

Empresas

TECNOLOGAS-VIDEOJUEGOS

Suscribete

Un vídeo-juego para pensar, supera las ventas de los clásicos del fútbol

24-06-2007

Ana Gamazo

Madrid, 24 jun (EFE).- Un vídeo-juego para ejercitar el cerebro se mantiene en cabeza de los más vendidos en los últimos meses, por encima de los clásicos del fútbol, al haber conseguido que un público que nunca se había acercado a este mercado comience a jugar.

La industria del vídeo-juego trabaja en los últimos años para hacer crecer el mercado con nuevos productos que ofrecen nuevos modos de jugar a personas que nunca se han sentido atraídos por el mundo de los llamados "jugones".

El líder de las consolas portátiles, Nintendo, ha rizado el rizo con un producto que cuya publicidad se ha dirigido a las personas mayores, a través de la actriz Amparo Baró, pero que es utilizado por todo tipo de personas, con una media de edad de 33 años y que desde Navidad ocupa el primer lugar de la lista de los vídeo-juegos más vendidos.

El Brain Training fue desarrollado por el profesor Kawashima con el objetivo de conseguir que se mantenga la agilidad mental mediante ejercicios. El reconocimiento de la voz y la escritura como parte del juego, hace que personas que no saben manejar los mandos de una consola utilicen este sistema sin dificultad.

El juego permite al usuario ver el avance progresivo día a día mediante un entrenamiento de unos 15 minutos, y para evitar el efecto "enganche", el juego sólo registra los resultados de una prueba al día.

Ahora se ha presentado la segunda versión del juego en un acto en el que el profesor Marcelino Cabrera, del Grupo de Investigación, Desarrollo y Evolución del Software de la [Universidad de Granada](#), presentó un estudio sobre los efectos de su uso que confirma que este tipo de entrenamiento ayuda a la agilidad mental.

Explicó que en el estudio han participado estudiantes de ingeniería que habitualmente utilizan la calculadora para realizar sus ejercicios y que, por lo tanto, están poco habituados a hacer de memoria cálculos matemáticos y que tras este entrenamiento utilizan menos la calculadora.

La nueva versión tiene una importante novedad que tiene especial interés para los jóvenes, ya que permite jugar en grupo con un sólo software, lo que plantea retos.

Ahora, junto al clásico "piedra, papel o tijera", está una prueba para recordar las notas musicales y los clásicos sodokus.

De la primera versión se han vendido 500.000 unidades para la Nintendo DS que registra ya unas ventas de millón y medio de unidades.

El 60 por ciento de los usuarios del juego tienen más de 30 años y la mitad son mujeres, lo que constituye otra novedad.

Ahora Nintendo prepara una versión de este juego para su consola de sobremesa Wii.

El Brain Training forma parte de una serie de juegos destinados a "otro tipo de público" entre los que hay uno para aprender inglés, con distintos niveles, los Nintendogs y ahora se prepara uno para aprender a cocinar. EFE

Suscribete

vocento

PORTALES TEMÁTICOS

· [Estrenos: cine](#) · [Series TV](#) · [Hoy Mujer](#) · [Coches: revista](#) · [Coches nuevos](#) · [Coches ocasión](#) · [Pisos Sacacasa.com](#)
· [Anuncios clasificados](#)

© 2007 Vocento - hoyInversión