UABDIVULGA
BARCELONA RECERCA I INNOVACIÓ

10/2014

Pasión y motivación por los videojuegos online

Un estudio ha analizado los motivos por los que los jóvenes se implican tanto en los videojuegos *online*. Los resultados obtenidos muestran que los jóvenes que juegan para socializarse, explorar el juego y obtener recompensas, lo hacen porque su pasión es compatible con otras actividades. En cambio, los que lo hacen para evadirse de la realidad mediante los personajes que crean o la inmersión en el mundo virtual lo hacen guiados por una pasión obsesiva y absorbente. Estos resultados confirman que la alta dedicación a los videojuegos *online* no es necesariamente perjudicial.

No hay duda de que los videojuegos han pasado a ser una de las actividades de ocio preferidas de los jóvenes. Esta industria está en constante expansión, tanto a nivel de usuarios, con millones de jugadores registrados, como de innovación, con una gran cantidad de juegos que se desarrollan íntegramente en Internet.

Esta irrupción de los videojuegos *online* en la vida de los jóvenes y el interés que suscita, que se visualiza en la gran cantidad de horas que dedican al juego, hace que los adultos y los medios de comunicación expresen su preocupación por una forma de ocio que frecuentemente es vista como potencialmente peligrosa, o directamente adictiva. Esta preocupación social está generando una gran cantidad de investigación dedicada a averiguar los motivos por los que los jóvenes se implican tanto en esta forma de ocio digital.

Un equipo investigador de la UAB, la URL y la Universidad McGill de Canadá, liderado por el profesor Andrés Chamarro del Departamento de Psicología Básica, Evolutiva y de la Educación de la UAB, ha analizado los motivos de juego. Su hipótesis era que los jóvenes se dedican tan intensamente a los videojuegos para socializarse (hacer amigos y ayudar a otros jugadores), explorar el universo del juego, obtener ganancias (como victorias o prestigio) y evadirse de la realidad mediante la inmersión en el mundo virtual. Adicionalmente, y de forma innovadora, los autores analizaban si estos motivos respondían a la pasión que los jugadores experimentaban por esta forma de ocio. Una pasión que se puede vivir libremente y en armonía con otras actividades de la vida o bien obsesivamente, como una fuerza incontrolable que empuja a jugar.

Los resultados obtenidos sobre una muestra 410 videojugadores que frecuentan los foros especializados existentes en Internet, muestran que aquellos que juegan para socializarse, explorar el juego y obtener recompensas, lo hacen porque su pasión es compatible con otras actividades y son candidatos a vivir experiencias positivas en relación con los videojuegos. Por el contrario, aquellos que juegan para evadirse de la realidad mediante los personajes que crean (los denominados avatares) o la inmersión en el mundo virtual lo hacen guiados por una pasión obsesiva y absorbente. Para estos jugadores la experiencia virtual puede ser preferible al contacto “cara a cara” y serían candidatos a experimentar las consecuencias negativas que hemos comentado antes: adicción, insatisfacción y problemas en otras actividades diarias, tales como los estudios.

Los resultados contribuyen a ofrecer una visión más amplia del uso de los videojuegos y confirma que la alta dedicación a los videojuegos *online* no es necesariamente perjudicial, dado que responde a motivaciones saludables como hacer amigos, cooperar y ejercitarse en una actividad en la que ser competente es fuente de satisfacción personal. Ahora bien, aquellos que juegan de forma obsesiva y sin control parecen candidatos a ser jugadores problemáticos. Los resultados serán útiles para elaborar medidas de *screening* de jugadores potencialmente problemáticos y diseñar intervenciones dedicadas a prevenir el uso obsesivo de los videojuegos.

Andrés Chamarro
Andres.Chamarro@uab.cat

Referencias

Fuster, H.; Chamarro, A.; Carbonell, X., Vallerand, R.J. Relationship Between Passion and Motivation for Gaming in Players of Massively Multiplayer Online Role-Playing Games. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking 17(5): 292-297. 2014. doi: 10.1089/cyber.2013.0349.

View low-bandwidth version