosocial Video Gaming, Perspective-Taking, Sympathy, and Thoughts about Violence". *Communication Research* 41(7): 892–912. <https://doi.org/10.1177/0093650212463049>.

- Wang, Zizhen. 2020. "Bonding and Bridging Social Capital: The Determinants of English Language Fluency and Its Effects on the Labour Market Outcome of International Students in Ireland". *Economic and Social Review* 51(1): 35–61.
- Williams, Dmitri. 2006. "On and off the 'net: Scales for Social Capital in an Online Era". *Journal of Computer-Mediated Communication* 11(2): 593–628. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00029.x>.
- Williams, Dmitri, Mia Consalvo, Scott Caplan y Nick Yee. 2009. "Looking for Gender: Gender Roles and Behaviors among Online Gamers". *Journal of Communication* 59(4): 700–725. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2009.01453.x>.
- Williams, Dmitri, Tracy L. M. Kennedy y Robert J. Moore. 2011. "Behind the Avatar: The Patterns, Practices, and Functions of Role Playing in MMOs". *Games and Culture* 6(2): 171–200. <https://doi.org/10.1177/1555412010364983>.
- Yee, Nick. 2006. "Motivations for Play in Online Games". *CyberPsychology & Behavior* 9(6): 772–75. <https://doi.org/10.1089/cpb.2006.9.772>.
- Yee, Nick. 2014. *The Proteus Paradox: How Online Games and Virtual Worlds Change Us—and How They Don't*. New Haven: Yale University Press.
- Yee, Nick, Nicolas Ducheneaut, Mike Yao y Les Nelson. 2011. "Do Men Heal More When in Drag?: Conflicting Identity Cues between User and Avatar". Pp. 773–76 en Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems. Vancouver BC Canada: Association of Computing Machinery.
- Zhong, Zhi-Jin. 2011. "The Effects of Collective MMORPG (Massively Multiplayer Online Role-Playing Games) Play on Gamers' Online and Offline Social Capital". *Computers in Human Behavior* 27(6): 2352–63. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.07.014>.
- Zhou, Zhongyun, Xiao-Ling Jin y Yulin Fang. 2014. "Moderating Role of Gender in the Relationships between Perceived Benefits and Satisfaction in Social Virtual World Continuance". *Decision Support Systems* 65: 69–79. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2014.05.004>.

KE M. HUANG-ISHERWOOD es estudiante de doctorado en la USC Annenberg School for Communication and Journalism. Sus investigaciones se centran en la influencia social y la *gamificación*, particularmente la que trata de favorecer la expresión política y la participación cívica.

STEFFIE S. Y. KIM es estudiante de doctorado en la USC Annenberg School for Communication and Journalism. Sus investigaciones se centran en cómo los media y las tecnologías pueden influenciar el comportamiento social y el bienestar relacional.

DMITRI WILLIAMS es profesor en la USC Annenberg School for Communication and Journalism. Sus trabajos se centran en la sociedad y la tecnología, con un especial interés en los juegos, las comunidades y los datos a gran escala.

ALEXANDER J. BISBERG asiste el USC Viterbi School of Engineering como estudiante doctorado; sus investigaciones pertenecen al comportamiento humano tras videojuegos cooperativos en línea.