

Influencia del videojuego en la conducta y habilidades que desarrollan los videojugadores

Joaquín Pérez Martín
Universidad Europea de Madrid, España.
joaquin.perez@uem.es

Julio Ignacio Ruiz
Instituto Oficial de Radio Televisión, España.
jirdigital4@gmail.com

Resumen: Este trabajo pretende efectuar un análisis de la realidad del videojuego en nuestra sociedad a través de las conclusiones del estudio “Influencia del Videojuego en la Conducta de los Usuarios y Habilidades que Desarrolla en los mismos” llevado a cabo desde el Observatorio del Videojuego y de la Animación y la Facultad de Comunicación de la Universidad Europea de Madrid. Respecto a la conducta, se presenta un análisis sobre los hábitos de ocio, el videojuego de padres y menores, y la sociabilidad que generan. Sobre las habilidades, se consideran la capacidad de superación, el trabajo en equipo y la destreza visual. El trabajo finaliza con un estudio comparativo de visualización de contenidos de violencia no aptos para las edades recomendadas.

Abstract: This work tries to make an analysis of the videogames' reality in our society through the conclusions of the study "Influence of the Videogame in the Behaviour of the Users and the Abilities developed in them" carried out by the Observatory of the Videogame and Animation and the Communication Faculty of the Universidad Europea de Madrid. With regard to the behaviour, we present an analysis of leisure habits, videogame of parents and minors, and the sociability they generate. Regarding abilities, we have considered the personal improvement capabilities, teamwork display, and visual skills. The work concludes with a comparative study of non-apt for the recommended ages contents of violence visualization.

Palabras clave: videojuegos, conducta, habilidades, superación, trabajo en equipo, destreza visual

Key words: videogames, behaviour, abilities, improvement, teamwork, visual skills

Los videojuegos se han instalado en nuestra sociedad y, hoy por hoy, figuran como la primera opción de

ocio y, cada día, con un mayor distanciamiento frente al cine o la música. 790 millones de euros es la cifra de negocio que generan y, lo que refleja ésta, además de la buena salud económica de las empresas, es la repercusión de este fenómeno y la devoción de sus seguidores.

Los videojuegos son una realidad social y, en este sentido, cualquier aspecto relacionado o que entronque con este tema se convierte en un valor mediático de gran repercusión. Las causas, como en todo hecho humano, son múltiples. Por un lado, el desconocimiento de los videojuegos. La aparición, hace unos 25 años, de los primeros videojuegos en España, hace que hablemos de un fenómeno nuevo que ha comenzado del que se ha comenzado a tener noticia cuando, con las posibilidades de juego en red, ha cobrado la notoriedad social que, en la actualidad, ostenta.

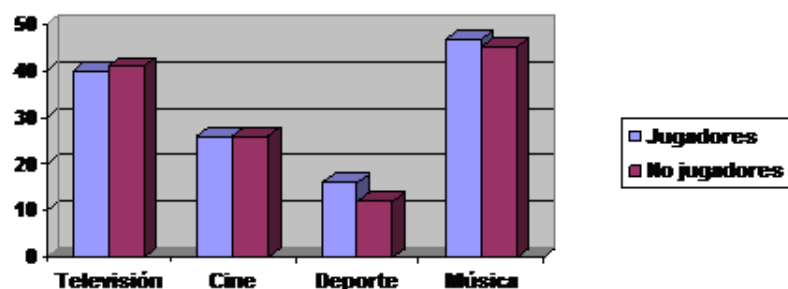
Por otra parte, la falta de estudios científicos hasta que el videojuego pasó de ser un momento de esparcimiento particular a convertirse en el entretenimiento preferido por jóvenes y adultos. Por esta razón iniciamos, desde el Observatorio del Videojuego y de la Animación y la Facultad de Comunicación de la Universidad Europea de Madrid, un estudio que tuviese por objeto acercarnos a la realidad del videojuego interesándonos, especialmente, en aquellos aspectos relacionados con la conducta y las habilidades que éstos generan.

El estudio “influencia del videojuego en la conducta de los usuarios y habilidades que desarrolla en los mismos” pone de manifiesto las siguientes conclusiones:

HÁBITOS DE OCIO

Los jugadores y los no jugadores participan de otras formas de ocio (televisión, música, deporte y cine) con parámetros de gran similitud.

La televisión la ven con frecuencia (todos o casi todos los días un 40% de jugadores y un 41% los no jugadores. Respecto al cine, un 26% tanto de jugadores como de no jugadores va una o dos veces al mes. Un 16% de los jugadores practica deporte al menos una vez por semana y un 12% de media los no jugadores. En cuanto a la música, un 46,75% de jugadores la escucha todos o casi todos los días y un 45,25% de no jugadores lo hace con la misma frecuencia.



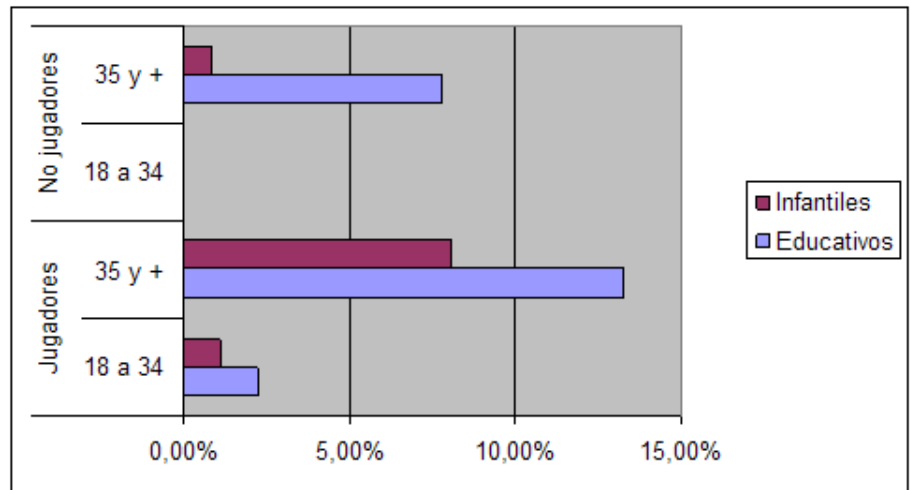
Los jugadores son, sensiblemente, más deportistas que los no jugadores y siendo la música la forma de ocio a la que se dedica más tiempo. De hecho, los encuestados indican que, en todos los rangos de edad, escuchan música varias veces al día. A la vista de los datos, no se aprecian diferencias relevantes entre los jugadores y los no jugadores en lo referente al tiempo que dedican al ocio.

Esta conclusión entronca con aquellas a las que han llegado estudios europeos y americanos sobre sus propios adolescentes en los que se concluye que cuanto más jóvenes, más horas dedican a los videojuegos a la par que éstos motivan que los usuarios sean personas muy sociables. En este sentido, los más recientes han sido desarrollados por Griffiths y su equipo de la Universidad de Nottingham Trent en el Reino Unido.[\[1\]](#)

PADRES, MENORES Y VIDEOJUEGOS

Casi la mitad de los niños entre 0 y 6 años juegan con sus padres.

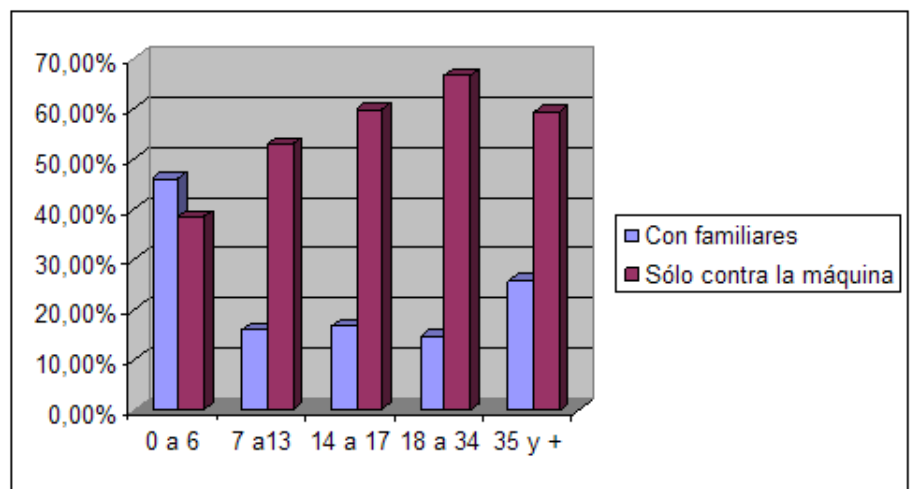
En concreto, un 46% de los encuestados menores de 6 años exponen que juegan con sus familiares algo menos que contra la propia máquina. Un parámetro éste que, en edades superiores siempre lidera el hábito de juego superando tanto al juego en familia como el planteado con amigos en red. Los padres, por su parte, han plasmado que juegan a videojuegos educativos un 21% e infantiles un 9% y un 3,35% los padres menores de 35 años.



Los padres que juegan habitualmente comparten el videojuego con la familia en un 25,74% del tiempo mientras que, en los no jugadores mayores de 35 años, se establece una relación exacta entre la práctica con el videojuego educativo y la frecuencia de juego con familiares: un 7,83%.

Más de la mitad de los menores de 6 años juegan mano a mano con amigos y familiares varias veces a la semana

Efectivamente un 53,8% de los menores de 6 años juegan mano a mano con amigos y familiares varias veces a la semana mientras que un 38,46% juegan con la máquina a solas.



Este porcentaje va decreciendo con la edad a la par que van ascendiendo los que reflejan el jugar contra la máquina o en red.

Estos datos ponen de relieve no sólo la responsabilidad paterna en cuanto al seguimiento de las distintas formas de ocio de sus hijos sino que ésta podría ser compartida por las instituciones escolares.

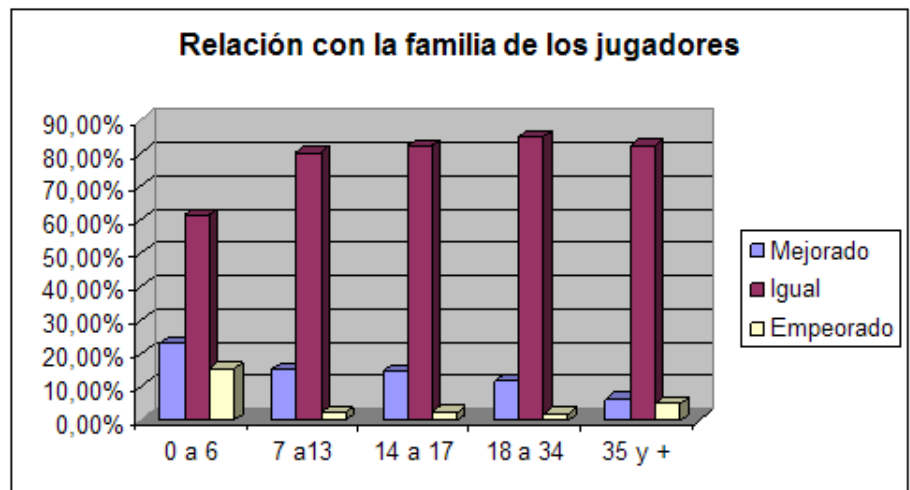
A esta conclusión también llegaba un estudio realizado por la Universidad de Londres [ii] que confirma que los videojuegos potencian el desarrollo de los menores a la par que propone que su desarrollo se imparta también en las escuelas.

En este sentido, de la relación entre padres/tutores, menores y videojuegos, el código PEGI [iii] sobre los videojuegos ha sido considerado como una referencia interesante a seguir tanto el cine como en la televisión. [iv]

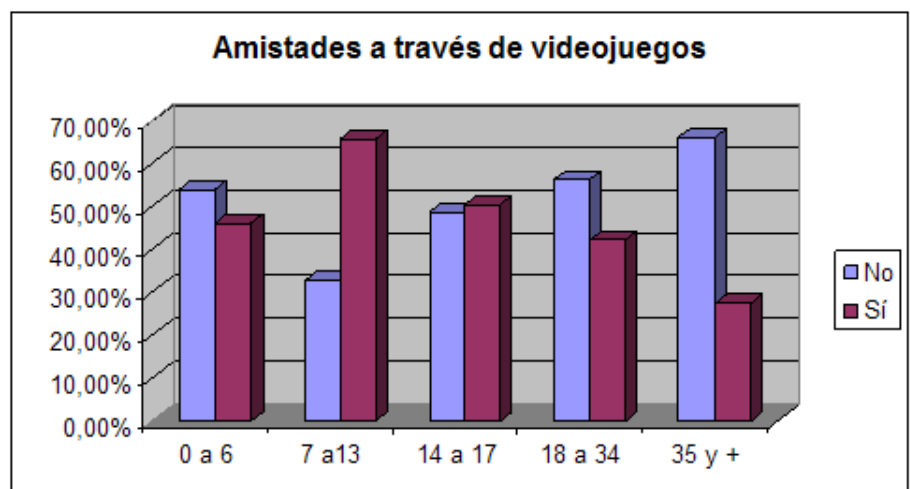
SOCIABILIDAD

La apreciación de la propia vida social es muy buena entre lo videojugadores

La gran mayoría de encuestados (83%) estima que la relación familiar no ha cambiado con los videojuegos mientras que un 13% cree que la mejorado y sólo un 3% que ha empeorado.

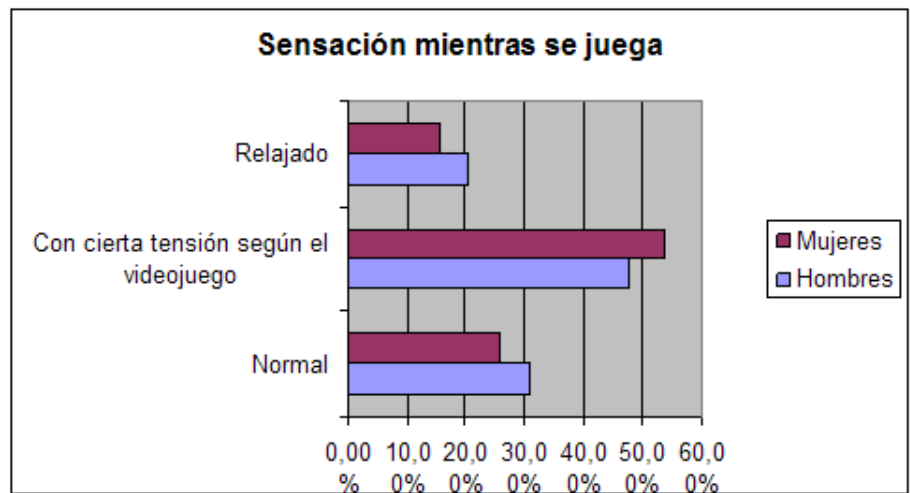


Un 41% de los individuos encuestados afirma haber hecho amigos a través de los videojuegos.

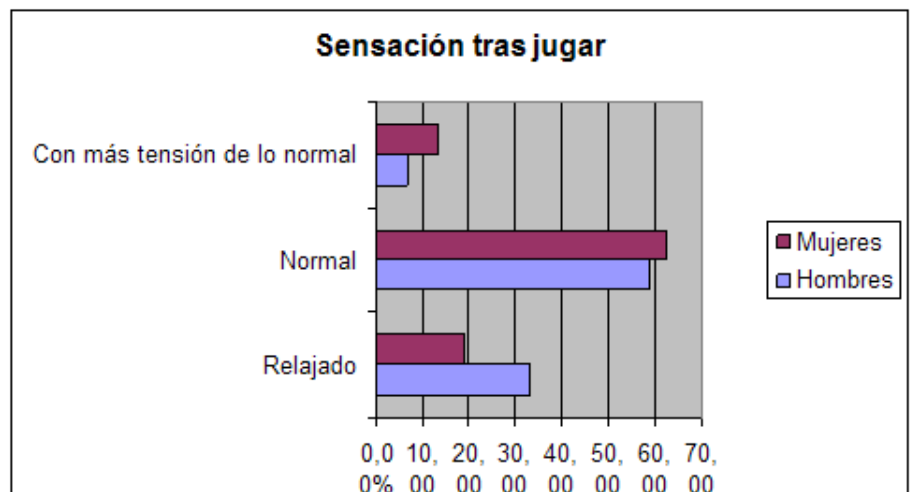


Esta conclusión también coincidiría con las conclusiones aportadas por Germán Diz en el reportaje titulado “*Así nos influyen los videojuegos*” [v] en el que, al respecto de la sociabilidad menciona que: “*en los estudios se ha encontrado que los usuarios de los videojuegos tienen una gran vida social, prefieren jugar en grupo o parejas, ven más a sus amigos, y tienen mayor iniciación social.*”

Para la mitad de los jugadores la sensación subjetiva durante y después de jugar es de normal o relajada. Entre los hombres el 30% se sienta “normal” mientras juega y un 30% se siente relajado.



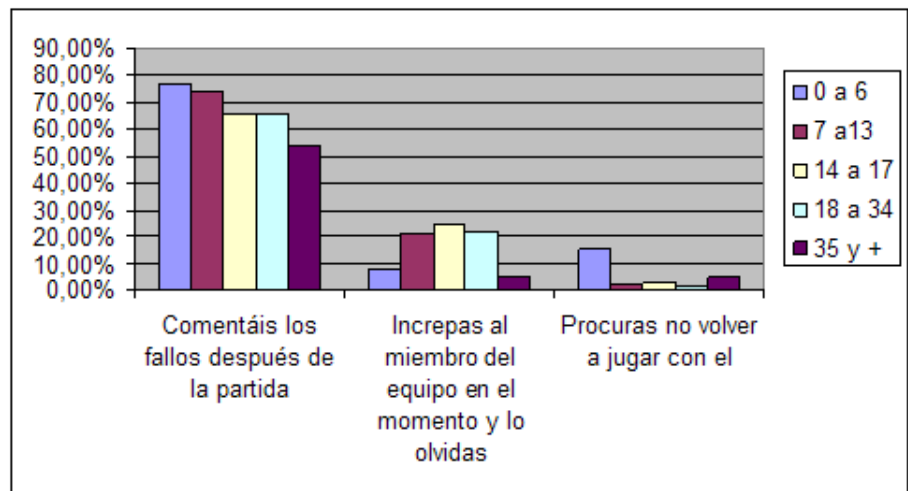
Tras jugar los hombres se sienten normal un 59% y relajado un 32%. Con más tensión de lo normal sólo un 8%.



Las mujeres afirman que se quedan con mayor tensión de lo normal en un 13,67% frente a un 6,8% de los varones.

Más de la mitad de los jugadores comentan los fallos de otros jugadores después de la partida, sólo un bajo porcentaje rechaza el volver a jugar con el miembro que hace perder la partida.

Comenta los fallos con el miembro del equipo que ha hecho perder la partida, entre los hombres un 56%, y entre las mujeres el tanto por ciento es aún mayor, un 67%.



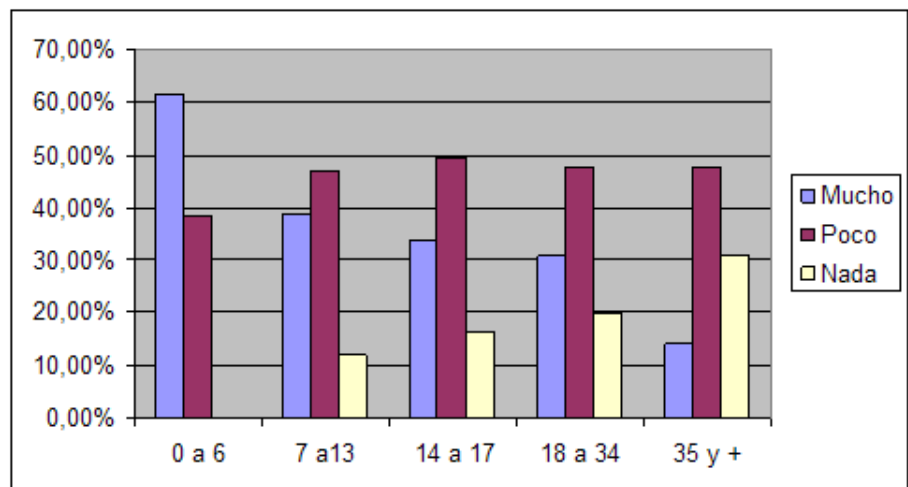
El rechazo al miembro del equipo que ha hecho perder la partida es mínimo (un 4% de media) siendo ese rechazo un poco mayor entre los hombre (8%) que entre las mujeres (2%)

HABILIDADES

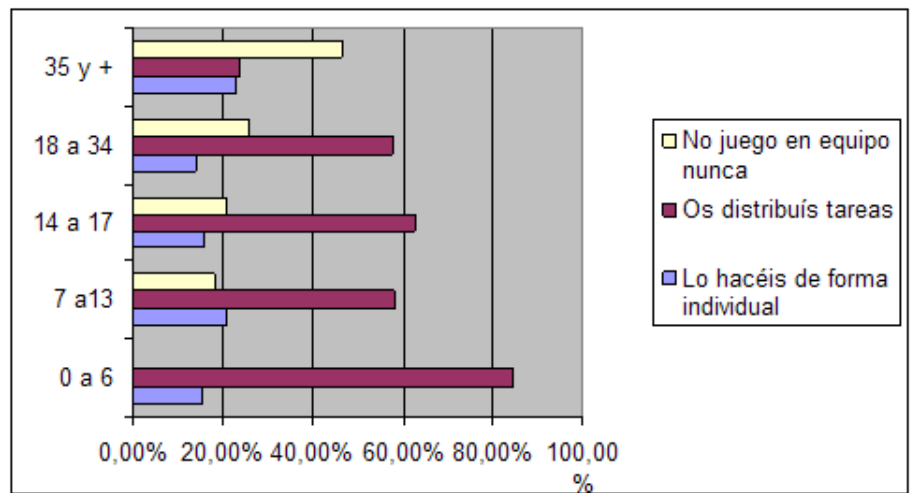
Trabajo en equipo

Cerca de la mitad de los jugadores menores de 35 años afirman que los videojuegos han influido mucho en la capacidad de trabajar en equipo.

Un 41% de los jugadores encuestados con edades de 0 a 35 años afirman que los videojuegos han influido mucho en la capacidad de trabajar en equipo.



Este resultado corre paralelo con los hábitos plasmados respecto a si se distribuyen las tareas a la hora de conseguir objetivos (65%) o si cada uno afronta el juego de forma individual (16%).

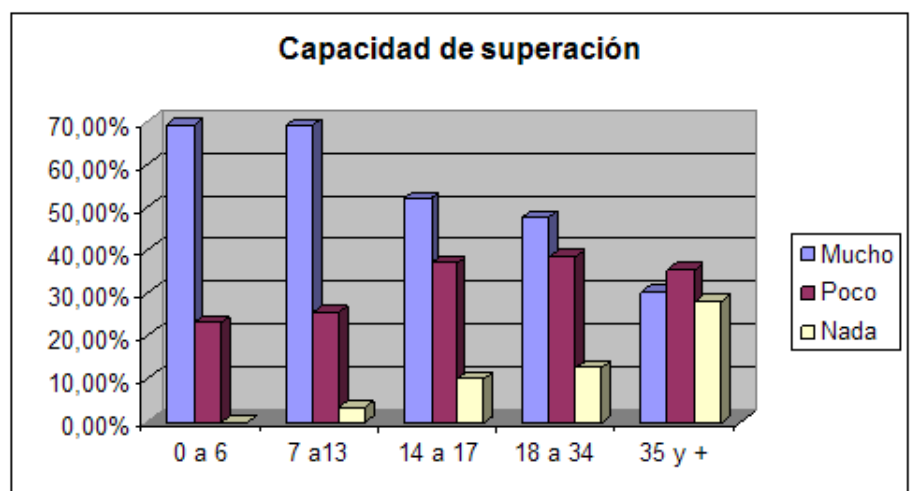


Capacidad de superación

Un poco más de la mitad de los encuestados afirma que los videojuegos han influido mucho en la mejora de su capacidad de superación.

Un 53,62% afirma que los videojuegos han influido MUCHO en la mejora de su capacidad de superación. Esta afirmación es especialmente alta entre los menores de 13 años (69%) y disminuye según aumenta la edad de los encuestados pasando del 52,1% (entre los encuestados de 14 a 17 años), al 47,72% (edades 18 a 34 años) y manteniéndose 30,15% (entre los mayores de 35 años)

Por el contrario los que opinan que no le influye NADA sólo alcanza el 10,84%. Se observa una leve actitud crítica al respecto, ascendente por edad, que se mueven entre el 0% (0 a 6 años), el 3,39% (7 a 13 años) y culmina con el 27,94% de los mayores de 35 años..

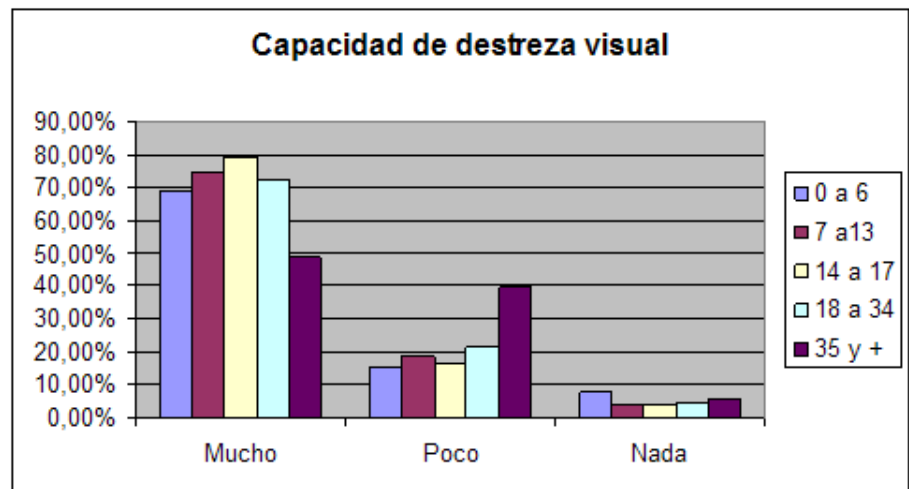


Este dato coincide con el informe emitido por la Agencia para el Aprendizaje y el Desarrollo de Habilidades del Reino Unido [\[vi\]](#) Y EL ESTUDIOD E James Gee y Kurt Squire [\[vii\]](#)

De igual forma se manifiestan James Gee y Kurt Squire, cuando explicaron que “los videojuegos no son una forma banal de entretenimiento y que pueden usarse, adaptados, en las escuelas y en la educación empresarial. Su principal virtud: permitir al jugador actuar como otra persona y explorar diferentes alternativas. Por ejemplo, los recomiendan para aprender a resolver problemas desconocidos, gracias a la respuesta y a la posibilidad de reintento inmediatas.

Destreza visual

Un 67,8% de los jugadores afirma que los videojuegos han influido en la mejora de su destreza visual. Además de la percepción personal, en la recogida de información, se utilizaron dos pruebas para medir el tiempo de respuesta ante un estímulo visual y de reconocimiento de la forma y color de una figura aparecida en pantalla décimas de segundo. Los resultados también confirmaron la hipótesis de que los videojuegos influyen de forma positiva en la capacidad de visión ya que la media del tiempo de respuesta de los jugadores a videojuegos es menor, en todas las edades, que la media de los no jugadores a videojuegos. Sin embargo, y a pesar del dato positivo, una capacidad como la destreza visual debe ser medida mediante la realización de más pruebas y con variables de distinta índole. Razón por la que, por sí mismas, estas pruebas sirven de indicativo de una pauta.



No obstante, estos datos de percepción personal vienen a confirmar las evidencias de diversas investigaciones que afirman que jugar con videojuegos favorece una respuesta más rápida a los estímulos visuales.

Visualización de contenidos de violencia no aptos para las edades recomendadas.

Aún no siendo un tema central del trabajo del estudio que desarrollamos, pensamos que era de especial interés el incluir algunas preguntas sobre este aspecto tan impactante socialmente.

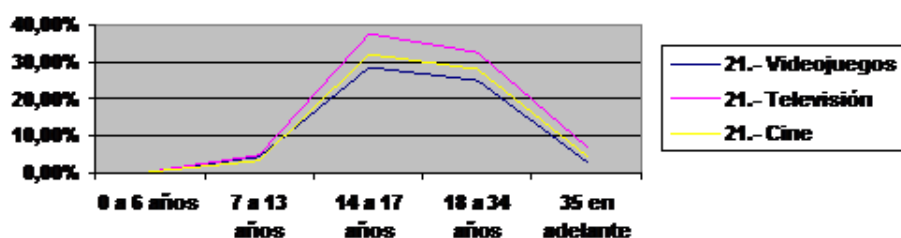
Se incluyeron tres preguntas relativas a la visualización de contenidos violentos: escenas de lucha, sangre y muerte, referidas a sólo tres medios de comunicación: televisión, cine y videojuegos.

Los datos reflejan que, a todas las edades, les resulta más fácil ver escenas de lucha, sangre o de muerte de un ser humano en televisión y el cine que en los videojuegos.

En los tres conceptos (lucha, sangre y muerte), la palma de mayor visualización se la lleva la televisión (78%, 80% y 74% respectivamente).

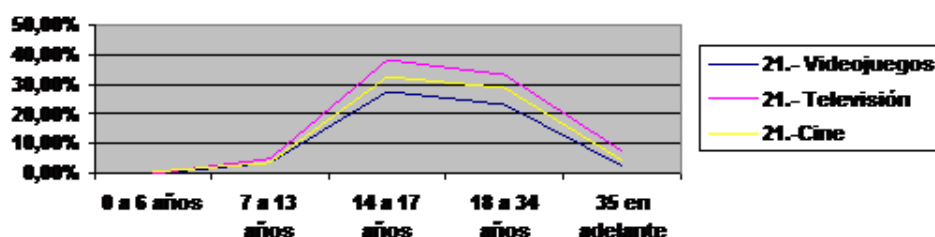
El cine iguala a los videojuegos respecto a las escenas de lucha (68% ambos), supera en 3 puntos respecto a la visualización de la sangre (69% en cine y 66% en los videojuegos) y vuelve a superar el cine en 3 puntos en la visualización de muerte de personas 68% el cine frente al 65% de los videojuegos).

Visualización de escenas de lucha



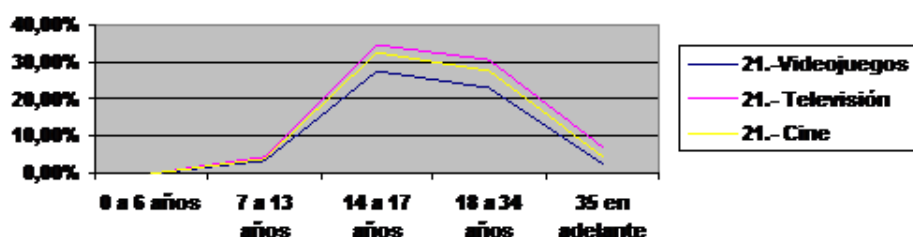
En las edades de menores de 13 años la visualización de contenidos no aptos (lucha, sangre, muerte) es muy pequeña. No presenta porcentajes significativos, debido muy posiblemente al control de los padres y el juego conjunto con familiares que refleja el estudio (apartado 6.2). Estos porcentajes son simbólicos: en torno a un 0,3% en edades de 0 a 6 años y menores del 5% entre 7 a 13 años. Lógicamente, por contenidos, los más visualizados son los que menos violencia tienen.

Visualización de sangre



Sin embargo, el porcentaje aumenta hasta unos niveles entre un 35% y un 40% en edades entre 14 a 17 años para, de nuevo, ir disminuyendo después.

Visualización de muerte de una persona



[i] Griffiths, M.D., Orford, J., Wood, R.T.A. & Hayer, T. (2005). Young people and Gambling in Britain : A critique of DCMS Technical Paper No. 8. *International Journal of Mental Health and Addiction*, in press.

[ii] Pelletier, Carolina, Buckingham, David, Burn, Andrew.. Making Games: Developing games authoring software for educational and creative use. London Knowledge Lab, University of London, 2005.

[iii] Catalogación de contenidos en la dirección web (<http://www.adese.es/web/criterios.asp>).

[iv] Así por ejemplo en las Jornadas llevadas a cabo en el 2005 el Instituto Oficial de Radio Televisión. Los profesionales, profesores y estudiosos reunidos en distintas sesiones para elaborar una guía de contenidos no sexistas para la programación infantil de televisión, opinaron que el código PEGI era muy completo debido a que no sólo establece las edades recomendadas sino que, mediante iconos, establece una aproximación sobre los contenidos del producto relacionados con la discriminación, drogas, miedo, lenguaje soez, sexo o violencia

Varios. Infancia, televisión y género: argumentos para elaboración de una guía de contenidos no sexistas para la programación infantil de televisión. Instituto Oficial de radio Televisión (IORTV). Diciembre de 2005.

[v]Diz, Germán. Así nos influyen los videojuegos. Meristation, 14 de julio de 2003.

[vi]Agencia para el Aprendizaje y el Desarrollo de Habilidades del Reino Unido en el que explica que “*Hay pruebas que demuestran las ventajas que ofrecen (los videojuegos), como ayudar a las personas a mejorar su alfabetización y aritmética, o a desarrollar habilidades complejas que combinan destreza física con resolución avanzada de problemas.*”

[vii]De igual forma se manifiestan James Gee y Kurt Squire, cuando explicaron que “*los videojuegos no son una forma banal de entretenimiento y que pueden usarse, adaptados, en las escuelas y en la educación empresarial. Su principal virtud: permitir al jugador actuar como otra persona y explorar diferentes alternativas.* Por ejemplo, los recomiendan para aprender a resolver problemas desconocidos, gracias a la respuesta y a la posibilidad de reintento inmediatas.

Pérez Martín, J. e Ignacio Ruiz, J. (2006). Influencia del videojuego en la conducta y habilidades que desarrollan los videojugadores. Edutec. Asociación para el Desarrollo de la Tecnología Educativa, N° 21. ISSN: 1135-9250. Mallorca, España.