

HÁBITOS DE USO Y CONSUMO Y MOTIVACIONES DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS EN
VIDEOJUEGOS EN TABLETS Y TELÉFONOS MÓVILES

AUTOR: EDUARDO RODRÍGUEZ BARCENILLA

DIRECTOR FÉLIX ORTEGA MOHEDANO

PLAN DE INVESTIGACIÓN
PROGRAMA DE DOCTORADO FORMACIÓN EN LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO
UNIVERSIDAD DE SALAMANCA

FECHA: 11/06/2020



INTRODUCCIÓN

La industria de los videojuegos se ha convertido en uno de los motores económicos principales de la mayoría de los países tanto en Asia como en Europa o América. Superando en volumen de negocio a industrias como la del cine o la de la televisión, la industria del videojuego ha crecido de manera sostenida en los últimos años, sea cual sea la posición socioeconómica de los jugadores.

Si prestamos atención a los datos, España facturó en 2018, más de un 12% que el año anterior, colocando a la industria de los videojuegos por delante de la del cine y la música juntas. Estos datos son más incipientes si tenemos en cuenta que en las plataformas digitales aumentó un 57,8% y un 27,4% en las aplicaciones móviles (AEVI, 2018).

En un contexto global, España se encuentra entre las mayores potencias del mercado de videojuegos, ocupando un noveno puesto en cuanto a facturación de videojuegos (Newzoo, 2018) lo que ayuda a entender la importancia del sector. Cuando hablamos del perfil de jugador, se mantiene una diferencia entre sexos, cuya brecha se ha reducido en los últimos años, un 59% de los jugadores son hombres por el 41 de mujeres (INVYMARK, 2019).

Los últimos datos, del estudio realizado por InvyMark para Wink TTD, indican que un 69.2% de la población española entre 14 y 55 años se considera jugadora de videojuegos y de media, a la semana dedican 9.5 horas a los videojuegos. También nos encontramos con que el 70,2% de los jugadores usa su dispositivo móvil para videojugar, reinando entre las mujeres con un 81%. Además, las tablets se asientan con un 13,3% de jugadores.

A tenor de estos datos, se pone en valor la importancia que está adquiriendo la industria de los videojuegos en nuestro país y por extensión, en el mundo globalizado. Gracias a los avances tecnológicos de los últimos tiempos, prácticamente una amplia mayoría de la población tiene acceso a un dispositivo con la capacidad de que el usuario haga uso de los videojuegos, ya sea un ordenador, consola, dispositivo móvil o tablet.

Esta introducción del plan de investigación busca presentar los datos sociales y económicos que justifican la investigación en este campo de estudio que, si bien tiene importantes autores que lo tienen como línea de investigación principal, todavía bastantes campos de estudio como el de esta tesis: los hábitos de uso y consumo y motivaciones por las que los estudiantes universitarios españoles juegan a videojuegos, en concreto los que se juegan tanto en móviles como en tablets. Cuando se habla de videojuegos, existen numerosas clasificaciones, pero hemos partido desde la propuesta de Rafael Carrasco para llegar a la siguiente:

- MOBA: League of Legends Wild y Arena of Valor.
- FPS y Battle Royale: Call of Duty Mobile, PUBG Mobile y Fortnite Mobile.
- Cartas: Hearthstone, Clash Royale y Legends of Runeterra
- RTS (Real time strategy): Command and conquer, Clash of Clans y Plague
- Fighting: Injustice 2, Dragon Ball Legends y Brawl Stars.
- Simuladores: FIFA, PES y Farming Simulator
- Puzzles: Empire and Puzzles.

Por estas razones, el planteamiento de realizar el estudio de los usos y gratificaciones de los estudiantes universitarios españoles cuándo hacen uso y consumo de los videojuegos competitivos en tablets y teléfonos móviles. El objetivo de centrar la investigación en este tipo de dispositivos es la constatación del asentamiento del uso de móviles y tablets como un elemento más en la vida diaria de los ciudadanos digitalizados en nuestro país.

Si observamos los datos recogidos por Deolitte en 2017, un 94% de los usuarios, usó su móvil en las últimas 24 horas, lo que supone que, la inmensa mayoría de los usuarios hace uso de su dispositivo a diario. Estos datos se suman a los datos recogidos por Statista junto a los de la AIMC, en los que podemos observar como el 43% (móvil) y 46% (tablet) de los encuestados utilizan sus dispositivos para el entretenimiento, categoría de la cual los videojuegos forman una parte importante.

Sin embargo, tampoco debemos dejar de lado los datos sobre el crecimiento de los videojuegos competitivos y en concretos, en los dispositivos móviles. Si bien, América Latina y Asia son dos de los territorios que más dominan el sector móvil de los videojuegos competitivos, hay una apuesta importante por parte de publisher y organizaciones de competiciones como sucede en el caso de Clash Royale y Brawl Stars en España, que tienen una importante representación por parte de jugadores españoles y la afición que arrastran gracias al fenómeno de "influencers" y seguimiento de los creadores de contenido.

Por todo ello, creemos conveniente analizar las motivaciones y los hábitos de consumo de los universitarios (uno de los sectores más implicados en el uso de videojuegos como se puede ver en los rangos de edad analizados por AEVI) gracias a competiciones destinadas para ellos o simplemente el efecto de comunidad que se ha desarrollado en los últimos años.

HIPÓTESIS DE TRABAJO Y PRINCIPALES OBJETIVOS

El estudio de las dos hipótesis del marco que trabajaremos (hábitos de uso y consumo, dispositivos portátiles y videojuegos) nos ayudarán a elaborar un marco completo y complejo y a escapar de una cosmovisión tecnológica-instrumental.

La hipótesis de trabajo de esta investigación se orienta a recabar, analizar e interpretar los hábitos de uso y consumo de los estudiantes universitarios en videojuegos a través de sus teléfonos y tablets inteligentes mediante el estudio de sus preferencias, tiempos de consumo en sus terminales, motivaciones y resolver en qué medida influye en los estudiantes. Para ello, analizaremos diferentes variables de comportamiento de los objetos de estudio en su teléfono inteligente en videojuegos de manera en que los resultados obtenidos nos sirvan para comparar en diferentes plataformas y grupos de edad las diferencias o similitudes.

Realizaremos un análisis del estado de la cuestión y los estudios, publicaciones, legislación más relevante en lo relativo a nuestro objeto de estudio, en particular en el entorno europeo, con el objeto de detectar y describir las principales tendencias que sobre el consumo de videojuegos hábitos de uso y consumo audiovisual en estos dispositivos se estuvieren consolidando y dando en los últimos 5 años y las tendencias más probables en aquellos mercados punteros de nuestro entorno socioeconómico además de los ya indicados.

Las Hipótesis que analizaremos de modo exploratorio – i.e. sujetas a revisión en los próximos meses, y de cara al diseño de los instrumentos de investigación- son las siguientes:

- H1. EXISTEN DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS ENTRE LOS GRUPOS DE EDAD EN LOS HÁBITOS DE USO Y CONSUMO EN TELÉFONOS INTELIGENTES Y TABLETS EN VIDEOJUEGOS

Para la contrastación de esta hipótesis estudiaremos con la mayor amplitud posible las variables influyentes en la utilización del teléfono móvil y la tableta para jugar a videojuegos partiendo de las siguientes categorías, que podrán ser ampliadas o reducidas durante la realización de la tesis doctoral:

a. Horas de juego

Una de las categorías principales a tener en cuenta va a ser la de las horas de juego que destina cada usuario a los videojuegos. Resulta fundamental porque nos podremos encontrar desde los llamados "hard consumers" hasta jugadores casuales y sus diferencias pueden influir en las motivaciones para jugar.

b. Tipo de videojuegos

Como se ha podido observar en la introducción, existen diferentes categorías de videojuegos, las cuales pueden influir en los resultados de la investigación. Resulta fundamental poder diferenciar los videojuegos y los usuarios que lo consumen y establecer diferencias o semejanzas en el estudio.

c. Compra de videojuegos e *in game*

La compra de videojuegos y del contenido en los videojuegos es un factor a tener en cuenta por diversos motivos. Uno de ellos es el mercado extremadamente competitivo dentro de los dispositivos móviles entre videojuegos gratuitos y de pago. Es por ello que la compra *in game* de potenciadores o bonificadores es importante para descubrir diferencias y dar unos resultados fidedignos.

d. Procesos de comunicación (Pautas y hábitos de comunicación de los usuarios de teléfonos inteligentes de última generación, nuevas estrategias de socialización y comunicación)

Durante los últimos años el número de aplicaciones para comunicarse por voz (TeamSpeak3, Discord, Skype, Whatsapp...) ha visto como el número de usuarios se ha incrementado una vez se han implementado estrategias para atraer al público "gamer" es por ello que motivaciones como la socialización sean estudiadas teniendo en cuenta este factor comunicativo.

- H2. LAS VARIABLES ANALIZADAS EN H1 INFLUYEN EN LAS MOTIVACIONES DE LOS ESTUDIANTES

La segunda de las hipótesis busca encontrar como, en las variables que finalmente se establezcan para los ítems de la encuesta, influyen las motivaciones son diferentes en función de los hábitos de consumo que se establezcan. Los estudiantes universitarios son un objeto de estudio interesante de cara a analizar debido a que son, en la actualidad, debido a su situación social uno de los estratos de población que de manera más intensa ha visto desarrollado el mercado dentro de los dispositivos móviles. Por un lado, nos encontramos con usuarios nacidos a finales de los noventa y principios del tercer milenio, que han crecido junto al desarrollo de la tecnología y por el otro, con el desarrollo de videojuegos que se han adaptado a los medios que se imponían a lo largo del tiempo.

METODOLOGÍA

De cara a realizar la investigación de esta tesis, primero se llevará a cabo una revisión de la literatura de forma sistemática sobre el estudio de los videojuegos en las diferentes áreas que tocan el campo de estudio.

En segundo término, se lleva a cabo la investigación para determinar la escala y cuestionarios sobre los que partir para la realización del cuestionario. Fundamentalmente se parte de la escala creada y validada por Sherry, J. L., Lucas, K., Greenberg, B. S., y Lachlan, K propuesta en su artículo "Video game uses and gratifications as predictors of use and game preference. Playing video games: Motives, responses, and consequences" con las modificaciones pertinentes para adaptarse al tipo de estudio que se trata en el trabajo. Además, se plantea el añadido de indicadores de elaboración propia que permitan entender de forma más completa la realidad cambiante que se vive en la actualidad en el mundo de los videojuegos.

La teoría de usos y gratificaciones que se utiliza como referencia para el estudio de las motivaciones de los estudiantes universitarios, es una de las teorías más relevantes que surgieron a mediados y finales del siglo pasado, pero, no por ello ha dejado de tener una enorme vigencia en nuestros días.

Si bien, su primera intención era la de aportar luz sobre cómo las personas utilizaban y visualizaban la televisión, a lo largo de los años se ha adaptado tanto al tiempo, como a los avances tecnológicos, como también el aplicarse a otros campos como el de los videojuegos, tema principal de estudio de la tesis doctoral a la cual pertenece el plan de investigación.

La importancia de utilizar esta teoría para estudiar las motivaciones para jugar a videojuegos en dispositivos móviles es, la de seguir el espíritu de la teoría cuando se publicó por sus autores. La teoría es el vehículo perfecto para entender como ha afectado, lo que ha sustituido a la televisión como esa "ventana al mundo". El mundo del videojuego y el mundo de los dispositivos móviles han confluído para permitirnos asomarnos a la realidad del mundo actual.

Como se indica, han sido varios los autores, que a lo largo de los últimos años han utilizado esta teoría como marco para elaborar sus investigaciones en el campo de los videojuegos. Además de Sherry, en España nos encontramos a López-Becerra (2012) con artículos sobre la construcción de un cuestionario sobre los hábitos de consumo de videojuegos en adolescentes o González-Vázquez, A., y Igartua, J. J (2018) sobre las razones de los adolescentes para jugar a videojuegos.

También es importante señalar la visión de Vygotsky con su visión socio-histórica de la psicología. Desde esta perspectiva, se analiza que el desarrollo cultural del ser humano se realiza a través del uso de instrumentos. Resulta interesante señalar la teoría puesto que, los instrumentos a través de los que la población objetivo del estudio usa los videojuegos resultan fundamentales y marcan la diferencia respecto a otros dispositivos o plataformas. Cuando se habla de cultura, el mundo de los videojuegos resulta un elemento fundamental en la sociedad actual, por lo que una perspectiva, en la que el ser humano se moldea a través de la cultura (Lucci, 2012) que él mismo crea es apropiada como marco teórico.

De acuerdo con los principales objetivos de este estudio, el método a utilizar en esta investigación será descriptivo no experimental tipo encuesta. Mediante el servicio de encuesta *online* de Qualtrics, se pretende obtener datos acerca de variables sociodemográficas, de las características de los jugadores, de hábitos de consumos, compras de videojuegos y de contenido dentro de estos y motivaciones al hacer uso de ello.

De especial relevancia en este estudio será comprobar las diferencias que podrían existir entre los diferentes tipos de jugadores y el tipo de juego del que hagan uso.

La población objeto de estudio, se trata de la comunidad universitaria de la Universidad de Salamanca. Para poder obtener una muestra aleatoria y representativa se realizará el cálculo de la muestra necesaria para tener una fiabilidad adecuada y que sea representativa entre las diferentes facultades que existen en la ciudad de Salamanca. El cálculo se hará en base a los datos publicados por el organismo correspondiente de la universidad, en el portal que tiene esta a disponibilidad de consulta de cualquier persona.

El cuestionario se elaborará teniendo como referencia los cuestionarios elaborados por el equipo de J.L Sherry para el estudio de las motivaciones dentro de la población que usa los videojuegos. A partir de estos instrumentos se tendrán en cuenta las experiencias anteriores en trabajos similares, así como el cuestionario que se elaborará en forma de pre test para depurar todas las preguntas que se realizarán en el definitivo. A su vez, se llevará a cabo una selección de otras cuestiones relevantes relacionadas con el uso de los teléfonos móviles y tablets.

Una vez llevada a cabo la distribución del cuestionario se procederá al análisis de resultados y a la discusión de estos. En esta etapa se exportará la matriz de los datos a SPSS para su análisis.

MEDIOS Y RECURSOS MATERIALES DISPONIBLES

Esta tesis doctoral es el resultado de la necesidad de conocer cómo afecta y qué motivaciones tienen detrás los estudiantes universitarios para jugar a videojuegos en teléfonos móviles y tabletas.

Los medios y recursos que se utilizarán serán los propios para realizar un barrido apropiado para realizar una búsqueda sistemática en las diferentes fuentes bibliográficas para conocer el estado de la cuestión y poder tener un correcto cuestionario validado previamente.

Así mismo, el trabajo presente en este plan de investigación se desarrollará en el programa de Doctorado: Formación en la Sociedad del Conocimiento (García-Peñalvo, 2014, 2019; García-Peñalvo et al., 2019a), siendo su portal, accesible desde <http://knowledgesociety.usal.es>, la principal herramienta de comunicación y visibilidad de los avances (García-Holgado et al., 2015; García-Peñalvo et al., 2019b). En él se irán incorporando todas las publicaciones, estancias y asistencias a congresos durante el transcurso del trabajo, para un seguimiento pormenorizado del proceso hasta la defensa de la tesis doctoral.

REFERENCIAS

- Alonqueo Boudon, P., & Rehbein Felmer, L. (2008). Usuarios habituales de videojuegos: una aproximación inicial. *Última década*, 16(29), 11-27.
- Bányai, F., Griffiths, M. D., Király, O., & Demetrovics, Z. (2019). The psychology of esports: A systematic literature review. *Journal of gambling studies*, 35(2), 351- 365.
- Barrio Fernández, Á. D. (2014). Los adolescentes y el uso de los teléfonos móviles y de videojuegos. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*.
- Bowman, Nicholas & Weber, Rene & Tamborini, Ron & Sherry, John. (2013). Facilitating Game Play: How Others Affect Performance at and Enjoyment of Video Games. *Media Psychology*. Carrera, Beatriz, & Mazzarella, Clemen (2001). Vygotsky: enfoque sociocultural . *Educere*, 5(13),41-44. [fecha de Consulta 30 de Mayo de 2020]. ISSN: 1316-4910. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=356/35601309>
- Carretero, Y. A. (2011). Desarmando el poder antisocial de los videojuegos. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado (REIFOP)*, 97.
- Dalisay, F., Kushin, M. J., Yamamoto, M., Liu, Y. I., & Skalski, P. (2015). Motivations for game play and the social capital and civic potential of video games. *New Media & Society*, 17(9), 1399-1417.
- García-Holgado, A., García-Peñalvo, F. J., & Rodríguez-Conde, M. J. (2015). Definition of a technological ecosystem for scientific knowledge management in a PhD Programme. In G. R. Alves & M. C. Felgueiras (Eds.), *Proceedings of the Third International Conference on Technological Ecosystems for Enhancing Multiculturality (TEEM'15)* (Porto, Portugal, October 7-9, 2015) (pp. 695-700). New York, NY, USA: ACM.
- García-Peñalvo, F. J. (2014). Formación en la sociedad del conocimiento, un programa de doctorado con una perspectiva interdisciplinar. *Education in the Knowledge Society*, 15(1), 4-9.
- García-Peñalvo, F. J. (2019). Programa de Doctorado Formación en la Sociedad del Conocimiento. Kick-off de la Edición 2019-2020. Seminarios del Programa de Doctorado en Formación en la Sociedad del Conocimiento (21 de octubre de 2019), Salamanca, España. <https://bit.ly/33kfJzl>
- García-Peñalvo, F. J., García-Holgado, A., & Ramírez-Montoya, M. S. (2019a). Track 16: TEEM 2019 Doctoral Consortium. In M. Á. Conde-González, F. J. Rodríguez-Sedano, C. Fernández-Llamas, & F. J. García-Peñalvo (Eds.), *TEEM'19 Proceedings of the Seventh International Conference on Technological Ecosystems for Enhancing Multiculturality* (Leon, Spain, October 16th-18th, 2019) (pp. 920-924). New York, NY, USA: ACM.
- García-Peñalvo, F. J., Rodríguez-Conde, M. J., Verdugo-Castro, S., & García-Holgado, A. (2019b). Portal del Programa de Doctorado Formación en la Sociedad del Conocimiento. Reconocida con el I Premio de Buena Práctica en Calidad en la modalidad de Gestión. In A. Durán Ayago, N. Franco Pardo, & C. Frade Martínez (Eds.), *Buenas Prácticas en Calidad de la Universidad de Salamanca: Recopilación de las I Jornadas. REPOSITORIO DE BUENAS PRÁCTICAS* (Recibidas desde marzo a septiembre de 2019) (pp. 39-40). Salamanca, España: Ediciones Universidad de Salamanca.
- González-Vázquez, A., & Igartua, J. J. (2018). ¿Por qué los adolescentes juegan videojuegos? Propuesta de una escala de motivos para jugar videojuegos a partir de la teoría de usos y gratificaciones. *Cuadernos. info*, (42), 135-146.
- Granic, I., Lobel, A., & Engels, R. C. (2014). The benefits of playing video games. *American psychologist*, 69(1), 66.
- Greenberg, Bradley & Sherry, John & Lachlan, Kenneth & Lucas, Kristen & Holmstrom, Amanda. (2010). Orientations to Video Games Among Gender and Age Groups. *Simulation & Gaming - Simulat Gaming*.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The public opinion quarterly*, 37(4), 509-523.
- Jansz, J., Avis, C., & Vosmeer, M. (2010). Playing The Sims2: An exploration of gender differences in players' motivations and patterns of play. *New Media & Society*, 12(2), 235-251.
- Lee, J., Lee, M., & Choi, I. H. (2012). Social network games uncovered: Motivations and their attitudinal and behavioral outcomes. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(12), 643-648.
- Lucci, M. A. (2006). La propuesta de Vygotsky: la psicología socio-histórica. *Profesorado: Revista de curriculum y formación del profesorado*, 10(2), 10.
- Mendoza, P. A. A., Ramos, Y. L. M., Ortiz, Ó. E. C., & Jaramillo, J. M. (2010). Comprensión del significado desde Vygotsky, Bruner y Gergen. *Diversitas*, 6(1), 37-49.
- Muros Ruiz, B., Aragón Carretero, Y., & Bustos Jiménez, A. (2013). La ocupación del tiempo libre de jóvenes en el uso de videojuegos y redes.
- Porter, G., Starcevic, V., Berle, D., & Fenech, P. (2010). Recognizing problem video game use. *Australian and New Zealand Journal of Psychiatry*, 44(2), 120-128.
- Przybylski, A. K., Ryan, R. M., & Rigby, C. S. (2009). The motivating role of violence in video games. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 35(2), 243-259.
- Reinecke, L. (2009). Games and recovery: The use of video and computer games to recuperate from stress and strain. *Journal of Media Psychology*, 21(3), 126-142.
- Ruggiero, T. E. (2000). Uses and gratifications theory in the 21st century. *Mass communication & society*, 3(1), 3-37.
- Selnow, G. W. (1984). Playing videogames: The electronic friend. *Journal of Communication*.
- Sjöblom, M., & Hamari, J. (2017). Why do people watch others play video games? An empirical study on the motivations of Twitch users. *Computers in Human Behavior*, 75, 985-996.
- Sherry, J. L., Lucas, K., Greenberg, B. S., & Lachlan, K. (2006). Video game uses and gratifications as predictors of use and game preference. *Playing video games: Motives, responses, and consequences*, 24(1), 213-224.
- Vorderer, P., & Bryant, J. (2012). *Playing video games: Motives, responses, and consequences*. Routledge.
- Wei, R. (2008). Motivations for using the mobile phone for mass communications and entertainment. *Telematics and Informatics*, 25(1), 36-46.