



Laureate International Universities

en colaboración con



Influencia del videojuego en la conducta de los usuarios y habilidades que desarrolla en los mismos

Madrid, 16 de diciembre de 2005

INDICE:

1.- Objeto del estudio.....	3
2.- Metodología.....	4
3.- Cuestionario.....	5
4.- Equipo investigador.	12
Investigador principal	12
Investigadores	12
5.- Conclusiones	13
5.1 Hábitos de ocio.....	13
5.2 Padres, menores y videojuegos.....	14
5.3 Sociabilidad.....	15
5.4 Habilidades.....	18
Trabajo en equipo	18
Capacidad de superación	19
Destreza visual.....	20
5.5 Visualización de contenidos de violencia no aptos para las edades recomendadas.....	21
6. Bibliografía sobre hábitos y conducta de los videojugadores	22
7. Bibliografía directamente citada.....	23

1.- Objeto del estudio.

El estudio presente se ha planteado desde el deseo investigador de los hábitos de los videojugadores, a obtener información objetiva sobre la influencia del videojuego en el comportamiento humano.

Las cifras indican que el sector no sólo se ha convertido en líder entre las opciones de ocio (adelantando al cine y a la música) sino que, según el *Informe Anual del Ministerio de Cultura y Sociedad General Autores Españoles*¹, se ha consolidado en esta posición alcanzada ya en el 2002.

Esta circunstancia, que no sólo atañe a España sino que responde a un fenómeno mundial encabezado por Japón y Estados Unidos (país en el que los videojuegos adelantaron al cine y a la música en el año 2000), es lo que ha determinado el desarrollo de investigaciones sobre el particular a nivel mundial. Y no sólo en lo que se refiere al perfil económico del sector sino, sobre todo, en lo referente a los hábitos, habilidades y posibles adiciones que pudieran darse entre los seguidores de los videojuegos.

Estos estudios, que no informes, desarrollados en su mayor parte en Estados Unidos por especialistas en psicología procedentes de universidades de reconocido prestigio, realizan pruebas objetivas sobre videojugadores. Estudian sus reacciones ante determinadas situaciones tras haber practicado con videojuegos diversos, así como analizan conductas y pautas de comportamiento observables tanto en adultos como en adolescentes o niños.

El presente estudio se planteó como un primer paso de un largo camino a recorrer que, a este respecto, casi no se ha iniciado en España. No sólo se trata de ampliar los conocimientos sobre los hábitos de los videojugadores sino de comprobar si las conclusiones a las que han llegado científicos de otros países analizando individuos, europeos y norteamericanos sobre todo, son extrapolables a los españoles.

2.- Metodología.

- **Universo objetivo:** Usuarios con acceso a internet y/o cuenten con servicio de correo electrónico.
- **Tipo de encuesta:** formulario web, autoadministrado o tutelado, a través de internet.
- **Fechas de recogida:** La encuesta estuvo activa desde el 5 de noviembre hasta el 8 de diciembre de 2005.
- **Tamaño de la muestra:** Se recogieron un total de 3.039 cuestionarios (una media de 790 al día aproximadamente). Tras el proceso de filtrado y revisión de los datos se eliminaron los cuestionarios que presentaron irregularidades, quedaron 2.876 entrevistas (un 94,63% del total).

- **Origen de las encuestas validas:**

Base	2.876	100%
A través de web´s colaboradoras	1.771	61,57%
Centros universitarios y escolares	750	26,07%
Recomendación a un conocido	339	11,78%
Origen desconocido	16	0,55%

- **Incentivo a la colaboración**

A los participantes en el estudio se les ofreció la posibilidad de participar en el sorteo de los siguientes premios:

- Xbox 360 (Microsoft)
- PSP (Play Station Portable – Sony)
- 2 Monitores de 17 pulgadas

3.- Cuestionario

El cuestionario empleado para la recogida de información establece, en primer lugar, la división de los encuestados en virtud de su **sexo, provincia y edades**.

Cada vez son más las mujeres que encuentran su hueco en el mundo de los videojuegos, produciéndose un acercamiento tanto por parte de las empresas y creativos, en cuanto a desarrollos se refiere, como por las propias mujeres que, con mayor frecuencia, participan en las actividades relacionadas con los videojuegos.

En la muestra recogida el porcentaje de participación es del 16,69% respecto a las mujeres y del 83,3% respecto a los hombres participantes. Una participación en la encuesta escasa si se tiene en cuenta que estudios, como el GFK^{II}, indican que el porcentaje de jugadoras es del 33% frente al 67% de varones.

Por **edades**, un 2% de los encuestados tiene edades entre 0 y 6 años, un 6% entre 7 y 13, un 44% entre 14 y 17, un 39% entre 18 y 34 y un 9% mayores de 35 años.

El **código postal** ha servido para obtener un valor de referencia sobre la repercusión del formulario por la geografía española. Tras comprobar los datos (expuestos de forma numérica y gráfica en la página 8) se ha constatado que se han recibido encuestas procedentes de todas las provincias españolas aunque han sido Madrid y Barcelona las que mayor índice de participación han registrado.

El núcleo del estudio plantea, en primer lugar, una pregunta general sobre el **estado habitual del individuo**: si es tranquilo, normal o si se considera nervioso. Esta cuestión entronca con otras relacionadas que se escalonan a lo largo del formulario; esto es así con el fin de que unas respuestas no condicionen otras. Estas preguntas son aquellas que hacen referencia a **cómo se siente el videojugador durante y después de la partida** así como **cuál es su reacción al perder su equipo la partida, y** son las que sirven para establecer, de forma general, la relación entre el carácter y la respuesta ante una situación determinada.

A continuación, se da paso a las preguntas principales acerca **del empleo del tiempo de ocio del encuestado** en aficiones tan comunes como la televisión, el cine, el deporte, la música y, como no, los videojuegos. Estas respuestas se cotejan con las que hacen referencia a la **socialización del**

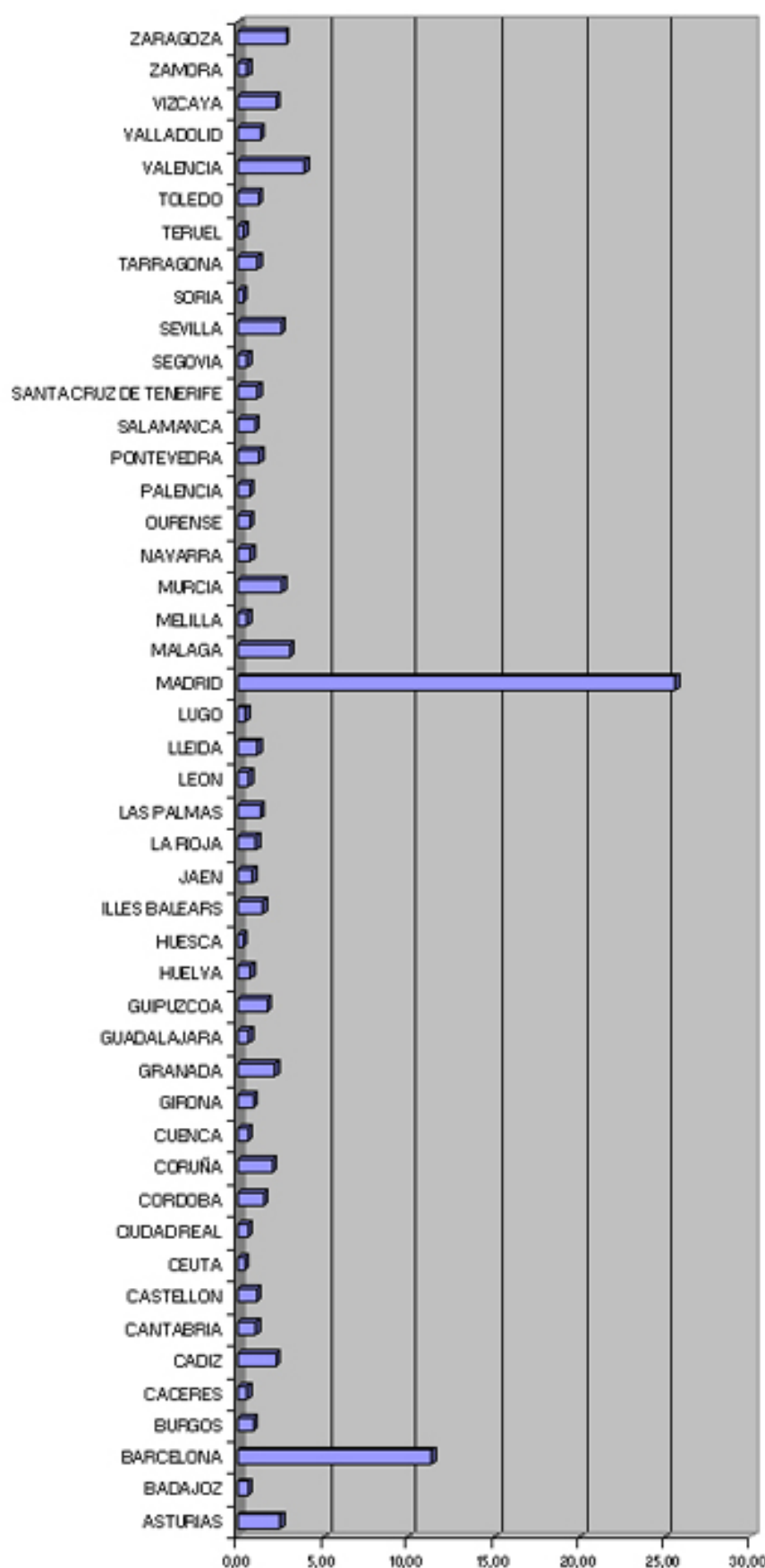
ocio. Es decir, la frecuencia con la que el encuestado comparte sus aficiones. El objeto de este planteamiento es conocer los datos actualizados sobre estos conceptos y, poderlos comparar con anteriores estudios para conocer, a grandes rasgos, la evolución del individuo sobre aspectos de ocio.

El videojuego tiene un protagonismo en el presente estudio y, por este motivo, se indaga sobre aspectos relacionados con el **modo en el que el individuo se plantea esta forma concreta de ocio: si juega contra la máquina o con amigos, si lo hace en el mismo bando o en contrarios, si se reparten las tareas o afrontan los retos de forma individual.**

Las respuestas aportan datos sobre los hábitos frente al videojuego que se contrastan con las **habilidades** que, en otra serie de preguntas, se deberían poner de manifiesto. Tales son el **trabajo en equipo, la capacidad de superación o rapidez de reflejos o retentiva visual.** Naturalmente, los datos obtenidos son cotejados con los promedios obtenidos por edades y sexo resultantes de las pruebas de medición de tiempos de reacción.

Por último, se ha aprovechado la ocasión - 3.000 encuestas realizadas y su relación directa con las edades declaradas (especialmente en los entornos de los menores de 6 años, de 7 a 13, y de 14 a 17 años- para conocer el cauce por el que el usuario, espectador o televidente, está expuesto a **contenidos de carácter violento** tales como las escenas de lucha, visualización de sangre o de muerte tanto de seres humanos como de seres fantásticos. Somos conscientes de que este estudio no es una investigación centrada sobre contenidos como por ejemplo el de “La diferencia sexual en el análisis de los videojuegos”^{III} pero, como decimos, no hemos querido dejar pasar la oportunidad de indagar en este aspecto tan delicado y, quizá por su espectacularidad, tan aireado por los medios periodísticos.

**Distribución de las encuestas válidas
(por provincias)**



ASTURIAS	69
BADAJOS	17
BARCELONA	325
BURGOS	26
CACERES	16
CADIZ	62
CANTABRIA	29
CASTELLON	31
CEUTA	11
CIUDAD REAL	17
CORDOBA	43
CORUÑA	56
CUENCA	17
GIRONA	25
GRANADA	61
GUADALAJARA	18
GUIPUZCOA	48
HUELVA	21
HUESCA	9
ILLES BALEARS	41
JAEN	24
LA RIOJA	30
LAS PALMAS	36
LEON	18
LLEIDA	33
LUGO	12
MADRID	737
MALAGA	88
MELILLA	15
MURCIA	72
NAVARRA	21
OURENSE	19
PALENCIA	20
PONTEVEDRA	35
SALAMANCA	28
SANTA CRUZ DE	33
SEGOVIA	16
SEVILLA	71
SORIA	8
TARRAGONA	32
TERUEL	10
TOLEDO	34
VALENCIA	112
VALLADOLID	37
VIZCAYA	63
ZAMORA	15
ZARAGOZA	79



Encuesta para investigación sobre

INFLUENCIA DEL VIDEOJUEGO EN LA CONDUCTA DE LOS USUARIOS Y HABILIDADES QUE DESARROLLA EN LOS MISMOS.

Esta investigación tiene por objeto conocer tanto los hábitos de los videojugadores como las consecuencias que éstos tienen en el desarrollo de facultades competenciales. Esta encuesta no tiene ningún carácter comercial y se realiza con el objetivo indicado.

Por esta razón, solicitamos tu colaboración cumplimentando el cuestionario que figura a continuación.

Gracias de antemano

Datos Particulares

Hombre <input type="checkbox"/>	Mujer <input type="checkbox"/>	Código Postal <input type="text"/>
---------------------------------	--------------------------------	------------------------------------

Edad

0 - 6 años <input type="checkbox"/>	7 - 13 años <input type="checkbox"/>	14 - 17 años <input type="checkbox"/>	18 - 34 años <input type="checkbox"/>	35 en adelante <input type="checkbox"/>
-------------------------------------	--------------------------------------	---------------------------------------	---------------------------------------	---

1.- Te consideras una persona...	Selecciona una respuesta <input type="text"/>
2.- ¿Juegas a videojuegos?	Selecciona una respuesta <input type="text"/>
3.- ¿Ves televisión?	Selecciona una respuesta <input type="text"/>
4.- ¿Vas al cine?	Selecciona una respuesta <input type="text"/>
5.- ¿Practicas deporte?	Selecciona una respuesta <input type="text"/>
6.- ¿Escuchas música?	Selecciona una respuesta <input type="text"/>

Si no juegas o lo haces menos de una vez al mes [pincha aquí.](#)

Videojuegos:

7.- ¿Qué género es al que dedicas más	<input type="text"/>
---------------------------------------	----------------------

tiempo?	<input type="checkbox"/> Ninguno <input type="checkbox"/> Acción <input type="checkbox"/> Deportes <input type="checkbox"/> Estrategia <input type="checkbox"/> Aventura gráfica				
	<input type="checkbox"/> Carreras <input type="checkbox"/> Educativos <input type="checkbox"/> Infantiles <input type="checkbox"/> Eróticos <input type="checkbox"/> On-line				
8.- Generalmente juegas con...	<input type="text" value="Selecciona un opción"/>				
9.- Si juegas con amigos, juegas en...	<input type="text" value="Selecciona un opción"/>				
10.- ¿Con qué frecuencia compartes las siguientes actividades con amigos y/o familiares?	Videojuegos	<input type="text" value="Selecciona un opción"/>			
	Cine	<input type="text" value="Selecciona un opción"/>			
	Deportes	<input type="text" value="Selecciona un opción"/>			
	Música	<input type="text" value="Selecciona un opción"/>			
	Otros	<input type="text" value="Selecciona un opción"/>			
En el último año...	<input type="text"/>				
11.- ¿Has hecho amigos a través de videojuegos?	<input type="text" value="Selecciona un opción"/>				
12.- La relación con tu familia ha	<input type="text" value="Selecciona un opción"/>				
13.- Cuando juegas te sientes ...	<input type="text" value="Selecciona un opción"/>				
14.- Tras jugar te sientes ...	<input type="text" value="Selecciona un opción"/>				
15.- Crees que los videojuegos han influido en tu conducta...	<input type="text" value="Selecciona un opción"/>				
16.- A la hora de que tu equipo pase una fase...	<input type="text" value="Selecciona un opción"/>				
17.- Cuando alguien de tu equipo te hace perder una partida...	<input type="text" value="Selecciona un opción"/>				
	<input type="text"/>				
Crees que los videojuegos te han servido para...	<input type="text"/>				

18.- Mejorar la capacidad de trabajar en equipo

Selecciona un opción

19.- Capacidad de superación

Selecciona un opción

20.- Destreza visual

Selecciona un opción

En el último mes ...

	Videojuego		Televisión		Cine	
	Ser fantástico	Humano	Ser fantástico	Humano	Ser fantástico	Humano
21.- ¿Has visto escenas de lucha?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22.- ¿Has visto sangre?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23.- ¿Has visto a alguien morir?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

24.- Prueba de destreza. Cuando aparezca el icono sigue las instrucciones:

Esta prueba mide el tiempo de respuesta del usuario al tener que dar en una diana que aparece, de forma aleatoria, en la pantalla.

25.- Prueba de destreza visual.

Esta prueba mide el tiempo de respuesta del usuario al indicar qué forma y de qué color es la figura que ha aparecido en un lapso de un segundo en la pantalla.

----- PARTICIPA EN EL CONCURSO -----

Si deseas participar en el sorteo de

2 Monitores TFT de 17" Philips

1 XBOX 360

1 PlayStation Portable (SONY PSP)

rellena los campos de contacto que se muestran a continuación. En caso contrario, presiona el botón "Enviar Datos".

Nombre y Apellidos:	<input type="text"/>
Teléfono o Móvil:	<input type="text"/>
Correo electrónico:	<input type="text"/>

* Para poder optar al premio deberás rellenar todos los datos de contacto con información real que puedas acreditar.

NOTA LEGAL : Los datos personales, tal y como lo establece la Ley Orgánica 15/1999 sobre protección de datos, serán integrados a una base , propiedad del proyecto de investigación y serán tratados con la única finalidad de gestionar el sorteo y la entrega de premios entre los ganadores. El sorteo se celebrará el lunes 16 de enero de 2006.

Si tienes algún comentario u observación que hacer en relación a la encuesta, nos sería de gran utilidad conocerlo. [Pincha aquí](#)

Enviar datos

MUCHAS GRACIAS por tu colaboración

4.- Equipo investigador.

Investigador principal

Prof. Dr. Joaquín Pérez Martín.- (joaquin.perez@uem.es) Profesor de infografía y Multimedia y director académico y profesor de animación en el Máster en Diseño y Creación de Videojuegos y en la Escuela de Cine. Responsable tecnológico y webmaster de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Europea de Madrid. Colaborador de Nuevas Tecnologías de Radio Nacional de España. Responsable de contenidos de <http://www.canalaudiovisual.com> y administrador de las siguientes listas de distribución del Plan Nacional de Investigación: contenidos audiovisuales y nuevas tecnologías (CAV-NT), red temática europea centro-este (REDCENTRO-ESTE) y el observatorio del videojuego y la animación (OB-VIDEOJUEGOS).

Investigadores

Prof. Julio Ignacio Ruíz: Profesor del Centro de Formación de RTVE, experto en Internet y Multimedia y responsable de Editorialización (Publicaciones IORTV); profesor de Realización Multimedia de San Pablo-CEU y profesor y director del master de la Fundación San Pablo-CEU: "TVi: Realización de programas de televisión y Contenidos Interactivos"; Editor y administrador del boletín distribuido por Red Iris "CAV-NT: Contenidos Audiovisuales y Nuevas Tecnologías"; editor y redactor de Canalaudiovisual.com. Licenciado en Periodismo y Comunicación Audiovisual (Univ. Complutense. Madrid), Técnico Especialista en Realización de Programas de Televisión (IORTV. Madrid), Master en Multimedia Authoring For Broadcast Professionals (Programa Europeo Media II-Radio Televisión de Irlanda- Unión Europea de Radiodifusión. Dublín).

Prof. Carlos Enguita: Director de netJEM - Campus Virtual de la Universidad Europea de Madrid. Experto en Calidad Educativa y Tecnología Educativa; evaluador de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación.(ANECA). Durante los últimos años ha investigado sobre construcción de tests de conocimiento, e-learning y el impacto de las tecnologías en la docencia universitaria. Ha sido profesor de varios cursos online y de diversas asignaturas de didáctica e informática. Ha participado como ponente en numerosos congresos, tanto nacionales como internacionales. Licenciado en Filosofía y Ciencias de la Educación por la Universidad Complutense de Madrid, posee una amplia experiencia previa como consultor y jefe de proyecto en empresas de ámbito informático.

5.- Conclusiones

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

5.1 Hábitos de ocio.

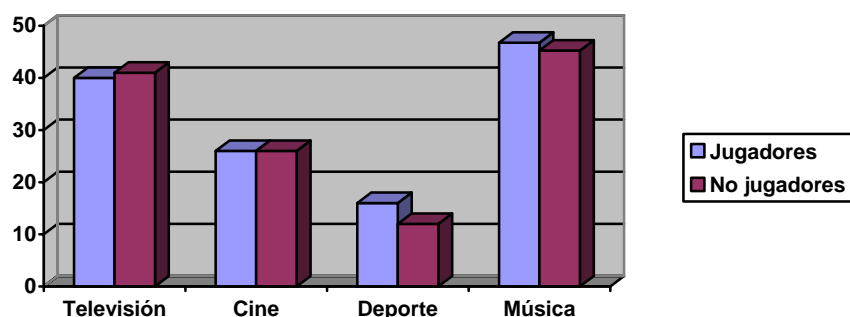
Los jugadores y los no jugadores participan de otras formas de ocio (televisión, música, deporte y cine) con parámetros de gran similitud.

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.



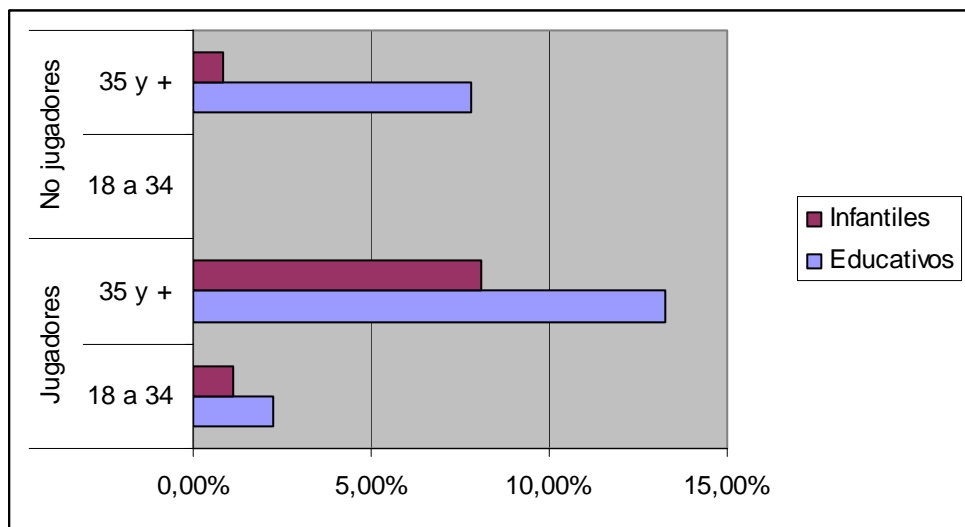
Los jugadores son, sensiblemente, más deportistas que los no jugadores y siendo la música la forma de ocio a la que se dedica más tiempo. De hecho, los encuestados indican que, en todos los rangos de edad, escuchan música varias veces al día. A la vista de los datos, no se aprecian diferencias relevantes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

5.2 Padres, menores y videojuegos

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

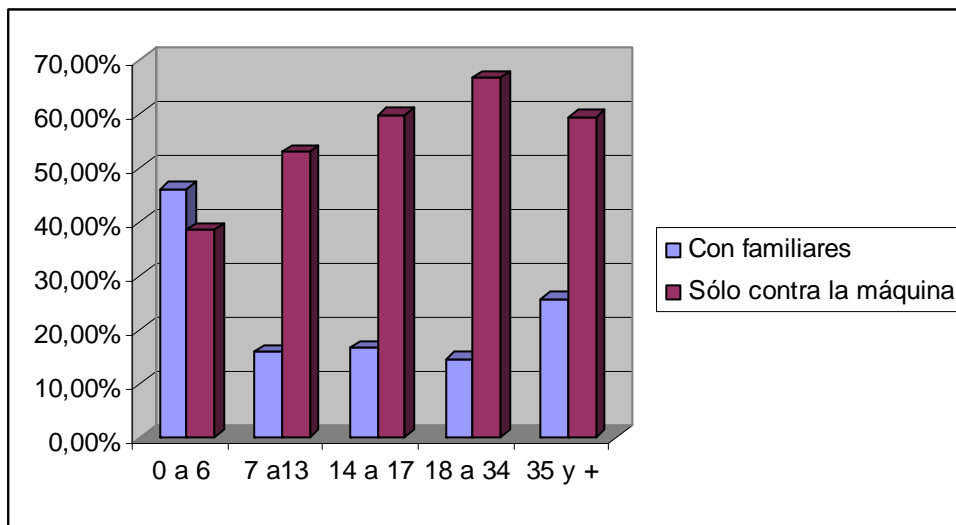
En concreto, un 46% de los encuestados menores de 6 años exponen que juegan con sus familiares algo menos que contra la propia máquina. Un parámetro éste que, en edades superiores siempre lidera el hábito de juego superando tanto al juego en familia como el planteado con amigos en red. Los padres, por 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.

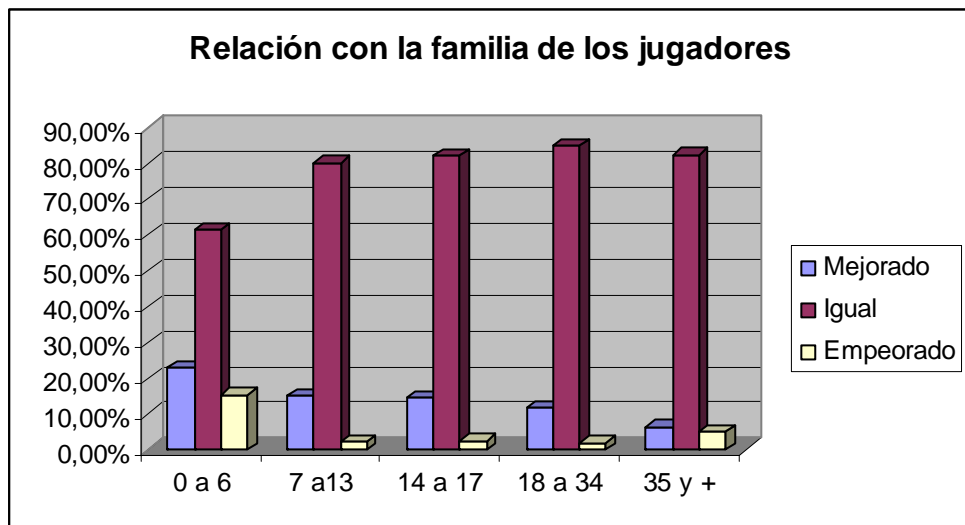
A esta conclusión también llegaba un estudio realizado por la Universidad de Londres^V que confirma que los videojuegos potencian el desarrollo de los menores a la par que propone que su desarrollo se imparta también en las escuelas.

En este sentido, de la relación entre padres/tutores, menores y videojuegos, el **código PEGI**^{VI} sobre los videojuegos ha sido considerado como una referencia interesante a seguir tanto el cine como en la televisión.^{VII}

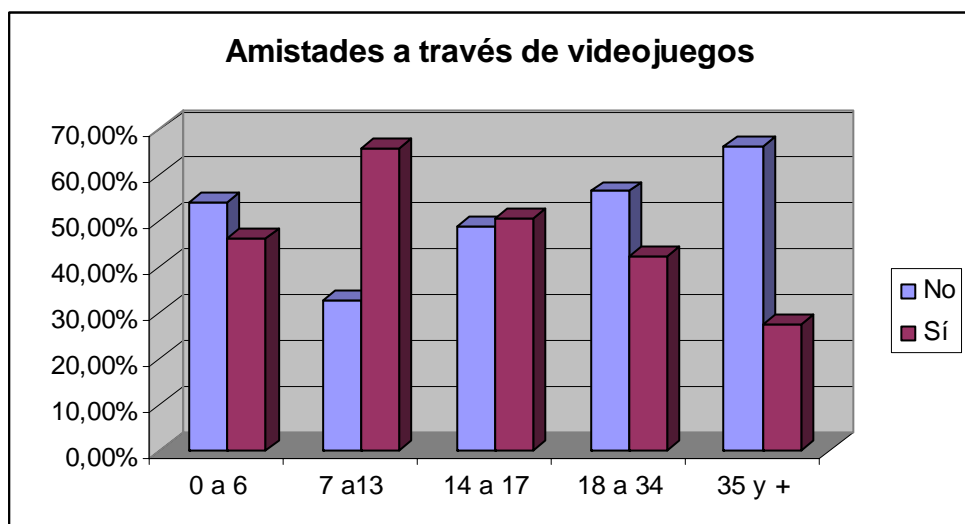
5.3 Sociabilidad

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.



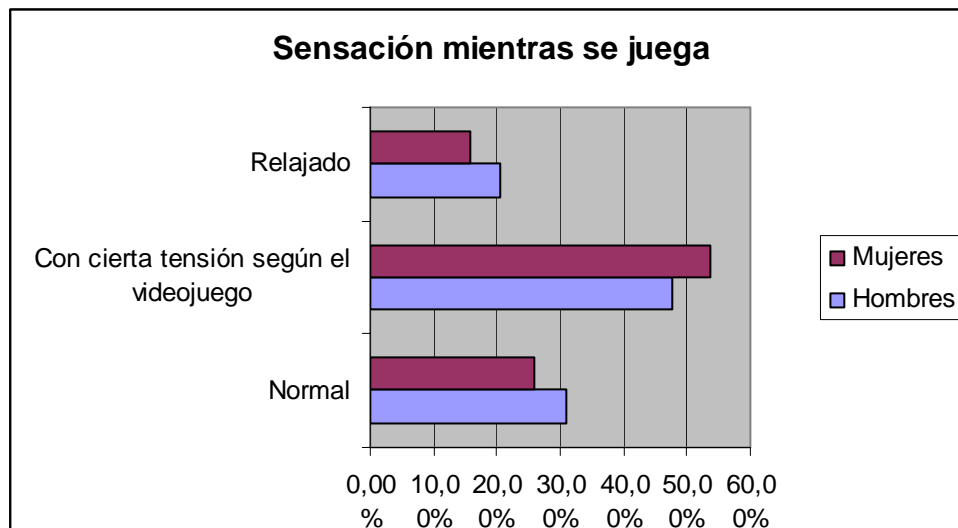
Un 41% de los individuos encuestados afirma haber hecho amigos a través de los videojuegos.



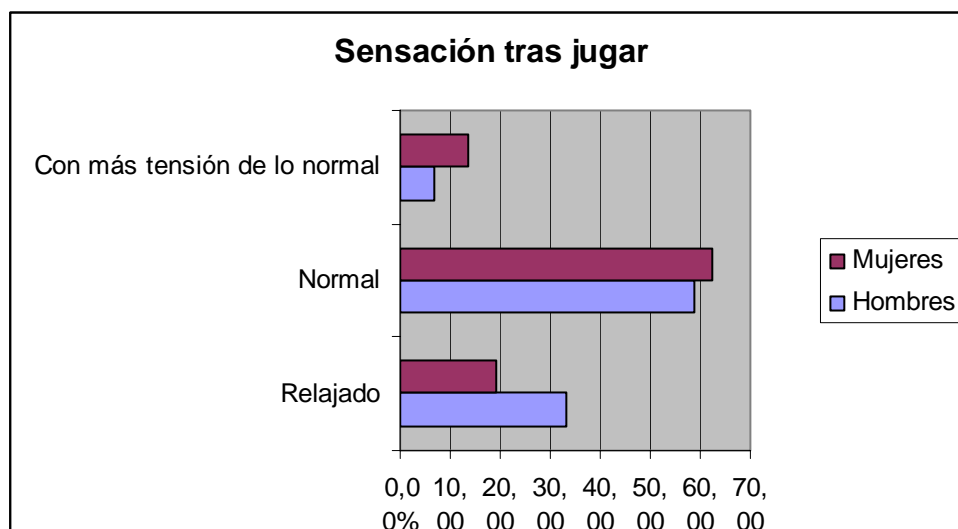
Esta conclusión también coincidiría con las conclusiones aportadas por Germán Diz en el reportaje titulado “*Así nos influyen los videojuegos*”^{viii} en el que, al respecto de la sociabilidad menciona que: “*en los estudios se ha encontrado que los usuarios de los videojuegos tienen una gran vida social, 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.



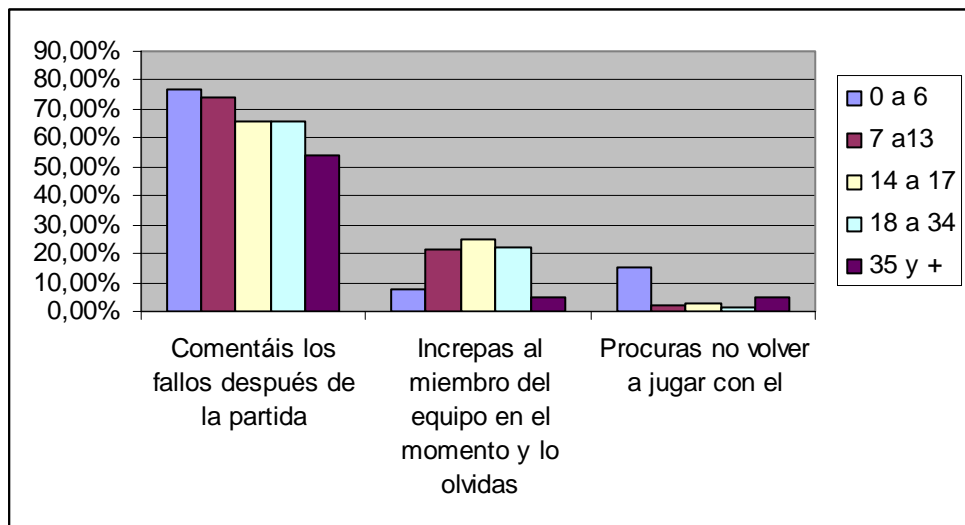
Tras jugar los hombres se sienten normales un 59% y relajados un 32%. Con más tensión de lo normal sólo un 8%.



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%.



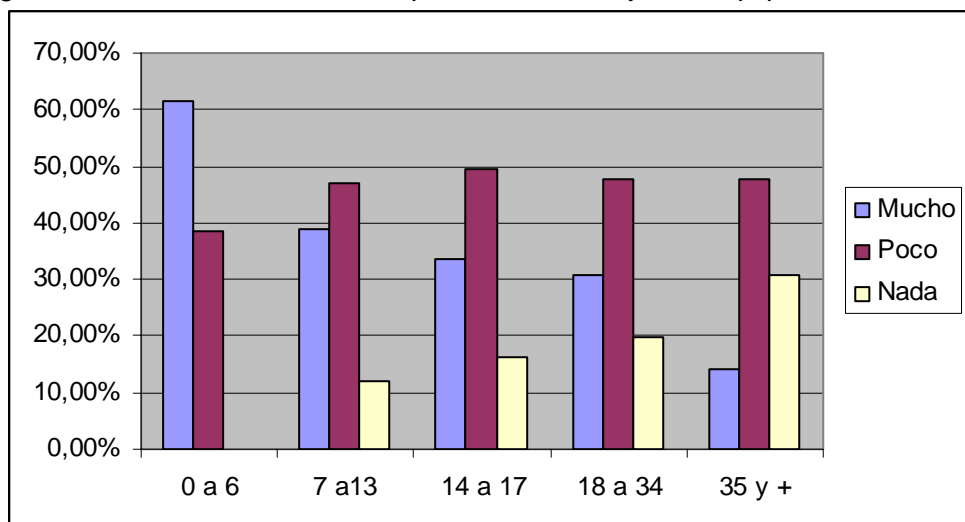
El rechazo al miembro del equipo que ha hecho perder la partida es mínimo (un 4% de media) siendo ese rechazo un poco mayor entre los hombre (8%) que entre las mujeres (2%)

5.4 Habilidades

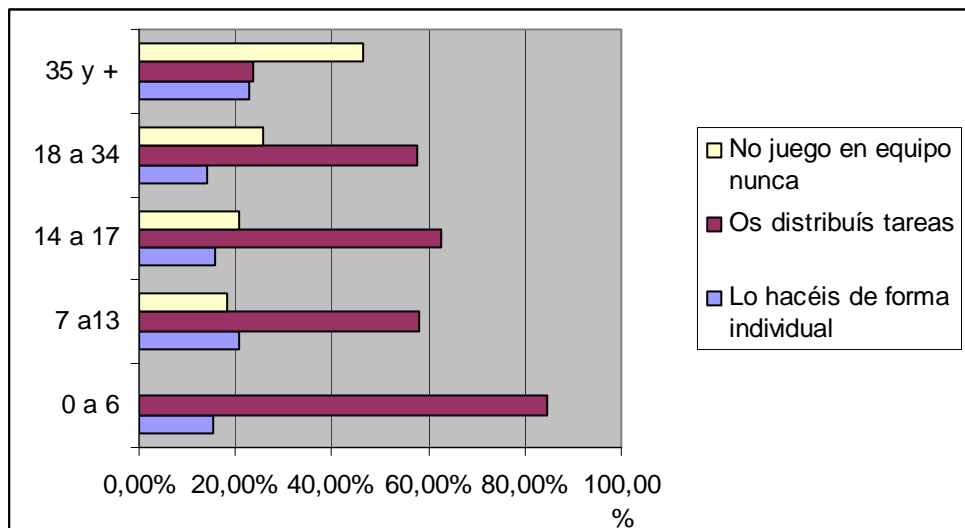
Trabajo en equipo

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%).

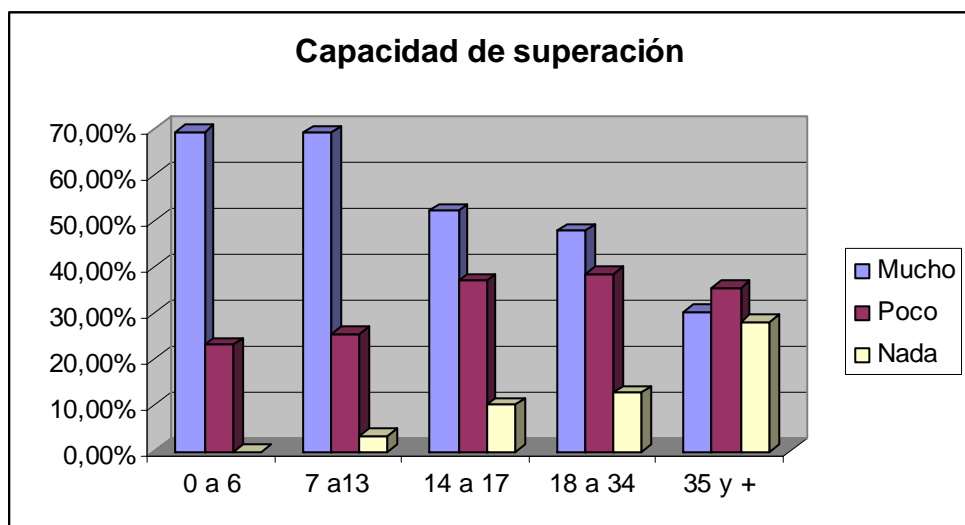


Capacidad de superación

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..



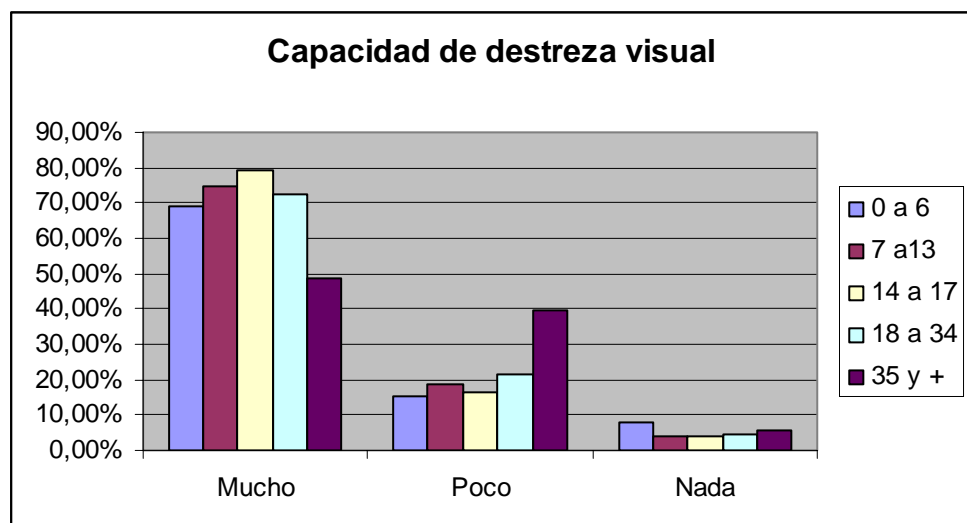
Este dato coincide con el informe emitido por la Agencia para el Aprendizaje y el Desarrollo de Habilidades del Reino Unido^{IX} Y EL ESTUDIO DE James Gee y Kurt Squire^X

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.

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

Aún no siendo un tema central del trabajo de este estudio, hemos pensado de interés el incluir algunas preguntas sobre este aspecto tan impactante socialmente.

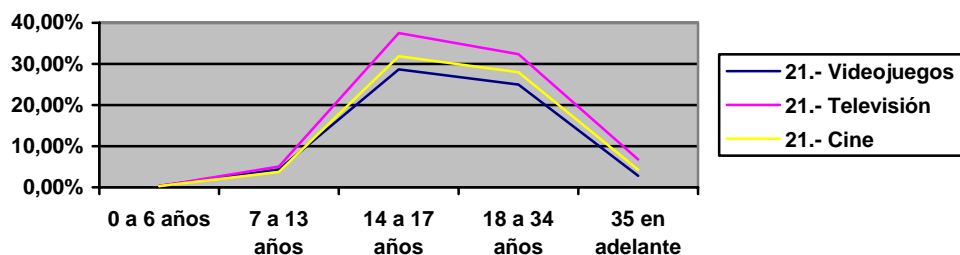
Se han incluido tres preguntas relativas a la visualización de contenidos violentos: **escenas de lucha, sangre y muerte**, referidas a sólo tres medios de comunicación: **televisión, cine y videojuegos**.

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).

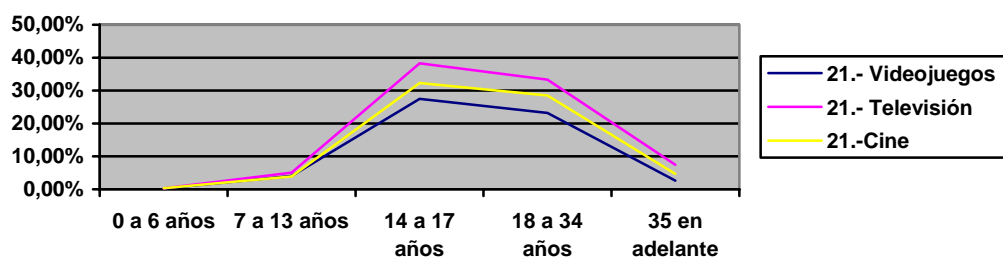
El cine iguala a los videojuegos respecto a las escenas de lucha (68% ambos), supera en 3 puntos respecto a la visualización de la sangre (69% en cine y 66% en los videojuegos) y vuelve a superar el cine en 3 puntos en la visualización de muerte de personas 68% el cine frente al 65% de los videojuegos).

Visualización de escenas de lucha



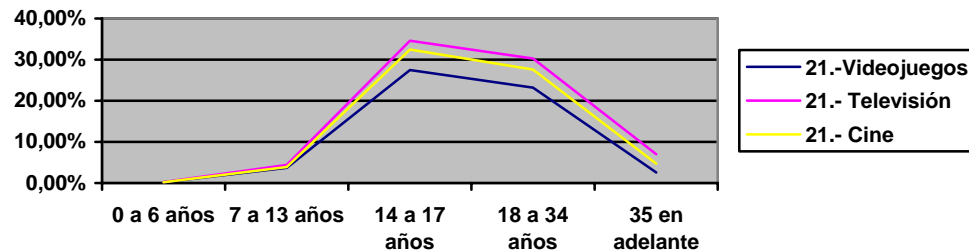
En las edades de menores de 13 años la visualización de contenidos no aptos (lucha, sangre, muerte) es muy pequeña. No presenta porcentajes significativos, debido muy posiblemente al control de los padres y el juego conjunto con familiares que refleja el estudio (apartado 6.2). Estos porcentajes son 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



6. Bibliografía sobre hábitos y conducta de los videojugadores

- Bonnafont, G. (1992). Video games and the child. Paper presented at Myths and Realities of Play Seminar. London.
- Brown, R.M., Brown, N.L. y Reid, K. (1992). Evidence for a players position advantage in a video game. *Perceptual and Motor Skills*, 74, 547-554.
- Creasey, G. y Myers, B. (1986). Video games and children: Effects on leisure activities, schoolwork, and peer involvement. *Merril-Palmer Quarterly*, 32, 251-261.
- Estallo, J.A. (1994). Videojuegos, personalidad y conducta. *Psichotema*. 6, 2.
- Estallo, Juan Alberto. *Los videojuegos. Juicios y prejuicios*, Barcelona, Planeta, 1995
- Funk, J.B. (1992). Video games: Benign or malignant?. *Developmental and Behavioral Pediatrics*, 13, 53-54
- Gonzalez, A. (1988). *Joc Patològic: Una nova adicció*. Barcelona: Tibidabo Edicions.
- Griffith, J.L., Voloschin, P., Gibb, G.D. y Bailey, J.R. (1983) Differences in eye-hand motor coordination of videogame users and non-users. *Perceptual and Motor Skills*, 57, 155-158.
- Herz, J.C. *Joystick Nation. How videogames gobbled our money, won our hearts and rewired our minds*, Londres, Little Brown and Company, 1997
- Jones, M.B. (1984). Video games as a psychological tests. *Simulation and Games*, 15, 131-157.
- Jones, M.B., Dunlap, W.P. y Bilodeau, I.M. (1987) Comparison of video game and conventional test performance. *Simulation & Games*, Vol. 17 435-446.
- Kinder, M. (1991). *Playing with power in movies, television, and video games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. Berkeley: University of California Press.
- Le Diberder, Alaiuna et Frédéric . *L'univers des jeux vidéo*, París, La Découverte, 1998

- Lin, S., Lepper, M.R. (1987). Correlates of Children's Usage of Videogames and Computers. *Journal of Applied Social Psychology*, 17(1), 72-93.
- Loftus, G. R. y Loftus, E. F. *Mind at Play. The Psychology of Videogames*. New York: Basic Books.
- Lowery, B.R. y Knirk, F.G. (1983). Micro-computer video games and spatial visual acquisition. *Journal of Educational Technology Systems*, 11, 155-166.
- Marks, P. (1984). *Mind and Media. The effects of Television, computers and videogames*. William Collins Sons & Co. Ltd.
- Mcloure, R. F. y Mears, F. G. (1986). Videogame Playing and Psychopatology. *Psychological Reports*, 59, 59-62.
- Mcloure, R. F. y Mears, F. G. (1984). Videogame Players: Personality Characteristics and Demographic Variables. *Psychological Reports*, 55, 271-276.
- Mitchell, E. (1985). The dynamics of family interaction around home video games. *Marriage and Family Review*, 8, 121-135.
- Selnow, G.W. (1984). Playing video games. The electronic friend. *Journal of communication*, 34 (2), 148-156
- Thompson, B. y Melancon, J.G. (1985) Convergent and divergent validity on items on a maesure of androgyny. Paper presented at the annual meeting of the Southwest Educational Research Association. Januray 31, Austin, Texas.

7. Bibliografía directamente citada

^I *Informe Anual del Ministerio de Cultura y Sociedad General Autores Españoles*

^{II} Estudio sobre Estudio de Hábitos y Usos de los Videojuegos. GFK Ebuemer Ad Hoc Research. Febrero de 2005.

^{III} La diferencia sexual en el análisis de los videojuegos. DIRECTOR DE LA INVESTIGACIÓN: Enrique Javier Díez Gutiérrez (Coordinador) INVESTIGADORAS E INVESTIGADORES: Eloína Terrón Bañuelos, Matilde García Gordón, Javier Rojo Fernández, Rufino Cano González, Dayamí Blanco Jarrín, Rosa Castro Fonseca y otros colaboradores. CIDE/INSTITUTO DE LA MUJER. 2004.

^{IV} 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.

^V Pelletier, Carolina, Buckingham, david, burn, Andrew.. *Making Games: Developing games authoring software for educational and creative use*. London Knowledge Lab, University of London, 2005.

^{VI} Catalogación de contenidos en la dirección web (<http://www.adese.es/web/criterios.asp>).

^{vii} 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.

^{vii} Diz, Germán. Así nos influyen los videojuegos. Meristation, 14 de julio de 2003.

^{ix} 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.”*

^x 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.*