

Jóvenes y videojuegos

*Espacio,
significación
y conflictos*

> Elena Rodríguez (coordinadora)



FUNDACIÓN DE AYUDA
CONTRA LA DROGADICCIÓN



MINISTERIO
DE TRABAJO
Y ASUNTOS SOCIALES

injuve

1. MÁS ALLÁ DE LA TECNOLOGÍA: EL JUEGO COMO ACTIVIDAD DE OCIO

Todo el mundo puede tener una idea aproximada de lo que queremos expresar cuando decimos que alguien *juega* con videojuegos. No obstante, antes de adentrarnos en el análisis de esta actividad lúdica, conviene dedicar un espacio a conocer el sentido y significado que se esconde detrás del concepto de juego.

Desde la antigüedad, donde se hallan ejemplos concretos de esta preocupación por el estudio del juego¹ (Gorris, 1977), hasta nuestros días, filósofos, antropólogos, sociólogos, historiadores, psicólogos, pedagogos, etc. han prestado una atención específica al juego al tiempo que han desarrollado sus propias teorías interpretativas sobre el mismo y, especialmente, sobre sus potencialidades. Si bien existen interesantes trabajos de revisión y síntesis de estas teorías y sus aportaciones² nuestro interés al revisar las principales aportaciones teóricas sobre el juego se ha centrado, fundamentalmente, en tratar de descubrir en la actividad de juego aquellos rasgos o características que la diferencian de otras actividades. Lo que perseguimos es explicar a qué nos estamos refiriendo cuando decimos que los jóvenes *juegan* con videojuegos.

Como señala Borja al inicio de una de sus obras (Borja, 1980), “el juego, al igual que el lenguaje, es una constante antropológica que encontramos en todas las civilizaciones y en todas las etapas de cada civilización”. Son muchos los ejemplos de personas jugando que se han ido recogiendo entre los restos arqueológicos, pinturas, escritos etc. y que constatan la importancia del juego en la humanidad. Resulta casi imposible determinar en qué momento exacto nació el juego, pero dadas las evidencias de la práctica de juegos existentes, nadie duda en afirmar que el juego fue anterior al juguete, es decir, al objeto/instrumento utilizado para jugar. Es probable que los primeros juegos fueran de carácter competitivo, como pruebas de fuerza o habilidad, luchas, etc. posiblemente enfrentamientos durante la caza con la recompensa de obtener la pieza (López Oneto y Ortega, 1982).

Además de su constancia histórica, el juego también se manifiesta a lo largo de las distintas etapas vitales de la persona, hecho que confirma la idea de que “a todas las personas, tengan la edad que tengan, les gusta jugar” (Martín et al., 1995) y, por consiguiente, añadiríamos, juegan. El juego, además de haber sido ampliamente estudiado por el papel fundamental que representa en el desarrollo del niño, cumple funciones diferentes y adquiere significados diversos para cada persona según el período evolutivo en el que se halle.

¹J.M. Gorris hace referencia a las obras de Platón y Aristóteles donde se reconoce el valor práctico del juego en la educación del niño (Gorris, 1977, 9).

²Al respecto pueden consultarse, entre otras, las obras de Gorris (1977) Elkonin (1980), López Rodríguez (1988), Cañeque (1991) o López Matallana (1993).

No es de extrañar, entonces, que buscando en diccionarios y enciclopedias hallemos una enorme variedad de acepciones y definiciones para la palabra 'juego'. Sin embargo tal diversidad no impide que todo el mundo sea capaz de reconocer un juego cuando lo ve o practica. Parece evidente que jugar es algo distinto a todo lo demás. La cuestión estriba, pues, en conocer cuáles son los rasgos que nos permiten identificar y diferenciar esta actividad.

Entre la multitud de definiciones existentes sobre el término destacan las propuestas de Huizinga y Caillois. El primero de ellos³, autor de la conocida obra *Homo Ludens* publicada por primera vez en el año 1938, ha sido un referente constante para los estudiosos del tema. Caillois⁴, cuya obra *Los juegos y los hombres. La máscara y el vértigo* data de 1958, parte de los planteamientos sobre el juego defendidos por Huizinga y desarrolla su propia concepción del juego. En cualquier caso, más que en las definiciones, la consistencia de las aportaciones de ambos autores, sobre todo del segundo de ellos, se halla en la identificación y descripción de las características de esta actividad.

En las aportaciones de ambos autores encontramos una serie de cualidades del juego, que lo caracterizan y diferencian del resto de actividades. Se trata básicamente de lo que se ha denominado una concepción del juego como *cualidad intrínsecamente motivada* (Haywood et al, 1993). Sin embargo, existen otras características del juego que no podemos obviar y que se hallan, no tanto en las cualidades de la actividad sino en las consecuencias de su práctica, en sus potencialidades; en definitiva, en su *funcionalidad extrínsecamente motivada*.

Esta última distinción nos parece fundamental puesto que nos permitirá definir las características del juego desde dos perspectivas diferenciadas y complementarias: sus cualidades intrínsecas y las funciones que cumple para el individuo y la sociedad en general.

Empezando por las primeras, por sus cualidades intrínsecas, el juego viene caracterizado por una serie aspectos básicos:

³ Huizinga define el juego como "una acción u ocupación libre, que se desarrolla dentro de unos límites temporales y espaciales determinados, según reglas absolutamente obligatorias, aunque libremente aceptadas, acción que tiene su fin en sí misma y va acompañada de un sentimiento de tensión y alegría y de la conciencia de "ser de otro modo" que en la vida corriente. Definido de esta suerte, el concepto parece adecuado para comprender todo lo que denominamos juego en los animales, en los niños y en los adultos: juegos de fuerza, juegos de cálculo y de azar, exhibiciones y representaciones" (Huizinga, 1996).

⁴ Para Callois el juego es "esencialmente una ocupación separada, cuidadosamente aislada del resto de la existencia y realizada por lo general dentro de los límites precisos de tiempo y de lugar" (Caillois, 1986).

El juego es una actividad libre

El juego es acción, como también lo son el trabajo y otras muchas actividades. Pero, además, es una acción autoelegida y realizada libremente (Franch y Martinell, 1994). Implica, necesariamente, que la persona acceda a él de forma voluntaria del mismo modo que también voluntariamente pueda abandonarlo. El hecho de que quien juega lo hace con libertad constituye en esencia la primera cualidad que permite diferenciar a esta actividad de muchas otras obligaciones a las que estamos sometidos en la vida diaria.

El juego es autotélico

El carácter voluntario y libre del juego nos conduce directamente a otra de sus características fundamentales: la finalidad del juego está en sí mismo (Huizinga, 1996). Es el proceso del propio juego y no el producto final lo que verdaderamente interesa. "... Cuando una persona juega (de forma libre, voluntaria y espontánea), no persigue ninguna finalidad particular. Sólo desea jugar ..." (López Matallana, 1993).

Caillois, por su parte, define el juego como una actividad improductiva, esencialmente estéril, que no crea bienes ni riqueza. Su desarrollo es incierto, no puede determinarse, al igual que su resultado tampoco puede fijarse previamente puesto que es el propio jugador quien libremente inventa. Es esta incertidumbre, la que al mismo tiempo mantiene viva la necesidad de seguir jugando y provoca la improductividad de la actividad lúdica.

En definitiva, el juego es una actividad carente de un fin en sí misma (Hetzer, 1978) aunque presente potencialidades ampliamente explotadas para la consecución de ciertas finalidades, en su gran mayoría educativas. Pero tales fines no se hallan en la actividad lúdica en sí, sino fuera de ella, por lo que el jugador no tiene porqué compartírselos necesariamente. El juego existirá si quien lo practica lo hace libremente y sin finalidad extrínseca, siendo otra cuestión si alguien externo al juego aprovecha el potencial de esta actividad lúdica para la consecución de determinados objetivos. En palabras de De Garay (1994, 157): "El placer de un juego se termina en sí mismo. Se puede volver a jugar. Se puede jugar a otro juego. Pero un juego se agota en sí mismo. Un juego no es medio para otra cosa, sino que es un fin acabado".

El juego es una actividad placentera

El juego, tal y como dice Borja, está unido a la risa, el humor, la diversión... y el placer es esencial en él. Se afirma que es una de las fuentes de placer con que cuenta el ser humano puesto que su práctica siempre se acompaña de una sensación de satisfacción.

Es necesario puntualizar que al hablar de esta sensación de satisfacción, nos estamos refiriendo a la sensación de placer como resultado de la actividad lúdica en sí misma. Recordemos que una de las características definitorias del juego era su carácter autotélico, su falta de finalidad extrínseca por lo que la

sensación de satisfacción no se corresponde con la sensación de fracaso o éxito en el sentido de alcanzar algún objetivo determinado. Aunque dentro del juego no todo sea felicidad, éste debe ser autoelegido o aceptado con suficiente grado de libertad para resultar placentero (Ortega Ruiz, 1992).

Esta sensación de placer que caracteriza al juego, en términos generales, se traduce en risa, humor, diversión, disfrute y entretenimiento. Aun siendo conscientes de la multitud y variedad de motivaciones personales que pueden llevarnos a jugar, es muy probable que una de las principales razones común a todos nosotros sea el hecho de divertirnos. Por ello, cuando alguien siente la insatisfacción en el juego (por ejemplo, al haber perdido) no podemos decir que esté jugando en el pleno sentido de la palabra; para esta persona la actividad lúdica tiene un objetivo concreto, distinto de la actividad lúdica, que no está siendo satisfecho y le impide disfrutar plenamente del juego en sí (López Matallana, 1993).

El juego es una actividad ficticia

Al decir que el juego es una actividad ficticia estamos apuntando a su poder de evasión temporal. En el juego los participantes tienen una “conciencia específica de realidad secundaria o de franca irrealidad en comparación con la vida corriente” (Caillois, 1986).

Tal como indica Huizinga el juego es algo distinto a la vida corriente; de hecho supone siempre un escape de ella hacia una realidad —la realidad del juego— que es particular de cada uno y totalmente ajena a la esfera de lo real.

En la situación de juego podemos encontrar realidades materiales y sociales, tales como los materiales del juego o los participantes. Pero el juego no es posible sin el hecho simbólico, sin el hecho imaginario, sin la transformación de la realidad inmediata con la que —o sobre la que— se juega (Franch y Martinell, 1994),.

El juego es una actividad limitada en el tiempo y el espacio

El juego, en tanto acción que se consume en sí misma, presenta una estructura: comienza, se desarrolla y, en un momento determinado, se acaba. Se trata de una acción circunscrita en unos límites de espacio y tiempo precisos. Esta delimitación temporal y espacial, también destacada por Huizinga, lleva a Caillois a hablar del juego como una actividad *separada*.

El juego está regulado por unas reglas o normas

El hecho de que el juego tienda a elaborar sus propias normas (Haywood et al., 1993) es otra de sus características esenciales. Esta idea de regulación del juego es apuntada también por Huizinga y Caillois, quienes entienden que cada juego, en el seno de su propia realidad, cuenta con sus leyes y normas específicas que deben ser aceptadas o consensuadas libremente por todos y cada uno de los jugadores, puesto que si no se cumplen el juego se acaba.

- El juego es una actividad global

Finalmente pensamos que otra cualidad específica del juego se halla en la experiencia global que éste representa para la persona. Entre los distintos autores que se ocupan del tema existe consenso a la hora de entender que “la riqueza del juego se convierte en riqueza real (...) en la medida en que se lo preserva como totalidad y que no se quieren aislar los elementos puntuales” (Franch y Martinell, 1994).

Todas y cada una de las características enunciadas anteriormente aparecen asociadas entre sí. Es difícil desligar, por ejemplo, la libertad del juego de la sensación de placer, puesto que el juego debe entenderse como una experiencia global donde todos los elementos materiales, temporales, espaciales y personales están interrelacionados entre sí. Pero lo más importante del carácter globalizador del juego es la actitud de los participantes en su práctica. Es esta actitud lo que verdaderamente da sentido a la actividad transformándola en juego; de esta forma las actividades adquirirán o no el

sentido pleno del juego en función de la actitud del jugador (libre, voluntaria, placentera, sin objetivos extrínsecos, etc.) en el momento de su realización, en definitiva, en función de la forma en que el jugador viva la experiencia del juego.

Por otro lado, cualquier aproximación al concepto de juego, aunque sea breve y genérica, no puede ni debe obviar hacer mención de los potenciales que la propia actividad lúdica encierra. No olvidemos que muchas de las teorías existentes han optado por explicar el juego basándose en su funcionalidad, es decir, en lo que subyace —tanto a nivel individual como social— tras la experiencia inmediata del juego.

Haywood et al. (1993) y Franch y Martinell (1994) ofrecen una buena síntesis de las potencialidades que subyacen en el juego. Éstas afectan a cuatro dimensiones fundamentales del individuo: la dimensión motora, la intelectual, la afectiva y la social.

El juego en el desarrollo motor

El juego como acción o actividad contribuye directamente al desarrollo del individuo en todos sus sentidos. En el desarrollo motor, el juego implica a menudo movimiento y ejercicio físico, por lo que estimula, entre otras cosas, la precisión gestual, la coordinación de movimientos o el aumento de la fuerza y de la velocidad.

El juego en el desarrollo intelectual

El juego, además de movimiento, implica también comprender el funcionamiento de las cosas, solucionar situaciones, elaborar estrategias de actuación, etc. El juego, por tanto, también cumple una función esencial en el campo intelectual. Función que ha sido ampliamente aprovechada por el sector educativo que, percatándose de sus importantes beneficios, ha hecho uso del juego como medio didáctico.

El juego en el desarrollo afectivo

Decíamos que el juego es una actividad libre y placentera, con un importante poder de evasión temporal. Esta ficción característica, esta posibilidad de actuar “como si”, otorga al juego un papel fundamental en el desarrollo afectivo de la persona. El juego en su propia realidad imaginaria y a través de la repetición de situaciones, estimula la comprensión y maduración de experiencias de la vida, implica confianza e incide en otros ámbitos del desarrollo afectivo.

El juego en el desarrollo social

El juego es entendido también como una forma de relación. Podríamos matizar las palabras de Caillois y otros autores cuando afirman que el juego es una actividad improductiva —puesto que no produce ningún tipo de bienes materiales— y decir que el juego contiene una elevada productividad relacional. Esta estrecha asociación entre el juego y la relación social queda patente, por ejemplo, desde el momento en que describimos el juego como una actividad

reglamentada, consensuada por los propios participantes que son quienes establecen lo que es o no posible, lo que cada uno debe hacer, etc.

El juego, además, desde su dimensión socializadora, implica también un aprendizaje de la vida social. Su capacidad de generación simbólica de roles le convierte en un eficaz agente de transmisión de los valores y actitudes dominantes en nuestra sociedad; le convierte, en definitiva, en una actividad de carácter marcadamente cultural. En otras palabras "Los juegos son situaciones inventadas que permiten la participación de mucha gente en algún patrón significativo de su propia vida corporativa" (McLuhan, 1996).

No obstante lo anterior, por la propia naturaleza del trabajo que presentamos, utilizaremos el concepto de juego prestando más atención a sus cualidades intrínsecas que a las funciones extrínsecas que se acaban de exponer.

2. LOS VIDEOJUEGOS COMO FENÓMENO SOCIAL

Los videojuegos constituyen un término popular que se inserta en el proceso de desarrollo tecnológico que experimenta nuestra sociedad. Como tales videojuegos se introdujeron por primera vez en los Estados Unidos a principios de los años 70, con un éxito sin precedentes en los salones recreativos hasta entonces ocupados por máquinas tragaperras y *pinballs* (máquinas de juego conocidas en España como los *flipers*).

La primera producción de videojuegos surgió a principios de la década de los setenta de las manos de Nolan Bushnell creador de la empresa *Atari*. Conocido como *Pong-Pong*, se trataba de un juego sencillo de tenis de mesa, compuesto por dos barras que simulaban las raquetas y un cursor que, moviéndose, atravesaba la pantalla apareció en un principio en una máquina que funcionaba con monedas de la que, en menos de un año, se vendieron aproximadamente 6000 unidades en EE UU. De forma paralela a la aparición de *Pong-Pong*, la compañía *Magnavox* comercializó un videojuego conocido como *Odyssey* que, en lugar de jugarse mediante máquinas de funcionamiento con monedas, podía utilizarse a través de las televisiones domésticas (por medio de una unidad de control acoplada al aparato de televisión, que permitía jugar a distintos juegos insertando una tarjeta de programación).

En poco tiempo, tras la aparición de los primeros videojuegos señalados, se introdujeron mejoras considerables en los mismos y así, en 1975, *Atari* entró en el mercado del video doméstico con una versión de *Pong* que ofrecía múltiples novedades: efectos sonoros para cada error, logro o rebote, un marcador digital automático en la pantalla... etc. A partir de 1976, unas veinte compañías diferentes empezaron a dedicarse a la producción de videojuegos domésticos (Jones, 1984). A los primeros juegos (*Pong* y *Odyssey*) les siguieron otros como *Space Invaders* creado en 1979, probablemente el videojuego que ha conocido más versiones y adaptaciones, desde los modelos para ordenadores personales hasta los pensados para todo tipo de consolas (Estallo, 1995). Más tarde llegaron *Missile Comand*, *Asteroids* y *PacMan*, popularizados en España como el "comecocos" (Egli, 1984; Meyers, 1984; Crespi, 1983, Goldstein, 1993).

La popularidad del término y el consecuente uso del mismo contrastan con la falta de especificidad cuando se realiza una revisión de la literatura existente. Si bien se hallan numerosas investigaciones sobre distintos aspectos de los videojuegos, pocos son los autores que realizan una clarificación previa sobre el término, probablemente porque, en la mayoría de casos, su significado se da por supuesto.

Sin embargo, llegar a un consenso sobre este significado no es una tarea fácil. En primer lugar, porque a menudo el concepto de videojuego es utilizado de forma indistinta para hacer referencia tanto a su componente tecnológico como al tipo de juego. En otras palabras, el videojuego designa tanto al *hardware*

como al *software*.⁵ Junto a ello y en segundo lugar, porque la proliferación de innovaciones tecnológicas ha diversificado mucho el mercado y así nos hallamos ante multitud de posibilidades (consolas domésticas, máquinas recreativas, ordenadores personales...) que presentan sus propias ofertas diversificadas en el mercado de los videojuegos. En definitiva se trata de uno de los productos más notorios de la tecnología avanzada del micro-ordenador (Lin y Lepper, 1987). Así no es difícil imaginar que la mayoría de las investigaciones que se sitúan en torno a la década de los 80, cuando utilizan el concepto de videojuego, le atribuyen un significado —ya sea referido al *hardware* o al *software*— muy distinto al que puedan atribuirle aquellas investigaciones que se han desarrollado a lo largo de los últimos años.

Los videojuegos constituyen una de las actividades de ocio o entretenimiento más populares de nuestros días. Además, su campo de actuación, desde la segunda mitad de la década 80, se ha ampliado y ha sobrepasado la frontera del entretenimiento abriendo posibilidades de uso en el ámbito educativo.

Hoy en día, limitar el concepto de videojuego a una actividad exclusivamente lúdica supone obviar las potencialidades instructivas o educativas del videojuego, estudiadas a partir de numerosas investigaciones. Por otra parte implica dejar a un lado todo un conjunto de videojuegos de gran componente didáctico que, partiendo de la combinación de la función lúdica y la pedagógica, cuentan con una gran difusión en el mercado actual de videojuegos (Estallo, 1995).

Sin embargo, remitiéndonos a lo comentado sobre las características propias del juego, no debemos olvidar que estos videojuegos didácticos pueden llegar a perder el sentido propio del juego desde el momento en que quien los utilice lo haga con el objetivo de aprender y no por el simple hecho de jugar. La presente investigación hará referencia a los videojuegos entendidos como forma de juego y actividad de ocio, dejando a un lado a aquellos otros específicamente diseñados para ser utilizados como medio didáctico.

Los videojuegos, como indica Provenzo (1991) son algo más que un producto informático. También son un negocio, para quienes los manufacturan y los venden, y una empresa comercial sujeta, como todas, a las fluctuaciones del mercado. De igual forma pueden definirse como un instrumento de información, que cumple importantes funciones hegemónicas en la perpetuación de muchos estereotipos o como un campo de investigación en el que el investigador puede plantear cuestiones relacionadas con el sentido de nuestra propia cultura. Esta definición ampliada de los videojuegos, a partir de

⁵Este doble significado del término no aparece tan acentuado cuando el *hardware* utilizado es el ordenador personal, pero alcanza un elevado grado de confusión en el caso de las consolas domésticas y portátiles. Éstas a menudo son denominadas también videojuegos. Probablemente esto se deba a que en el caso del ordenador personal existen otras múltiples funciones además de la de servir de soporte técnico para jugar con videojuegos, cosa que no ocurre con las consolas, específicamente diseñadas para jugar con videojuegos.

la suma de los distintos elementos que rodean a este concepto, confirma el hecho de que el videojuego puede ser entendido como un fenómeno social.

A efectos operativos, en función de los objetivos del presente trabajo y teniendo en cuenta las dificultades que conlleva hallar una definición comprensiva e inequívoca del término, entenderemos por videojuego todo juego electrónico con objetivos esencialmente lúdicos que, sirviéndose de la tecnología informática, se presente en distintos soportes (fundamentalmente consolas y ordenadores personales). Haremos uso del término para designar todo el *software* específicamente diseñado para jugar, independientemente de que el soporte (o *hardware*) que se utilice sean máquinas de los salones recreativos, consolas portátiles, consolas domésticas u ordenadores personales.

Con la intención de hacer aún más operativa nuestra manera de entender este concepto, a lo largo del trabajo recurriremos al vocablo videojuego para denominar a los juegos exclusivamente lúdicos, como a aquéllos que pueden presentar amplias potencialidades didácticas o educativas, siempre y cuando sigan manteniendo su componente lúdico como aspecto esencial (p.e. la mayoría de juegos de simulación).

De esta forma, excluimos aquellos programas educativos que, a pesar de contar con una presentación dinámica, motivadora y atractiva para sus usuarios (sonidos digitalizados, efectos visuales y sonoros especiales, elevados grados de interacción, etc.) priorizan sus objetivos didácticos, dejando para lo lúdico, si existe, el desempeño de un papel secundario.

3. TIPOS DE VIDEOJUEGOS Y PROPUESTAS DE CLASIFICACIÓN

Una consecuencia más de la diversidad que caracteriza el fenómeno de los videojuegos es la dificultad para cualquier intento de clasificación. De hecho los criterios que se siguen son diversos: según el *hardware* que utilizan; según los contenidos del juego; según los destinatarios a los que van dirigidos; etc.

Inicialmente pueden establecerse dos grandes tipologías de clasificación: la que parte del tipo de *hardware* que el videojuego hace servir, y la que parte de las características del propio juego (temática, tipo de juego, destrezas que implica, etc).

La primera tipología no presenta ningún problema a la hora de crear una clasificación. Únicamente la gran rapidez con la que varían los productos hace que cualquier intento de clasificación pueda quedar desfasado en un margen de tiempo relativamente pequeño y la necesidad de actualización sea constante. Nawrocki y Winner (1983) ya señalaron que los videojuegos, en función del *hardware* a través del cual son distribuidos o presentados, pueden clasificarse en cuatro tipos: máquinas de salones recreativos, ordenadores personales, consolas domésticas y consolas portátiles. Esta clasificación puede mantenerse en el momento actual, si bien se da una diversificación de tipologías importante, sobre todo en el caso de las consolas domésticas y de los ordenadores personales. Sin olvidar los comienzos de la introducción de nuevas tecnologías como la realidad virtual y las potencialidades de las denominadas "autopista de la información", las cuatro categorías citadas sirven para clarificar los videojuegos en función del *hardware* de que hacen uso. Dentro de esta misma tipología, en un segundo nivel de clasificación, a la hora de diferenciar clases de consolas, el criterio utilizado es la capacidad de procesamiento de la información que tiene la máquina, es decir, el número de *bits* de la consola. Así, después del surgimiento de un primer tipo de consolas conocidas popularmente como consolas portátiles, los diseñadores de consolas han ido ampliando el potencial y las posibilidades de estas máquinas, desde los 8 bits hasta las plataformas multimedia que es como se conocen las consolas de 32 bits, culminando con la reciente creación de consolas de 64 bits. En este desarrollo progresivo, a partir de la aparición de las máquinas de 32 bits se empezó a hablar de consolas de "nueva generación". La realidad es que el mercado ha evolucionado de forma muy rápida y las consolas actuales poco tienen que ver con las primeras máquinas aparecidas en los 80.

A la hora de clasificar los videojuegos a partir de los tipos de juegos que pueden hallarse, aparecen infinidad de categorizaciones. A pesar de que el criterio central es el tipo de juego, las categorías que se establecen parten de aspectos tan diversos como la temática, el grado de interacción, las habilidades y destrezas necesarias para su uso, etc. Repasaremos algunas de las propuestas más interesantes.

Brusa, en su tesis doctoral acerca de los efectos del uso de videojuegos sobre la conducta social de los niños, hace referencia a la clasificación de los videojuegos realizada por Bloom⁶: juegos de laberinto (en los que el jugador guía al personaje del juego a través de laberintos, en los que la dificultad de juego aumenta progresivamente); juegos de escalada (en los que el personaje del juego escala hacia la parte superior de la pantalla, intentando evitar o destruir todo aquello que se interpone en su camino); juegos de invasores del espacio (en los que un enemigo desciende de la parte superior de la pantalla mientras el protagonista del juego se mueve de lado a lado, en la parte inferior de la misma, e intenta destruir a los invasores antes de que lo alcancen).

Goldstein hace servir la clasificación de Crawford (1984), diseñadora de juegos de ordenador, quien divide los videojuegos en tres grandes categorías a partir del tipo de destrezas implicadas: juegos de acción y destreza; juegos de estrategia; juegos cognitivos. Según esta diseñadora, los juegos de acción y destreza son aquéllos que fundamentalmente enfatizan destrezas perceptivas y motoras y suelen hallarse en los salones recreativos; los juegos de estrategia se centran en la solución de problemas e incluyen los juegos de aventura y los juegos de rol, pudiéndose hallar en sistemas domésticos y portátiles; finalmente, los juegos cognitivos no aparecen descritos en la revisión de Goldstein consultada.

Meggs (1992) establece cinco categorías de videojuegos en función del tipo de juego: juegos de acción/aventura (en ellos los personajes recorren distintos escenarios o entornos y vencen a enemigos o superan circunstancias difíciles); juegos de acción/arcade (ponen en práctica distintas habilidades para destruir o defenderse de invasores espaciales u otro tipo de atacadores); juegos de simulación (réplicas de actividades tales como la conducción de un coche de carreras); juegos de deportes; juegos de estrategia (incluyen desde el juego del ajedrez a juegos orientados a la solución de crímenes misteriosos, o incluso el juego de los negocios de bolsa).

La pediatra estadounidense Funk, partiendo de la temática de los juegos y no del tipo de videojuego como hiciera Meggs, establece otras cinco categorías (Funk, 1993a): juegos de deportes (cuya acción central se refiere a cualquier tipo de deporte, incluyendo las carreras y la lucha); juegos de diversión general (cuyo objetivo principal es vencer a la máquina, sin que aparezca una historia concreta y sin que la lucha o la destrucción sean aspectos prioritarios); juegos educativos (tienen como finalidad aprender alguna información nueva o descubrir otras formas de utilizar esa información);. juegos de violencia fantástica (presentan una acción principal en la que un ser fantástico debe luchar, destruir o evitar ser matado mientras intenta alcanzar un objetivo); juegos de violencia humana (presentan la misma estructura que los anteriores pero el protagonista de la historia es un ser humano).

⁶Bloom, S. (1982). *Video invaders*, New York: Arco Publishing. Citado por Brusa, 1987.

Martín y colaboradores, en su trabajo sobre actividades lúdicas para jóvenes, dedican un apartado específico a los videojuegos, centrándose fundamentalmente en los juegos de ordenador. Estos autores, a partir de las características generales del desarrollo del juego, clasifican los videojuegos en siete tipos distintos (Martín et al., 1995):

- (a) Arcade. Son los juegos de ordenador más tradicionales. En ellos el jugador a través de un personaje debe superar una serie de obstáculos de creciente dificultad, matar a los enemigos que le atacarán y coger una serie de objetos que le serán útiles en el transcurso del juego. Dentro de esta categoría, los autores citan otras variantes que no cuentan con un componente violento tan manifiesto. Es el caso de los simuladores deportivos y, especialmente, los juegos de lucha o los juegos de construcción, en los que se deben ir encajando distintas piezas para ir formando figuras determinadas a gran velocidad y con una dificultad que aumenta progresivamente.
- (b) Aventura. Parten de la idea de conseguir un objetivo determinado en un ambiente de aventura y peligro en el que el jugador deberá superar dificultades, resolver problemas o enigmas, o derrotar a sus enemigos.
- (c) Estrategia. En este tipos de videojuegos se suele reproducir una situación compleja en la que el jugador debe controlar una serie de variables para lograr una meta concreta.
- (d) Juegos de rol. Son una simulación de los juegos de mesa que llevan el mismo nombre, donde el ordenador juega el papel de director del juego y contiene las reglas del mismo.
- (e) Simuladores. Reproducciones muy sofisticadas de aparatos o actividades complejas como, por ejemplo, los simuladores de vuelo, de conducción de vehículos o de realización de deportes concretos.
- (f) Educativos. Juegos en los que prima una finalidad más educativa que de puro entretenimiento.
- (g) Juegos de mesa. Reproducciones de gran parte de los juegos de mesa tradicionales.

Otras clasificaciones no parten de la temática del juego ni de su tipología, sino que aplican unos criterios de clasificación que se ajustan a las necesidades concretas de investigaciones o estudios específicos.

Un ejemplo de este tipo de clasificaciones, menos popular, pero no por ello menos clarificador, es la de Garner (1992)⁷ quien clasifica los videojuegos en función de cuatro criterios distintos

- La perspectiva del jugador: se trata de un criterio de clasificación que hace referencia a la forma en que el jugador se incorpora a la actividad de juego. (manipulación de objetos –en los que el jugador controla los movimientos y actividades de un objeto, vehículo, arma, nave...-;

⁷Garner realizó una investigación centrada en las máquinas de videojuegos que funcionan con monedas (*coin-operated video games*) por lo que en su clasificación no incluye los videojuegos domésticos.

manipulación del personaje -en los que el jugador controla los movimientos y actividades de un personaje- ; en primera persona –en los que se crea al jugador la ilusión de que está enfrentándose directamente con la actividad que se desarrolla en la pantalla-).

- El campo de percepción: cómo se utiliza la pantalla para presentar un universo particular a partir de un programa de juego determinado (de límites fijos -en los que la pantalla presenta al jugador los límites donde tendrá lugar el juego-; de ventana fija -en los que la pantalla no define los límites conceptuales del juego sino que los personajes u objetos pueden moverse más allá de los ejes de la pantalla, dando la sensación de que el juego se lleva a cabo en un universo y que cada pantalla o ventana representa un área del mismo-; de ventana móvil -en los que se crea la apariencia de un foco de visión móvil en lugar de fijo-).
- Las capacidades interactivas: competición individual, competición interactiva indirecta (los jugadores van alternando sus turnos); competición interactiva directa (los jugadores utilizan los objetos o personajes del juego para competir entre ellos) y cooperación/competición interactiva directa (los jugadores comparten el esfuerzo para vencer a los enemigos generados por el juego, sin que se excluya la competencia)
- El escenario de juego: naturaleza del universo del juego en el que se desenvuelve el jugador. (realidad auto-generada -específicamente diseñado para el juego-, realidad transferida -simulación de nuestra vida diaria-, realidad negociada -la que combina las dos realidades anteriores en un contexto determinado-).

Sin duda alguna, una de las clasificaciones más completa es la desarrollada por Estallo (1995) que combina dos criterios distintos: por un lado las habilidades y recursos psicológicos necesarios para el juego y, por otro, el desarrollo y temática del juego en sí. De esta forma, se establecen cuatro grandes divisiones: juegos de arcade, juegos de simulación, juegos estratégicos y reproducciones de juegos de mesa.

- Juegos de arcade: aquéllos que requieren un ritmo rápido de juego, exigiendo tiempos de reacción mínimos y una atención focalizada; apenas cuentan con un componente estratégico.
- Juegos de plataforma, en los que el protagonista se halla en un escenario bidimensional desplazándose de izquierda-derecha y de arriba-abajo.
- Laberintos, cuyo eje central es el escenario que reproduce un laberinto de considerable extensión.
- Competiciones deportivas, que reproducen deportes distintos.
- Juegos de acción, de trepidante desarrollo lineal, donde los escenarios varían al eliminar el número de enemigos suficiente.

- Juegos de simulación: simulan actividades o experiencias raramente accesibles en la vida real. Permiten al jugador asumir el mando de situaciones o tecnologías específicas. Entre sus características principales destaca: la baja influencia del tiempo de reacción en comparación con los juegos de arcade; la utilización de estrategias complejas y la necesidad de enfrentarse a situaciones nuevas que exigen conocimientos específicos sobre la simulación (por lo que a menudo los juegos se acompañan de manuales de uso).
- Simuladores instrumentales, que fueron los primeros en instrumentalizarse y tienen sus orígenes en los simuladores de vuelo utilizados en el entrenamiento de pilotos aéreos.
- Simuladores situacionales en los que, a diferencia de los instrumentales, el jugador asume un papel específico determinado por el tipo de simulación:
 - Simuladores deportivos, como los de golf o el ajedrez, en los que el jugador adquiere un papel de entrenador, seleccionando jugadores o planificando una estrategia, más que figurando como practicante deportivo en sí⁸
 - Los llamados "simuladores de Dios", de tres tipos fundamentales: bioecológicos, socioeconómicos y mitológicos. Los primeros suelen basarse en la simulación del desarrollo de la vida; los socioeconómicos se centran en la simulación de situaciones en las que el tema argumental es el económico y los terceros invitan al jugador a asumir el papel de una divinidad que ejerce su poder a expensas de otros dioses
- Juegos estratégicos: el jugador adopta un papel específico y sólo conoce el objetivo final. Con frecuencia los personajes son de ficción y provienen del mundo de la literatura y del cine.:
 - Aventuras gráficas, donde la acción se desarrolla a través de las órdenes del jugador junto con la posesión de objetos que van apareciendo en los distintos escenarios.
 - Juegos de rol, donde el jugador puede controlar a más de un protagonista de características definidas por el propio usuario.
 - Juegos de estrategia militar o *war-games*, similares a los juegos de mesa de estrategia militar.
- Reproducciones de juegos de mesa: con el mismo desarrollo que sus originales.

⁸Estallo mantiene que la diferencia entre los simuladores deportivos y los juegos deportivos clasificados como juegos de arcade se halla en la complejidad del juego y en el papel que juega la acción en el mismo. Según este autor, en el caso de los simuladores deportivos se trata de juegos de gran realismo y complejidad mientras que en el caso de los videojuegos deportivos de arcade los juegos son menos complejos y su grado de realismo es inferior.

Cabe destacar el notable esfuerzo de sistematización realizado por este autor quien, a pesar de ello, reconoce la existencia de videojuegos que difícilmente pueden incluirse en alguna de las categorías descritas.

Para mayor dificultad, la rapidez con la que varía la oferta de videojuegos condiciona inevitablemente cualquier intento de clasificación. En el caso de la investigación que aquí se presenta, movidos por la necesidad práctica de categorizar de forma comprensible e inconfundible las distintas categorías de juegos, se ha elaborado una clasificación en la que, para cada categoría, se ofrece una definición y ejemplos ilustrativos de la misma:

- a) Juegos de plataforma. En los que se trata de ir pasando de una plataforma a otra a base de precisión (por ejemplo, Supermario Bros, etc.)
- b) Simuladores. En los que se trata de dirigir y controlar aviones, coches, motos, en situaciones realistas (por ejemplo, GT2, Driver, B-17 Fly Fortress, etc.)
- c) De práctica de algún deporte. Consisten en jugar a un deporte concreto, sin que el juego sea un simulador (por ejemplo, FIFA 2001, Snowboard supercross, etc.)
- d) De estrategia deportiva. Resalta la estrategia además de la práctica del deporte, por ejemplo, creando equipos, comprando jugadores, planificando campeonatos, etc. (por ejemplo, PCFutbol, Manager, etc.)
- e) De estrategia no deportiva. En los que se trata de controlar y planificar situaciones, ciudades, guerras, etc. (por ejemplo Sims, Comand and Conquer, Age of Empires, Comandos, Black and White, etc.)
- f) De disparo. Evolución de los "marcianitos", en los que el juego consiste en alcanzar con disparos de cualquier tipo de arma a cosas o personajes que se mueven (por ejemplo, Quake, Point Blank, Haltlife, etc.)
- g) De lucha. En los que el juego consiste fundamentalmente en la lucha cuerpo a cuerpo entre personajes, utilizando técnicas de artes marciales o armas (por ejemplo, Tekken, Dead or Alive, Mortal Kombat, etc.)
- h) De aventura gráfica. El juego trata de recrear una aventura con personajes, a través de pruebas y situaciones que se van sucediendo (por ejemplo, Lara Croft, La fuga de Monkey Island, etc.)
- i) De rol. En los que se asume al personaje; normalmente, la temática se refiere a aventuras o combates (por ejemplo, Final Fantasy, Baldur's Gate, Diable, etc.)

4. LA POLÉMICA: PARTIDARIOS Y DETRACTORES

Cualquier aproximación al ámbito de los videojuegos desemboca, casi inevitablemente, en la controversia entre quienes defienden sus beneficios potenciales y los que critican sus presuntos efectos negativos.

Dicha controversia se desenvuelve en un campo de argumentaciones en el que se van combinando las opiniones sociales (de presencia predominante en el debate histórico) con los resultados de la investigación empírica que van surgiendo. Esta combinación es inevitable puesto que hablamos de un fenómeno fundamentalmente social, que se presta a la emisión de opiniones o juicios basados en la experiencia personal —y, por tanto, limitados— difícilmente generalizables. En cualquier caso, todavía, aquéllos que defienden los videojuegos no lo hacen desde los beneficios probados sino desde los beneficios hipotéticos. Del mismo modo, aquéllos que los critican, en muchos casos, tampoco se basan en datos objetivos. No es extraño hallar noticias en prensa que alarman sobre los efectos casi devastadores de los videojuegos: causan adicción, fomentan la agresividad, interfieren en la realización de otras actividades, favorecen el sexismo, etc. Sin embargo, a menudo los resultados de la investigación sobre videojuegos no acaban de confirmar esas acusaciones. Desafortunadamente, ya lo comentaron en su momento Dorva y Pépin (1986), la polémica que rodea a los efectos positivos o negativos de los usuarios frecuentes de los videojuegos se ha basado más en opiniones y especulaciones que en hallazgos empíricos.

Más allá de este contraste entre la opinión pública y los resultados derivados de las investigaciones, centrándonos en la propia investigación los hallazgos que parecen haberse encontrado han alimentado la controversia entre los “partidarios” y los “detractores”; esta discrepancia es un hecho constatado por numerosos estudiosos del tema. El estudio de Lin y Lepper, uno de los más citados en la literatura existente sobre videojuegos, en el que se analizan las correlaciones del uso de videojuegos y ordenadores por parte de los niños, recoge ampliamente el desarrollo de esta controversia.

Estos autores (Lin y Lepper, 1987) comentan que los partidarios de este tipo de juegos los defienden como fuente de aprendizaje, además de verlos como una diversión, ya que promueven la coordinación óculo-manual y enseñan habilidades específicas de visualización espacial o incluso de matemáticas. Sus usuarios adquieren también estrategias generalizadas para “aprender a aprender” en entornos nuevos; los videojuegos pueden llegar a reforzar la autoestima entre jugadores con dificultades de adaptación y, además, pueden servir como iniciación en el mundo de la informática. Los críticos, según Lin y Lepper, señalan distintas consecuencias negativas: los videojuegos pueden desplazar el tiempo dedicado al estudio o a la realización de otras actividades de ocio y pueden apoyar una tendencia a la marginación y promover la alienación entre adolescentes socialmente marginados; además, su contenido

violento y frenético puede promover conductas impulsivas y agresivas entre sus usuarios, de tal forma que, en los casos más extremos, los videojuegos pueden llegar a ser considerados como agentes del fracaso escolar y fomentadores de la delincuencia. Más anecdóticamente se les ha acusado de propiciar algunas enfermedades como la tendinitis.

Schmitt en un artículo de 1992, en el que expone algunas recomendaciones para los padres a la hora de controlar el uso de videojuegos por parte de sus hijos, hace una referencia directa a los beneficios potenciales y a los inconvenientes de los videojuegos. Esos beneficios potenciales podrían resumirse argumentando que promueven la atención hacia los detalles, la memorización de hechos, la secuenciación de la información y el desarrollo de estrategias creativas, que promueven la coordinación óculo-manual, y que mejoran la percepción visual. Por otra parte, según el mismo autor, los videojuegos pueden dominar el ocio y el tiempo de estudio del individuo ocupando el tiempo dedicado a otras actividades como practicar deportes, leer etc., llegando incluso a afectar el rendimiento académico, pueden reducir las interacciones sociales con la familia y los amigos, y pueden fomentar(en el caso de determinados juegos) la aceptación de conductas violentas en la vida real.

Funk (1993b) vuelve a reiterar la existencia de partidarios y detractores del fenómeno, y señala que los argumentos de unos y otros se repiten. Entre los argumentos de los detractores añade la observación de que la posibilidad de promoción de una conducta antisocial aumente en los salones recreativos, y que la creatividad pueda deteriorarse porque los jugadores siempre siguen unas normas determinadas para ganar; reitera que esos detractores mantienen que los contenidos violentos influirán decisivamente sobre los valores morales y éticos y fomentarán una conducta agresiva. Por lo que hace referencia a los partidarios de los videojuegos, Funk señala que éstos ven esta actividad de ocio como un escape benigno que puede promover el sentido del dominio y la aceptación social, así como desarrollar destrezas específicas como la coordinación óculo-manual.

No es difícil observar, por tanto, que los argumentos de partidarios y detractores, descritos por distintos autores, se repiten de forma constante.

Alegaciones a favor y en contra de los videojuegos	
A favor...	En contra...
<ul style="list-style-type: none"> • •Entretienen • •Ejercitan la coordinación óculo-manual • •Estimulan la capacidad de lógica y reflexión • •Ayudan a concentrar la atención • •Son una introducción a la informática • •Son un potencial muy adecuado para distintas aplicaciones sociales 	<ul style="list-style-type: none"> • •Provocan adicción • •Promueven conductas violentas • •Aíslan socialmente • •Limitan la imaginación • •Restan tiempo a otras actividades • •Afectan de manera negativa al rendimiento académico

Al margen de la cantidad y variedad de argumentos que se puedan encontrar lo que parece evidente es que los videojuegos han creado —y siguen creando— una fuerte polémica social que, como veremos a continuación, se ha trasladado también al terreno de la investigación.

5. LA INVESTIGACIÓN SOBRE VIDEOJUEGOS

El interés por demostrar los efectos de los videojuegos, ya sean positivos o negativos, es la motivación de la mayoría de las investigaciones desarrolladas. Al revisar los estudios llevado a cabo en este campo descubrimos que los videojuegos han sido estudiados desde diversas perspectivas.

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN SOBRE VIDEOJUEGOS
El perfil de los jugadores -Diferencias de género -Edad, lugar de juego, preferencias
Los efectos positivos y negativos de los videojuegos -Videojuegos y agresividad -Videojuegos y adicción -Videojuegos y habilidades sociales -Videojuegos y rendimiento escolar -Potencial instructivo de los videojuegos
Otras aplicaciones sociales para los videojuegos -Como medio didáctico -Como test psicológico -Como herramienta para el tratamiento

Encontramos investigaciones preocupadas por analizar las características del perfil de los jugadores, las diferencias de género en el juego o la relación establecida entre la práctica de esta actividad y el uso del ordenador.

Junto a las anteriores, se encuentran las investigaciones orientadas a descubrir hipotéticos efectos nocivos o supuestos beneficios. Como decíamos, los esfuerzos por demostrar las bondades o maldades de estos artilugios han marcado infinidad de trabajos. Algunos, centrados en el análisis de la relación entre el uso de videojuegos y las conductas agresivas; otros preocupados por su posible carácter adictivo, por los efectos fisiológicos de su práctica o por su relación con el rendimiento académico; incluso se han llevado a cabo trabajos enfocados en el análisis del posible potencial instructivo de esta actividad lúdica.

Más allá del estudio de las posibles consecuencias del uso de este tipo de juegos, se han puesto en marcha otra serie de investigaciones con la pretensión de estudiar algunas de sus posibles aplicaciones sociales, tales como su utilización como medio didáctico, su aplicación en el campo de las necesidades educativas especiales, o su uso como instrumento para el tratamiento de pacientes oncológicos o en proceso de rehabilitación por quemaduras, etc.

Existen interesantes trabajos de revisión de las investigaciones sobre el tema, tanto en el contexto español como fuera de él. En el primer caso, encontramos, por ejemplo, el análisis realizado por Etxeberria (1996) quien agrupa los distintos temas objeto de investigación en el ámbito de los videojuegos en doce categorías distintas: adicción, autoestima, aprendizaje, cambios fisiológicos, entrenamiento, efectos negativos, espacial, resolución de problemas, sexo, sociabilidad, terapia y violencia. Fuera de nuestro entorno, Griffiths (1993), autor de varios estudios sobre los efectos de videojuegos, elaboró también una interesante síntesis sobre el estado de la investigación acerca de los videojuegos a principios de los noventa que puede resultar de gran utilidad como primera aproximación a este tema. Hace poco que este mismo autor ha presentado los resultados de un análisis de la literatura existente sobre los videojuegos violentos y la conducta agresiva (Griffiths, 1999), muy similares a los publicados un año antes por Dill y Dill (1998) en su revisión acerca de la violencia de los videojuegos.

Conscientes de que una revisión exhaustiva de los estudios realizados sobrepasa con creces los límites de este capítulo introductorio, nos limitaremos a presentar de manera esquemática aquellos aspectos que mejor ilustran el estado de la investigación en este ámbito.

No es difícil descubrir que la investigación en el campo de los videojuegos cuenta con una clara tradición anglosajona. En nuestro país, y en clara contradicción con la polémica social que el fenómeno de los videojuegos ha provocado, los datos disponibles aún son pocos. No obstante, cabe remarcar que, en los últimos años, el número de trabajos sobre el tema se ha incrementado notablemente. Prueba de ello es el estudio presentado recientemente por la Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (De Miguel y De Miguel, 2001) o, a un nivel más anecdótico pero ilustrativo de lo que venimos comentando, la investigación realizada por un estudiante de bachillerato de Girona (Miranda, 2001) sobre el comportamiento de los estudiantes de bachillerato del Pla de l'Estany frente a la videoconsola. No obstante, la necesidad de potenciar estudios contextualizados en nuestro entorno sigue siendo patente.

Centrándonos en el análisis de algunas características bastante comunes en las investigaciones, más concretamente en las investigaciones acerca de los efectos de los videojuegos sobre la conducta de sus usuarios— podemos observar que, en términos generales, aparecen algunos aspectos a tener en cuenta.

En primer lugar, este tipo de investigaciones se caracteriza por tratarse de estudios que miden efectos a corto plazo. Sigue constatándose la necesidad de llevar a cabo estudios a largo plazo, que confirmen los efectos comprobados hasta el momento (Anderson y Ford, 1986; Griffiths, 1991; Provenzo, 1991; Pacala et al. 1995; etc). Incluso que puedan llegar a descubrir otros efectos que pueden no aparecer de forma inmediata y, sin embargo, pueden surgir gradualmente después de un período de tiempo.

Recordemos, también, que una gran parte de la investigación realizada –sobre todo en la década de los ochenta y principios de los noventa- se ha llevado a cabo en los salones recreativos. En la actualidad, con la introducción y expansión de los sistemas domésticos, estos salones han perdido popularidad y cada vez son más los aficionados que juegan en casa. Lógicamente, las características y condiciones de juego de unos y otros difieren en aspectos importantes (entorno, motivaciones para el juego, inversión económica, posibilidades de control). Sin duda, todas estas diferencias deben ser tomadas en consideración por la investigación actual.

Por otro lado, con frecuencia los estudios se desarrollan en situaciones artificiales de laboratorio o se fundamentan en autoinformes de los sujetos. Este tipo de situaciones artificiales pueden contar con múltiples variables externas no controladas, que pueden distorsionar los resultados de una investigación determinada (Funk, 1993b). Tal es el caso de la selección de los videojuegos a la hora de determinar si los videojuegos con contenido violento repercuten en la conducta agresiva de los usuarios (Provenzo, 1991).

No todos los videojuegos son iguales y, lógicamente, no todos presentan el contenido violento de la misma forma —por ejemplo, no es igual un videojuego de violencia fantástica que uno de violencia humana—. Diferencias que en la actualidad se acentúan aún más desde el momento en que los videojuegos aumentan en realismo a través de la sofisticación del *software* y *hardware* y de la aplicación de la tecnología de la realidad virtual, al tiempo que su accesibilidad se amplía mediante las llamadas autopistas de la información.

De esta forma, y como señalaremos más adelante, aunque puedan establecerse relaciones significativas entre el uso de videojuegos y trastornos diversos como la adicción, el incremento de la agresividad u otras alteraciones del comportamiento, es muy difícil discernir si los videojuegos son su causa real. Lo mismo ocurre en el caso del potencial instructivo de estos juegos, donde se halla cierta relación entre el uso de videojuegos y el desarrollo de habilidades espaciales, pero la falta de datos concluyentes no permiten confirmar que esta relación sea causal.

5.1 El perfil de los jugadores

Una de las primeras conclusiones que se desprende al revisar estudios centrados en el análisis del perfil de los jugadores (edad, frecuencia de juego, actividades de ocio, usos del ordenador, etc.) es que los sujetos que más juegan con videojuegos son los adolescentes. A pesar de que los grupos de edad de las muestras estudiadas varían mucho en las diferentes investigaciones, son muchos los autores que coinciden en afirmar que son los adolescentes los sujetos más aficionados a los videojuegos. Se ha detectado, además, que a medida que avanza la edad, la práctica de esta actividad desciende.

Otra de las conclusiones más extendidas entre los distintos estudios es la constatación de importantes diferencias de género entre los jugadores. Hombres y mujeres presentan diferencias significativas en el uso de los videojuegos, especialmente en la frecuencia y duración del juego, siendo los hombres quienes más juegan. Esta diferencia de género se repite en los resultados de numerosas investigaciones.

Además de la diferencia de género en la frecuencia y duración del juego, también se han detectado otras diferencias entre hombres y mujeres en relación con los videojuegos. Algunos autores han constatado diferencias en la preferencias de los jugadores, hallando una preferencia mayor hacia los videojuegos de acción y de contenido violento entre los varones; es el caso, por ejemplo, de Cumberbatch, Maguire y Woods (1993); Morlock, Yando y Nigolean (1985); y Buchman y Funk (1996). Otros autores han hallado diferencias de género entre los jugadores en relación al lugar de juego, observando que los salones recreativos son más frecuentados por los hombres que por las mujeres. Éstas manifiestan jugar mayoritariamente en casa y para ellas la asistencia a los salones recreativos es una actividad fundamentalmente social.

Si bien existe un elevado consenso en la existencia de diferencias de género entre los jugadores de videojuegos, las explicaciones de este hecho son variadas. Hay quienes defienden argumentos relacionados con el carácter marcadamente masculino del mundo tecnológico y su influencia en las actitudes y percepciones de los sujetos (Wilder, Mackei y Cooper, 1985; Colley et al. 1995) e incluso hay quienes mantienen que los hombres poseen mejores habilidades visuales y espaciales esenciales para jugar con videojuegos (Griffiths, 1991).

Pero la explicación más extendida está directamente relacionada con el hecho de que los videojuegos no son neutrales. Numerosos autores coinciden en la detección de un tratamiento diferenciado de los roles masculinos y femeninos en los videojuegos (Etxeberria, 1996). Son muchos los estudios que revelan el papel secundario y pasivo de los personajes femeninos de este tipo de juegos (Toles, 1985; Rushbrook, 1987; Provenzo, 1992; Del Moral, 1995), por lo que se afirma que la causa de que las mujeres jueguen menos que los hombres está en el contenido de los propios videojuegos, excesivamente orientado hacia los intereses e inquietudes de los chicos y no de las chicas.

Al margen de las diferencias de género comentadas, otra de las conclusiones que se desprenden de este tipo de investigaciones, está relacionada con el lugar de juego. Mientras en los años ochenta eran los salones recreativos el lugar de juego por excelencia —de hecho la mayoría de investigaciones desarrolladas en esa década tienen lugar en estos espacios— en los noventa, los videojuegos se han transformado en una actividad mayoritariamente doméstica. Este cambio en la preferencia hacia el lugar de juego aparece como una consecuencia más de la amplia difusión de los sistemas domésticos

diseñados para jugar con videojuegos y del importante auge que presentan en la actualidad los videojuegos en formato de ordenador.

Por lo que se refiere a la relación del uso de videojuegos y la realización de otras actividades de ocio, al contrario de las opiniones y argumentos generados por la polémica social en torno a este fenómeno, los videojuegos aparecen como una actividad popular pero, en comparación con otro tipo de actividades, como una de las actividades de ocio de menor impacto entre los jóvenes. Informan de ello, por ejemplo, Kubey y Larson (1990), Cumberbatch, Maguire y Woods (1993), Estallo, Masferrer y Aguirre (1994), CECU (1994), Colwell, Grady y Rhaiti (1995), etc. Los videojuegos aparecen más como un complemento que como alternativa de otras actividades de ocio y, en comparación con la televisión, esta última sigue siendo la actividad dominante. Algunas de las primeras investigaciones hallaron relaciones significativas entre ambas actividades —ver la televisión y jugar con videojuegos— observando que los sujetos que más ven la televisión son también los que más juegan con videojuegos. Sin embargo, resultados más recientes no han hallado ningún tipo de relación significativa entre ambas actividades de ocio (Colwell, Grady y Rhaiti, 1995).

Tal vez este menor impacto de los videojuegos en el tiempo libre de los jóvenes en comparación con otras actividades pueda deberse a que los videojuegos presentan un grado de persistencia a lo largo del tiempo inferior a otro tipo de actividades de ocio, como ver la televisión, escuchar música o practicar algún deporte. Algunos estudios han demostrado que, tras la adquisición de una máquina para jugar con videojuegos, la frecuencia y la duración del juego son muy elevadas, pero este efecto desaparece poco después (Creasey y Myers, 1986; Estallo, 1995).

Finalmente, en cuanto a la posible relación entre el uso de videojuegos y el uso de ordenadores, las investigaciones no presentan resultados concluyentes. Ambas actividades aparecen sólo relativamente relacionadas y los estudios no demuestran que el jugar con videojuegos adelante o incremente el uso de los ordenadores entre los jugadores, a pesar de ser una creencia arraigada entre padres y educadores.

5.2 Los efectos positivos y negativos de los videojuegos

Una gran mayoría de los estudios orientan su interés hacia la demostración de los posibles efectos, positivos o negativos, de la práctica de esta actividad sobre sus usuarios. Sin embargo, a pesar de tratarse de la principal motivación de las investigaciones realizadas, los resultados obtenidos no han permitido llegar a demasiadas conclusiones definitivas que permitan afirmar o desmentir muchos de los argumentos defendidos tanto a favor como en contra de este fenómeno.

En primer lugar, la revisión de las principales investigaciones que se han ocupado de analizar la influencia de los videojuegos con contenido violento

sobre la conducta agresiva de los jugadores, pone en evidencia la falta de resultados concluyentes. Si bien encontramos algunas investigaciones cuyos resultados no establecen relación alguna entre el uso de videojuegos con contenido violento y la conducta agresiva de los jugadores (Silvern, Lang y Williamson, 1987; Graybill et al., 1985; Winkel, Dawn y Hopson, 1987; Brusa, 1987; Estallo, 1994), son también numerosas las investigaciones que muestran alguna relación entre el uso de videojuegos violentos y la conducta agresiva de sus usuarios (destacan las de Cooper y Mackei, 1986; Anderson y Ford, 1986; Silvern y Williamson, 1987; Schutte et al., 1988; Fling et al., 1992; Irwin, 1993; Calvert y Tan, 1994; Irwin y Gross, 1995; Ballard y Rose, 1996; Wiegman y Schie, 1998). Pero el hallazgo de tales resultados no ha permitido afirmar de forma concluyente que el uso de videojuegos violentos influye negativamente sobre la conducta agresiva de los jugadores. Dicho en otras palabras, los resultados obtenidos hasta el momento no permiten establecer relaciones causales consistentes en el impacto de los videojuegos violentos sobre la conducta agresiva de los jugadores.

Como ya se ha apuntado anteriormente, al tratarse de estudios a corto plazo, que tienen lugar en situaciones artificiales, resulta difícil discernir si los efectos observados son debidos realmente al nivel de violencia de los videojuegos o bien responden a posibles diferencias entre las situaciones experimentales diseñadas en cada uno de los estudios (Anderson y Ford, 1986; Funk, 1996; Dill y Dill, 1998).

Además, un segundo problema a la hora de establecer conclusiones definitivas, se halla en el hecho de que gran parte de los estudios realizados se basan en autoinformes y no en medidas directas de la conducta agresiva. De esta forma, también resulta difícil determinar si distintos niveles de violencia en los videojuegos pueden afectar de distinta forma a la conducta agresiva de los jugadores (Ballard y Wiest, 1996; Griffiths, 1999).

Tampoco los resultados obtenidos permiten esclarecer si esta relación entre los videojuegos violentos y la conducta agresiva de sus usuarios es producto de la influencia de los propios videojuegos, o tal vez sea una consecuencia del hecho de que sean los sujetos agresivos quienes se sientan más atraídos por este tipo de juegos (Fling et al., 1992). Parece evidente que los rasgos de personalidad así como los factores sociales que rodean a cada sujeto son elementos claves a tener muy en cuenta en el desarrollo de investigaciones de este tipo.

En cualquier caso, este relativismo en torno a los resultados de las investigaciones, si bien nos lleva a mantener cierta cautela ante muchas de las afirmaciones gratuitas sobre los efectos nocivos de los videojuegos, no nos debe permitir perder de vista las evidencias del carácter extremadamente violento de muchos videojuegos (Etxeberria, 1996; Amnistía Internacional 1999 y 2000) y las recomendaciones de prudencia y control en su uso. Recomendaciones, por otra parte, absolutamente ligadas a las que se vienen realizando desde múltiples instancias ante el medio televisivo.

Si los posibles impactos de los videojuegos con contenido violento sobre los jugadores constituyen una línea de investigación rodeada de fuertes polémicas e incluso desacuerdos, una situación similar hallamos en aquellas investigaciones que analizan las posibles consecuencias adictivas de los videojuegos.

En este caso, sin embargo, la polémica es más bien social puesto que los resultados de las investigaciones son bastante coincidentes. La principal conclusión que se desprende de este tipo de investigaciones está en el hecho de que los sujetos que se pueden calificar como "adictos" a los videojuegos, es decir, que presentan normalmente una frecuencia de juego muy elevada, consideran prioritario el jugar con videojuegos ante cualquier otra actividad, y, en ocasiones, cuentan con un alto grado de absentismo escolar y un rendimiento escolar muy bajo, son una minoría poco significativa (Soper y Miller, 1983; Egli y Meyers, 1984; Keepers, 1990). En estos casos, además, sigue siendo difícil discernir si tal situación adictiva responde a factores personales o a problemas sociales, o si es consecuencia directa del uso de los videojuegos (Egli y Meyers, 1984).

En cuanto a las investigaciones orientadas al estudio de las posibles relaciones entre los videojuegos y otras alteraciones o trastornos del comportamiento (epilepsia, neurotismo, etc.), en términos generales, no se han hallado resultados que confirmen la relación entre el uso de los videojuegos y este tipo de alteraciones de la conducta (Kestenbaum y Weistein, 1985; McClure y Mears, 1986).

Aquellos autores que defienden la existencia de relación entre el uso de videojuegos y determinadas alteraciones del comportamiento, se basan en casos reales pero muy aislados en los que la causa de tales trastornos no puede ser atribuida únicamente al uso de videojuegos (Kuczmierczyk, Walley y Calhoun, 1987; Hart, 1990; Thompson, 1993; Spence, 1993; Graf et al., 1994). Por otra parte, de los estudios sobre los posibles efectos de los videojuegos sobre la conducta social de los jugadores se desprenden conclusiones que afectan tanto a los jugadores domésticos como a los jugadores de los salones recreativos.

En ambos casos, los resultados de las investigaciones permiten rechazar la hipótesis de que los videojuegos promueven el aislamiento social contrariando, una vez más, muchas de las opiniones generadas en torno a los efectos de los videojuegos. La mayor parte de los autores coinciden en señalar que el uso de los videojuegos en salones recreativos constituye una actividad fundamentalmente social, de relación con los amigos, (Egli y Meyers, 1984) al igual que su uso doméstico puesto que los sujetos suelen preferir jugar con otras personas, visitar a los amigos para jugar, etc. (Mitchel, 1985; Cumberbatch, Maguire y Woods, 1993; Colwell, Grady y Rhaiti, 1995).

Otro tipo de investigaciones, las que estudian los efectos de los videojuegos sobre el rendimiento escolar de los jugadores, tampoco han podido demostrar la influencia directa de los videojuegos sobre el rendimiento escolar de los jugadores, a pesar de las creencias de padres y educadores. Si algún estudio ha descubierto alguna relación negativa entre el uso de los videojuegos y el rendimiento escolar de los jugadores (Biegen, 1985; Roe y Muijs, 1998), la mayoría de ellos no han detectado ninguna diferencia en el rendimiento escolar entre jugadores y no jugadores a excepción de casos muy concretos de adicción a los videojuegos. Dentro de esta línea de investigación, véanse, por ejemplo, Mitchell (1985), Creasey y Meyers (1986), McCutcheon y Campbell (1986), Lin y Lepper (1987) y CECU (1994).

Desde el campo de la medicina y, por tanto, desde una orientación distinta a las investigaciones comentadas, algunos estudios demuestran claros efectos fisiológicos del uso de los videojuegos sobre los usuarios. Se ha demostrado, por un lado, que el uso de videojuegos aumenta la presión sanguínea y el ritmo cardíaco de los jugadores, por lo que su uso no es muy recomendable para aquellas personas que padezcan problemas cardiovasculares (Gwinup et al. 1983; Segal y Dietz, 1991). Por otro lado, otros autores han hallado algunos efectos nocivos del uso de los videojuegos sobre la salud ocular de los jugadores (Misawa, Shigeta y Nojima, 1991) pero siempre basándose en casos aislados.

De momento, el estado actual de la investigación nos lleva a un posicionamiento escéptico ante quienes afirman de forma generalizada que los videojuegos provocan adicción, incrementan la conducta agresiva o están relacionados con algunas alteraciones del comportamiento.

Sin embargo, en todas estas investigaciones acerca del impacto del uso de los videojuegos sobre la conducta de los jugadores, bien estudien su componente adictivo o su relación con la conducta agresiva, bien sus repercusiones fisiológicas, hemos observado una coincidencia importante. De la mayoría de estos estudios se desprende que la forma de uso de los videojuegos, especialmente la frecuencia y duración del juego, y el contenido de los videojuegos son elementos claves a la hora de determinar los posibles efectos de su uso sobre la conducta de los aficionados. Ello nos lleva a pensar que la determinación del patrón de uso debe ser el punto de partida en el desarrollo de investigaciones específicas sobre los efectos de los videojuegos.

Finalmente, en una línea de investigación radicalmente distinta, puesto que su objetivo es determinar el potencial instructivo de los videojuegos, se demuestra que éstos pueden ser un instrumento válido para la formación en habilidades espaciales de algunos sujetos, tanto por su capacidad instructiva como por su elevada carga motivacional. Griffith et al. (1983), Gagnon (1985), Dorval y Pépin (1986), Kuhlman y Beitel (1990), Okagaki y Frensch (1994) y Subrahmanyam y Greenfield (1994), son algunos de los defensores de estos argumentos

Sin embargo, como ocurre con la mayor parte de la investigación sobre los efectos de los videojuegos, en términos generales, los resultados de estos estudios no son definitivos. La mayoría de las investigaciones realizadas no permiten establecer una relación causal entre la experiencia de jugar con videojuegos y una mejora generalizada de las habilidades espaciales del sujeto. Es posible que aquellos sujetos con mejores habilidades espaciales se sientan más atraídos hacia este tipo de juegos (Griffith et al., 1983; Gagnon, 1985), que esta disposición de fuertes habilidades espaciales mejore la actuación en el uso de los videojuegos (Subrahmanyam y Greenfield, 1994) o incluso, que un mayor conocimiento de las características de los videojuegos implique una mejora de la actuación pero no necesariamente una mejora de las habilidades espaciales. Si bien aparecen algunas excepciones, incluso en el caso de los pocos estudios que parecen demostrar una relación más directa entre la mejora de la práctica de un videojuego y la mejora de las destrezas espaciales (Okagaki y Frensch, 1994), sigue manteniéndose la incógnita de que la mejora de las habilidades espaciales a través de la práctica de un videojuego pueda ser generalizada a otros contextos que requieran destrezas similares.

5.3 Otras aplicaciones sociales para los videojuegos

Aquellas investigaciones dedicadas al estudio de los videojuegos desde su uso potencial como medio didáctico en el ámbito educativo demuestran ampliamente que los videojuegos proporcionan muchos elementos aprovechables en el proceso de aprendizaje, especialmente en la adquisición y retención de determinados conocimientos y entrenamientos.

Otras investigaciones estudian su aplicación en el campo concreto de las necesidades educativas especiales. Los resultados de estos trabajos muestran que el potencial de los videojuegos como medios didácticos parece ser especialmente útil en el proceso de formación de personas con necesidades educativas especiales. Así lo han constatado Sedlak, Doyle y Schloss (1982), Powers y Ball (1983), Duffy y Nietupski (1985), Horn, Jones y Hamlett (1991), Casey y Ramsammy (1992) y Krichevets et al. (1995).

Finalmente, una última conclusión que se desprende de la revisión de otras aplicaciones potenciales de los videojuegos es que este tipo de juegos pueden tener otras muchas utilidades. Por una parte, alguna investigaciones han probado que los videojuegos pueden ser utilizados como test psicológico (Kennedy, Bitner y Jones, 1981; Jones, Dunlap y Bilodeau, 1984 y 1986; Breen y Haring, 1991; Brown, Brown y Reid, 1992; Brown et al., 1995). Por otra parte, su uso también es recomendado a nivel terapéutico, especialmente en el tratamiento de pacientes de oncología (Kolko y Rickard-Figueroa, 1985; Redd et al., 1987) o en proceso de rehabilitación por quemaduras (Adriaenssens, Eggermont y Pyck, 1988) e incluso como recurso para la estimulación de las habilidades cognitivas en personas de la tercera edad (Weissman, 1983; Riddick, Drogin y Spector, 1987).

CAPÍTULO 2

OBJETIVOS Y METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

De lo visto en la Introducción se deduce que, si bien la trascendencia social del fenómeno de los videojuegos ha generado una importante labor investigadora, hasta el momento no ha sido posible delimitar conclusiones precisas sobre las repercusiones del uso de videojuegos, ni a favor ni en contra.

En España, en todo caso, es claramente deficitaria la información general sobre el uso de videojuegos (más allá de investigaciones concretas y experimentales) que, tomando como referencia poblaciones generales en contextos normalizados, establezca un marco situacional claro sobre cómo es y cómo se distribuye esta actividad de ocio.

Ese es el planteamiento de nuestro estudio: tratar de caracterizar, cuantitativa y cualitativamente, el uso de videojuegos en la población española entre 14 y 18 años.

Sin embargo, este objetivo general, aparentemente sencillo, nos enfrentó desde el primer momento a un escenario complejo, ya que la información necesaria para comenzar el estudio existe, en el mejor de los casos, de forma dispersa y muy puntual. Esto es así, en parte, por la dificultad conceptual del propio término "videojuegos", que se refiere a una inmensa cantidad de productos diferentes y cuyas posibles clasificaciones –ya se ha visto en la Introducción– son casi infinitas; pero también, porque la información producida o bien lo ha sido para objetivos muy puntuales de investigación, o bien corresponde a los datos del mercado, generados de forma parcial según las necesidades de las empresas.

Por ello, comenzar el estudio requería, ya de entrada, establecer fases preliminares de investigación tanto teórica como de otras fuentes secundarias de datos, que permitieran abordar los objetivos del estudio. Por poner un ejemplo, el sólo hecho de establecer las preguntas de un potencial cuestionario para valorar niveles de uso requería un conocimiento importante de las distintas modalidades de juegos existentes en el mercado, así como de sus fuentes de distribución, etc. Hay que señalar, además, que la búsqueda de datos de referencia sobre las tasas y frecuencias de uso de videojuegos resultó absolutamente infructuosa: a excepción de un reducido número de encuestas particulares no hemos conseguido encontrar fuentes de datos fidedignas que nos permitieran seleccionar a priori qué videojuegos había que tomar como referencia para el segmento de población que queremos estudiar. Esta escasa disponibilidad de datos es común en muchos mercados específicos, aunque en el caso de los videojuegos se acentúa debido al alto grado de piratería de los productos según nos indicaron los distintos representantes del mercado. Las empresas editoras y/o distribuidoras cuentan con algunos registros de compras de sus juegos, que ni son exhaustivas ni reflejan probablemente el nivel de uso de cada uno de ellos, además de no estar estandarizados entre las distintas empresas.

No obstante, gracias a la colaboración de ADESE y FX Interactive, conseguimos algunos datos de ventas globales de distintos productos, así como sobre datos globales del mercado de videojuegos, que nos permitieron adelantar algunos pasos.

El estudio, por tanto, desde su arranque obligó a una compleja estructura de fases de análisis concatenadas:

1. Análisis bibliográfico de fuentes documentales: análisis y revisión de marcos teóricos, investigaciones previas disponibles, etc.
2. Análisis de entrevistas a informantes clave desde distintas perspectivas del mercado de videojuegos: valoración de la estructura y objetivos de la creación y desarrollo, comercialización, difusión y distribución de videojuegos.
3. Realización y análisis de una encuesta muestral, representativa de los jóvenes entre 14 y 18 años de todo el territorio español: conocimiento de la estructura y volumen de los usuarios jóvenes, preferencias y tipos de videojuegos, características diferenciales, etc.
4. Realización y análisis de grupos de discusión, formados por jóvenes entre 14 y 18 años, tanto usuarios habituales como no usuarios de videojuegos.
5. Análisis de contenidos y formatos de distintos videojuegos, representativos de los tipos más relevantes en el mercado español.
6. Análisis de la valoración de distintos indicadores sobre características de algunos videojuegos seleccionados, por parte de una muestra focal de jóvenes, profesionales y adultos en general.

Mediante todo el proceso y en base a los distintos instrumentos utilizados se ha conseguido avanzar en los siguientes objetivos:

- a. Establecimiento de un marco teórico general sobre el uso de videojuegos y la representatividad de los distintos tipos de juegos en el ocio de los jóvenes.
- b. Aproximación al mercado de los videojuegos en España, desde el punto de vista de los agentes del mercado (desde la creación a la distribución). Objetivos y características del mercado de videojuegos, así como dificultades para la estimación a través de fuentes secundarias de los niveles de uso y características de los usuarios.

- c. Conocimiento de la realidad actual del uso de videojuegos entre los jóvenes españoles:
 - c.1. Determinación de los niveles de uso: prevalencias, frecuencia y modalidades de uso de videojuegos.
 - c.2. Frecuencia de uso y preferencias según tipos de videojuegos.
 - c.3. Relación del uso de videojuegos con otras formas de ocio.
 - c.4. Tipos de usuarios según características personales de los jóvenes.
 - c.5. Problemas asociados al uso de videojuegos: percepción general de los problemas potenciales y tipología de problemas sufridos por los usuarios.
- d. Percepciones asociadas a los videojuegos y sus usuarios: expectativas y motivaciones desde el discurso de usuarios y no usuarios.
- e. Análisis y caracterización de distintos tipos de juegos, así como la valoración de las características de los más polémicos frente a otros.

Las características técnicas de las diferentes fases son las que se detallan a continuación, según los diferentes instrumentos utilizados:

- **Entrevistas en profundidad**

Para los objetivos de la fase inicial del estudio se realizaron un total de doce entrevistas en profundidad de carácter exploratorio. Las personas entrevistadas fueron seleccionadas en función de representar a distintas partes de la estructura del mercado, desde la creación a la distribución, y además se contó con personas representativas de entidades sociales que guardan estrecha relación con el seguimiento del mercado de videojuegos.

Las entrevistas se realizaron en las siguientes posiciones:

- Creación: un creativo independiente y un creativo de una de las empresa más representativas de la creación española de videojuegos.
- Edición y distribución: dos representantes de empresas editoras/distribuidoras de videojuegos en el mercado español, tanto españolas como multinacionales.
- Comercialización: dos representantes de tiendas especializadas en videojuegos, tanto nuevos como de segunda mano, venta y alquiler, así como un representante de uno de los salones recreativos más reconocidos de Madrid. No se consiguió entrevistar a representantes de puntos de venta en grandes almacenes, por negativa expresa de los responsables de este tipo de establecimientos.
- Difusión: un representante de una de las revistas impresas más representativas del sector de informática y videojuegos y un representante de la edición virtual de dicha revista.

- Asociacionismo: un representante de ADESE (Asociación de Editores de Software de Entretenimiento); una representante de la Plataforma de Asociaciones de la Infancia (entidad que participa en la Comisión de Seguimiento del Convenio para la Catalogación de Juegos, firmado por ADESE y el Ministerio de Sanidad y Consumo) y dos representantes de Amnistía Internacional (entrevista simultánea), entidad que ha emitido informes muy críticos sobre la utilización de violencia en determinados videojuegos.

Las entrevistas fueron semiestructuradas, lo que significa que se siguió un guión con aspectos comunes para todos los entrevistados y algunos otros específicos, en base a su posición particular en el mercado. No obstante, el guión permitía la apertura de temas por parte de los entrevistados, que aportaron información sobre otros temas que no estaban previstos a priori.

Toda la información recogida sirvió tanto para la estructuración del resto de las fases del estudio como, sobre todo, para la delimitación de los aspectos más relevantes del mercado español de videojuegos, cuyos resultados se presentan en el capítulo 3.

- **Encuesta muestral**

El proceso de la encuesta fue el habitual de este tipo de estudios, con las consideraciones ya explicitadas respecto a la dificultad inicial de elaboración del cuestionario.

El universo de análisis es la población española de 14 a 18 años. Se diseñó una muestra representativa a nivel estatal, en todos los tipos de hábitat, integrada por 3000 unidades (entrevistados) lo que supone un margen de error total para el conjunto de la muestra y en el supuesto de $p=q$ (para las estimaciones más desfavorables) en un nivel de confianza del 95.5%, de $\pm 1.83\%$. El tamaño de la muestra se determinó de tal manera que, una vez filtrados los jóvenes que no usan videojuegos de forma habitual en la actualidad, contáramos con un número suficiente de unidades muestrales para la realización de análisis específicos de los usuarios.

El muestreo fue poliétapico, mediante estratificación inicial según Comunidad Autónoma, tamaño del hábitat, género y edad. Una vez definidos los estratos, las entrevistas se realizaron en el domicilio de los jóvenes seleccionados, en última instancia, mediante el procedimiento de rutas aleatorias y sorteo (en el caso de que en el mismo domicilio residieran más jóvenes que cumplieran los criterios establecidos).

La distribución de la muestra (las tablas muestrales detalladas se presentan en el Anexo 2) permite una gran cantidad de análisis, en función de los grandes bloques del cuestionario, que son:

- **Aspectos sociodemográficos:**
 - Comunidad Autónoma
 - Tamaño del hábitat
 - Género
 - Edad
 - Nivel de estudios
 - Ocupación
 - Estudios de los padres
 - Autoposicionamiento escolar
 - Autoposicionamiento ideológico (religioso y político)

- **Ocupación del tiempo libre**
 - Actividades que realiza entre semana y en fin de semana
 - Preferencias de ocupación del tiempo libre

- **Situación personal**
 - Definición de algunas características de la relación con otras personas
 - Valoración del nivel de satisfacción general

- **Uso de videojuegos**
 - Relación con los videojuegos en la actualidad
 - Formatos y formas de juego
 - Frecuencia e intensidad del uso de videojuegos
 - Frecuencia de uso y gusto por tipos concretos de videojuegos
 - Aspectos que más gustan o interesan de un videojuego
 - Pertenencia a asociaciones de usuarios
 - Gasto en videojuegos
 - Percepciones generales sobre los videojuegos
 - Valoración de problemas asociados a su uso

- **Valores y actitudes generales**
 - Según escalas estandarizadas de posicionamientos valorativos

Una vez definido el cuestionario se realizó un pre-test de 100 entrevistas para validar las preguntas y ajustar algunos aspectos concretos.

El trabajo de campo se realizó entre los meses de mayo y junio de 2001. Posteriormente los cuestionarios fueron depurados, tabulados y procesados mediante los procedimientos estadísticos apropiados, según el plan de análisis diseñado.

- **Descripción de la población estudiada**

Puesto que determinadas variables van a ser utilizadas a lo largo de todo el estudio como criterios de clasificación y análisis de los resultados, resumimos las características generales de la población estudiada respecto a cada una de ellas con el objetivo de posibilitar la lectura posterior.

Algunas de ellas son, además, variables muestrales por lo que para su análisis detallado remitimos a las tablas generales de la muestra que se ofrecen como Anexo.

En primer lugar la muestra está repartida en todas las Comunidades Autónomas, aportando cada una de ellas una proporción equivalente a la que supone su representación en el total para el estrato de edad.

En cuanto al tamaño del municipio, como definición genérica del tipo de hábitat de residencia, el 21.9% de la muestra corresponde a municipios de menos de 10.000 habitantes; el 26.1% viven en municipios entre 10.001 y 50.000 habitantes; el 11.9% entre 50.001 y 100.000; el 17.4% entre 100.001 y 250.000 y el 22.5% de los jóvenes estudiados residen en grandes ciudades por encima de los 250.000 habitantes.

Por género, el 51.3% son varones y el 48.7% mujeres.

Dentro del intervalo de edad general contemplado, el 17.4% tienen 14 años, el 19.4% 15 años, el 22.6% tienen 16 años, el 18.7% 17 años y el 21.9% corresponden al grupo de mayor edad, es decir, han cumplido los 18 años.

La práctica totalidad, el 84.2%, como es más frecuente en las edades contempladas, tiene como actividad principal exclusivamente sus estudios. No obstante un 6.9% trabaja de forma esporádica además de estudiar y el 1.2% trabaja y estudia habitualmente. El 0.9% no estudia y tiene trabajo esporádico; el 4.4% trabaja habitualmente de forma exclusiva, el 1.2% está en paro buscando trabajo y otro 1.2% dice no hacer nada.

Sobre el nivel de los estudios que están cursando, o el máximo alcanzado para los que ya no estudian, un 1.1% dicen tener estudios primarios; el 19.4% realizan o han terminado estudios de EGB o el 1er. ciclo de ESO; el 46.6%, BUP o 2ª ciclo de ESO; el 22.4% COU o Bachillerato LOGSE. El 5.1% realizan o han terminado estudios de formación profesionales o los módulos profesionales LOGSE; el 2.8% tiene estudios universitarios de grado medio y el 2.1% de licenciatura o doctorado.

Les preguntamos también, como referencia subjetiva, en qué zona de su clase se consideran. El 9.2% de los entrevistados se sitúan entre los primeros, el 24.5% en la primera mitad, el 43.9% en el medio, el 15.8% en la segunda mitad y el 6.6% se consideran de los últimos de la clase.

Respecto a la filiación religiosa, el 15.1% de los entrevistados se consideran católicos practicantes y un 57.4% católicos, pero no practicantes. El 1.2% se declaran practicantes de otras religiones, el 12.5% indiferentes o agnósticos, el 9.6% no creyentes o ateos y el 4.2% no se posiciona en materia religiosa.

Finalmente, en lo que a la ideología política se refiere, el 6.5% se declaran de extrema izquierda, el 19.2% de izquierda, el 23.4% de centro, el 5.8% de derecha, el 1.3% de extrema derecha y, como es habitual en este grupo de población, casi la mitad (el 43.7%) no se definen políticamente.

Tabla 2.1 Características de la población estudiada, según distintas variables de clasificación

<i>Variable</i>	<i>%</i>	<i>Variable</i>	<i>%</i>
Comunidad Autónoma		Edad	
Andalucía	20.8	14 años	17.4
Aragón	2.5	15 años	19.4
Asturias	2.4	16 años	22.6
Baleares	1.9	17 años	18.7
Canarias	4.6	18 años	21.9
Cantabria	1.3	Nivel estudios actuales/ máximos	
Castilla y León	5.7	Estudios primarios	1.1
Castilla La Mancha	4.2	EGB/1 ciclo ESO	19.4
Cataluña	14.2	BUP/2º ciclo ESO	46.6
Comunidad Valenciana	10.2	COU/Bachillerato	22.4
Extremadura	2.8	FP/Módulos profesionales	5.1
Galicia	6.8	Universitarios medios	2.8
Madrid	12.4	Licenciatura o doctorado	2.1
Murcia	3.2	Ninguno	0.5
Navarra	1.2	Autoposicionamiento en el aula	
País Vasco	4.7	De los primeros	9.2
La Rioja	0.6	De la 1ª mitad	24.5
Ceuta/Melilla	0.4	Del medio	43.9
Hábitat (tamaño del municipio)		De la 2ª mitad	15.8
Hasta 10.000 habitantes	21.9	De los últimos	6.6
10.001-500.00 habitantes	26.3	Filiación religiosa	
50.001-100.000 habitantes	11.9	Católico practicante	15.1
100.001-250.000 habitantes	17.4	Católico no practicante	57.4
Más de 250.000 habitantes	22.5	Otras religiones	1.2
Género		Indiferente, agnóstico	12.5
	Varón	No creyente, ateo	9.6
	Mujer	Ns/NC	4.2
Actividad u ocupación principal		Posicionamiento político	
Estudio sólo	84.2	Extrema izquierda	6.5
Estudio y trabajo esporádico	6.9	Izquierda	19.2
Estudio y trabajo habitual	1.2	Centro	23.4
Trabajo esporádico	0.9	Derecha	5.8
Trabajo habitual	4.4	Extrema derecha	1.3
En paro, busca trabajo	1.2	NS/NC	43.7
No hago nada	1.2		

• **Grupos de discusión**

Otro de los grandes apartados de la investigación implicaba la utilización de técnicas cualitativas de análisis. Se realizaron seis grupos de discusión, cinco con usuarios habituales y uno con jóvenes no usuarios, para valorar los elementos significantes del uso de videojuegos desde ambas perspectivas: expectativas, valoración, motivaciones de uso y de no uso, etc.

Los grupos se realizaron en Madrid y Barcelona, y su composición se estableció a partir de distintas variables:

- Usuarios y no usuarios habituales
- Género (grupos mixtos, de chicos y de chicas)
- Edad (en dos intervalos: 16-17 años y 20-23)

La composición final de cada uno de los grupos es la que se detalla en el cuadro siguiente:

	Género	Relación con Videojuegos	Edad	Residencia	Estatus socio-económico
G1	Varones	Usuarios	16-17	BARCELONA	Estatus medio-alto
G2	Varones	Usuarios	16-17	MADRID	Estatus medio-bajo
G3	Mujeres	Usuarías	16-17	MADRID	Estatus medio
G4	Mixto	Usuarios	16-17	BARCELONA	Estatus medio-bajo
G5	Mixto	Usuarios	20-23	MADRID	Estatus medio-alto
G6	Mixto	No usuarios	16-17	MADRID	Estatus medio

Una vez realizados los grupos, las conversaciones se transcribieron y analizaron, componiéndose los informes correspondientes y figuran, según los temas, en distintos apartados del informe general.

• **Análisis de videojuegos**

Para el conocimiento y delimitación de las características particulares de distintos tipos de juegos, se realizó una selección de los más significativos de distintas categorías y se realizó un análisis de cada uno de ellos, respecto a las siguientes cuestiones:

- Formato
- Máquina con la que se puede usar
- Tipo de juego
- Objetivos y ritmo del juego
- Características más relevantes de los personajes que aparecen
- Diseño gráfico y efectos de imagen que utiliza
- Efectos sonoros
- Tratamiento de género y violencia implícita

Con cada uno de los juegos se confeccionó un informe que figura en el Apéndice 1.

- **Test de valoración experimental de indicadores**

En la selección de los juegos que se analizaron se trató de incluir un videojuego de cada categoría, así como algunos específicos cuyos nombres nos fueron mencionados en las entrevistas en profundidad como videojuegos especialmente polémicos. Analizando sus formatos, contenidos y efectos, junto a otros juegos no considerados como tales, tratamos de valorar formalmente las diferencias a priori entre unos y otros.

Una vez valorados estos aspectos formales decidimos construir una tarjeta con una serie de indicadores de valoración (ver Anexo 4) que permitiera establecer las diferencias mediante puntuaciones otorgadas por personas distintas. De esta manera realizamos un test limitado para contrarrestar la subjetividad de una sola valoración mediante las opiniones de un grupo de diez personas.

La tarjeta de indicadores incluye algunos de los aspectos que se recogen en el cuestionario elaborado por ADESE para la catalogación comercial de los videojuegos por edades, según el acuerdo firmado por esta asociación y el Ministerio de Sanidad y Consumo a finales del año 2000. Además de estos aspectos se incluyeron algunos otros diseñados al efecto, tratando de recoger información sobre:

- grado de violencia del juego
- nivel de entretenimiento que implica
- habilidades que requiere
- tratamiento de género

El grupo de valoración se constituyó mediante diez personas de distintas características: jóvenes y adultos, usuarios y no usuarios, profesionales y no profesionales; de los profesionales se seleccionó a pedagogos, psicólogos y educadores.

En dos sesiones demostrativas se presentaron todos los juegos seleccionados y tras cada uno de ellos, cada uno de los miembros del grupo puntuó todos los aspectos recogidos en la tarjeta de valoración, que se adjunta a continuación.

Los resultados, tras la grabación y análisis, son los que se ofrecen en el capítulo 7.2.

MODELO DE TARJETA DE VALORACIÓN DE VIDEOJUEGOS PARA SESIONES DEMOSTRATIVAS.

NOMBRE DEL JUEGO:

		desacuerdo			acuerdo			
1	Es necesario ser muy hábil para jugar a este juego.	1	2	3	4	5	6	7
2	Es necesario tener muchos reflejos para jugar a este juego.	1	2	3	4	5	6	7
3	Es necesario tener mucha imaginación para jugar a este juego.	1	2	3	4	5	6	7
4	Es necesario tener buena memoria para jugar a este juego.	1	2	3	4	5	6	7
5	Aparecen muchos actos de mutilación o tortura de humanos o animales.	1	2	3	4	5	6	7
6	Hay muchas agresiones a personas, animales o cosas.	1	2	3	4	5	6	7
7	En el juego se reflejan amenazas o violencia sexuales.	1	2	3	4	5	6	7
8	Los personajes cometen delitos sistemáticamente.	1	2	3	4	5	6	7
9	Se muestran técnicas que pueden ser utilizadas para cometer delitos.	1	2	3	4	5	6	7
10	Los personajes fuertes agreden a otros más débiles	1	2	3	4	5	6	7
11	Se establecen relaciones de sumisión /dominación entre los personajes.	1	2	3	4	5	6	7
12	Aparecen sonidos o efectos gráficos desagradables e incluso repugnantes.	1	2	3	4	5	6	7
13	La combinación de imágenes y sonidos provoca miedo.	1	2	3	4	5	6	7
14	Los diálogos son muy violentos.	1	2	3	4	5	6	7
15	Los personajes son muy violentos desde el inicio	1	2	3	4	5	6	7
16	Las acciones mostradas son muy crueles.	1	2	3	4	5	6	7
17	La representación de la violencia que se muestra en el juego es muy realista.	1	2	3	4	5	6	7
18	El concepto del juego cambiaría radicalmente si se elimina la violencia.	1	2	3	4	5	6	7
19	En el juego se manifiestan actitudes machistas.	1	2	3	4	5	6	7
20	Los personajes femeninos del juego reflejan estereotipos machistas.	1	2	3	4	5	6	7
21	Las relaciones que muestra entre hombres y mujeres son inaceptables	1	2	3	4	5	6	7
22	El juego está claramente dirigido a usuarios masculinos.	1	2	3	4	5	6	7
23	El juego fomenta el racismo o la xenofobia.	1	2	3	4	5	6	7
24	El juego incita al consumo de tabaco, alcohol u otras drogas.	1	2	3	4	5	6	7
25	El juego fomenta el uso de blasfemias y tacos	1	2	3	4	5	6	7
26	El juego es muy violento	1	2	3	4	5	6	7
27	El juego genera mucha agresividad en el jugador	1	2	3	4	5	6	7
28	El juego es muy entretenido (divertido)	1	2	3	4	5	6	7
29	El juego es muy absorbente	1	2	3	4	5	6	7
30	El juego es muy estresante	1	2	3	4	5	6	7

CAPÍTULO 3

EL MERCADO DE LOS VIDEOJUEGOS EN ESPAÑA: UNA PERSPECTIVA DESDE LA OFERTA

El objetivo fundamental de esta primera fase de la investigación es ofrecer una primera aproximación a la estructura del mercado de los videojuegos, que nos sirva de marco para, posteriormente, poder contextualizar las posiciones de los usuarios. Para ello, y asumiendo que nos encontramos ante un mercado tan complejo y vasto como escasamente estudiado, recurrimos a una serie de informantes clave (representativos de las principales posiciones que definen el mercado), a partir de cuya información estructuraremos el posterior análisis.

El mapa de situación que a continuación presentamos será, por tanto, un constructo elaborado a partir de toda la información que las entrevistas con tales informantes nos propiciaron, y así ha de ser considerado. En cualquier caso, lo completo y complementario de todas las posiciones consideradas, permitirá que la contextualización realizada aporte elementos muy representativos de la realidad de este sector del ocio y el entretenimiento juvenil (y no tan juvenil). Sólo a partir de éste primer acercamiento al mercado de los videojuegos, podremos empezar a estudiar los aspectos concretos del mismo que más nos interesen, incluida la aproximación a quienes conforman la demanda: los aficionados ocasionales, habituales, o los auténticos *fanáticos*.

Las personas seleccionadas como informantes bastarían para cubrir, en teoría, las diversas posiciones que componen el mercado (obviando, en esta fase, la demanda, que será objeto de análisis posteriores): desde la creación, desarrollo, distribución, venta y difusión de videojuegos, hasta los diversos organismos de control, tanto internos como externos, del propio mercado. Así, llevamos a cabo catorce entrevistas semiestructuradas, con dos objetivos fundamentales. Por un lado, recabar información, a partir del relato de personas avaladas por su trayectoria y/o ubicación profesional, sobre las diversas posiciones que componen la oferta del mercado. Por otro lado, obtener una visión panorámica de ese mismo mercado (producción, venta, usuarios...) y las principales polémicas que lo protagonizan (violencia, *adicción*...).

Se realizaron entrevistas a las siguientes personas:

Creación:

- Dos creativos;

Desarrollo y distribución:

- un jefe de comunicación de una compañía desarrolladora y distribuidora nacional;
- un director comercial de una compañía desarrolladora y distribuidora nacional;
- un director de una empresa desarrolladora y distribuidora nacional;

Marketing/comercialización:

- un responsable de marketing de una empresa distribuidora perteneciente a una multinacional;

Difusión:

- una redactora de una revista de videojuegos en Internet;
- un redactor jefe de una revista especializada en videojuegos;

Venta:

- un responsable de un punto de venta de videojuegos de segunda mano, importación y coleccionismo;
- un responsable de una tienda de venta y alquiler de videojuegos;

Sala de recreativos:

- un responsable de un salón recreativo;

Organismos de control/seguimiento:

- el director general de la Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (ADESE);
- dos responsables del Equipo de Educación en Derechos Humanos de Amnistía Internacional (entrevista simultánea);
- la presidenta de la Plataforma de Asociaciones de la Infancia.

De todas las posiciones que componen la oferta, se podrá echar en falta alguna referencia a las grandes superficies que venden videojuegos. Y no es que se desechara la posibilidad de realizar alguna entrevista a algún responsable de tal sector de la venta, sino que aquéllos que fueron consultados denegaron, repetidas veces, la invitación a participar. En cualquier caso, las personas que sí participaron nos permitieron dibujar una visión panorámica de lo que, en sus líneas generales, constituye el mercado español de videojuegos y las principales polémicas que suscita como fenómeno social.

3.1 PANORÁMICA GENERAL DEL MERCADO

Las peculiaridades de un mercado aún joven, pero emergente y en continuo desarrollo, dificultan enormemente la tarea de describir exhaustivamente y con precisión el mismo. Más aún por cuanto es uno de los mercados afectados por el hecho de que gran parte del producto que circula lo hace de forma *pirata*. A pesar de ello, disponemos de algunos datos que nos permitirán contextualizar y acotar el campo de la investigación.

A partir de la información recabada en las entrevistas con los informantes clave, podemos señalar que el mercado español comienza a desarrollarse a partir de la llegada, desde Inglaterra, de productos de Sinclair y, algo más tarde, Spectrum (aunque previamente ya existían pequeñas consolas de Atari). Paralelamente se desarrollan ordenadores que permiten jugar a diversos videojuegos (los de Commodore). En España, es la empresa Amstrad, junto con Investrónica (grupo asociado al Corte Inglés), quien comienza a desarrollar el tema. Al tiempo que se comercializan productos extranjeros, surge, poco a poco, una pequeña industria española, principalmente basada en la distribución de productos importados, pero que comienza a crear algunos juegos propios.

Emerge con fuerza un sector de la industria dedicado a la creación de videojuegos en consola (lo que resta protagonismo a los juegos para PC), destacando en un primer momento Nintendo, que desarrolla pequeñas consolas que obtienen enorme éxito en Japón y EE.UU., éxito que se exporta a todo el mundo. Más tarde llegarían al mercado consolas progresivamente más

potentes, tanto de SEGA (Sega Mega Drive) como de Sony (Playstation). Cada compañía sigue desarrollando y mejorando sus anteriores modelos. Así, SEGA lanza la Dreamcast, Sony crea la Playstation 2, Nintendo desarrolla su nueva plataforma, e incluso Microsoft se plantea una próxima entrada en el mercado con XBOX.

Al tiempo que aumenta la competencia en el sector de las consolas, el mercado de videojuegos para PC sigue incrementando sus adeptos al crecer rápidamente el número de hogares que poseen ordenador. Sin embargo, la evolución de los propios juegos se produce de forma más rápida que la renovación de los PCs en los hogares, lo que da lugar a situaciones de estancamiento en el mercado.

En cualquier caso, los propios avances tecnológicos conducen a que tiendan a difuminarse las diferencias entre los distintos soportes, pues las nuevas consolas tendrán prestaciones muy similares a las de un ordenador, lo que podría llevar a cambiar el hecho de que existan juegos más adecuados para uno u otro soporte (acción y deporte en consola, y estrategia en PC). También conviene tener en cuenta el gran avance de los juegos *on line*, además de las inmensas posibilidades que aporta la llegada de la *banda ancha*, aunque en España aún es pronto para ofrecer datos al respecto.

En España, el mercado de videojuegos ha ido evolucionando a medida que evolucionaba el mercado internacional, pero aún se encuentra menos asentado que en otros países y sigue estando basado en la importación de los productos. Ciudades como Madrid y, especialmente, Barcelona, representan los puntos de máximo desarrollo de una industria de ocio y entretenimiento aún emergente en nuestro país, pero con importantes perspectivas de futuro.

En lo que a PC se refiere, el Estudio General de Medios (en datos proporcionados por la empresa FX Interactive: "*The Spanish PC Market*", Mayo de 2000) calcula que, a finales de 1999, eran cerca de 3 millones los PCs empleados para el uso personal en los hogares españoles, lo que supone un aumento del 15% en la penetración de estos ordenadores en las casas de los españoles respecto al año anterior. Ese mismo año es considerado como el del asentamiento de Internet en España, pues a principios de 2000 se estimaron en 4.3 millones los usuarios de la red, incrementando casi un 60% respecto al año anterior.

Se calcula que, también en 1999, el mercado de juegos para PC movió en España entre 7.400 y 15.000 millones de pesetas, mientras las consolas y los videojuegos de consolas movieron unos 65.000 millones de pesetas (por las características de este mercado, habremos de tomar estos datos con gran cautela). Por su parte, se estima que el número de consolas (Dreamcast, Nintendo, Playstation) existentes en los hogares españoles oscila entre 3 y 3.5 millones, además de un millón de unidades de Game Boy. El número medio de unidades vendidas de cada videojuego ronda las 2.500, y son aquéllos que venden más de 7.000 unidades los que se consideran *superventas* (ventas

superiores a 10.000, o incluso 100.000 copias, están reservadas a sucesos muy específicos). El total de videojuegos vendidos estaría entre 8 y 10 millones.⁹

Pero el mercado español sigue mostrándose escaso en lo que se refiere a su faceta creadora y desarrolladora (la creación española parece estar en torno al 1% del total, aunque algunas fuentes la sitúan en un 10%), limitándose a adaptar, en muchos casos, los juegos provenientes de Estados Unidos, Inglaterra, Japón o Francia. Sólo cuando el producto es claramente demandado (como ocurre con los juegos sobre fútbol) o existe la posibilidad de exportarlo (como ha ocurrido con los juegos "Blade", "La Prisión" o "Commando"), se aventuran las empresas nacionales. Algunas pequeñas compañías subsisten a base de vender productos propios, pero nunca a niveles comparables con empresas internacionales. Por su parte, todas las grandes empresas internacionales que crean y comercializan videojuegos (excepto Square Soft) tienen sede subsidiaria en España.

Se calcula en 200 o 300 las personas dedicadas a crear y desarrollar videojuegos en España, aglutinadas en torno a cuatro o cinco empresas (Revel Act, Dynamic, Piro, Virtual Toys, FX Planet). Entre todos ellos, es probable que no haya más de 20 personas que puedan denominarse, siendo precisos, creativos (si dejamos fuera de tal categoría a quienes desarrollan los productos pero no participan en la fase de creación y puesta en marcha de los mismos).

Lo escasamente desarrollado de este sector de la industria española de videojuegos suele ser atribuido, entre otros motivos, a la inexistencia de formación especializada al respecto, la escasa infraestructura, y a unas remuneraciones bastante inferiores a las percibidas por programadores de otros sectores. No hay carreras de programación, ni asignaturas dedicadas al tema, por lo que los creadores, programadores y desarrolladores, suelen formarse en el seno de las propias compañías. Todo ello conduce a que el trabajo de creativo de videojuegos tenga un importante componente vocacional.

Como ya hemos señalado, todos estos datos habrán de ser tomados con cautela. Lo joven de esta industria y la gran importancia de un mercado que se mueve por canales *alternativos* a los cauces de comercialización oficiales, conduce a que no existan mecanismos de medición y control que estén lo suficientemente desarrollados (y los estudios que se realizan no suelen ser tomados muy en serio por los propios protagonistas de la industria). Sólo los estudios de mercado y los ficheros privados elaborados desde las propias compañías, podrán aportar algunos datos referidos a aspectos concretos. En cualquier caso, no existen datos completos y contrastables que nos permitan eliminar la duda respecto a posibles sesgos en los mismos.

⁹ Datos proporcionados por ADESE y FX Interactive. Las diferencias entre las diversas fuentes consultadas propician lo amplio de algunas de las *horquillas* consideradas. Algunos expertos consultados aseguran que las cifras de ventas descendieron en el año 2000, sin aportar datos al respecto.

3.2 CREACIÓN Y DESARROLLO.

Desde que surge la idea sobre un videojuego hasta que éste se comercializa y distribuye, se suceden diversas etapas que, en gran medida, están marcadas por las características y demandas del mercado. Este aspecto condiciona especialmente la labor del creativo, que ha pasado de aglutinar gran parte de las funciones del proyecto a ser parte integrante de un equipo multiprofesional, que incluye a programadores, grafistas, músicos, coordinadores de proyectos, diseñadores de mapas, informáticos, guionistas, etc., etc., pudiendo llegar a agrupar hasta 100 o más personas.

La especialización de un creativo o desarrollador se realiza en función de las herramientas de trabajo empleadas: programadores 3D, programadores 2D, programadores de lógica, inteligencia artificial, mapistas, probadores de redes, etc. Normalmente trabajan en juegos para PC, básicamente por comodidad, pues en C tienen todos los elementos a mano (herramientas de programación, programas de creación de gráficos, sonidos, bases de datos...). Para programar y desarrollar en consola es necesario comprar un kit de altos costes, además de obtener una licencia de la creadora del soporte concreto (que se reserva la distribución del producto). Por ello, lo más normal es que se realicen juegos para PC, los cuales se adaptarán a las consolas que lo soliciten.¹⁰

En lo que respecta a la diferenciación por géneros de videojuegos (plataforma, aventura gráfica, deportes, simuladores, estrategia, lucha...), el trabajo de creadores y desarrollistas no requiere de especializaciones concretas en función de tal género, pues los elementos, pautas, condicionantes y objetivos suelen ser los mismos. Más aún por cuanto la tendencia del mercado es a superponer y combinar géneros (algo que dificulta enormemente la labor de la persona que pretenda realizar algún tipo de clasificación genérica de los videojuegos predominantes en el mercado).

Esta forma de trabajo estructurada en torno a equipos multidisciplinarios, supone que, en la mayoría de las ocasiones, los creativos trabajen por encargo directo de las empresas desarrolladoras y distribuidoras, que cuentan con sus propios equipos, algunos de cuyos departamentos están encargados de buscar, contactar y encargar proyectos a equipos externos. En algunas ocasiones son equipos externos a la empresa los que proponen ideas para que éstas financien y distribuyan un futuro producto. En otras ocasiones, las editoriales compran los derechos de una propiedad intelectual y encargan su desarrollo a equipos internos o externos (equipos que pueden continuar o disolverse una vez terminado el producto).

¹⁰ En cualquier caso, los avances tecnológicos propician que cada vez sean menores las diferencias entre la creación de juegos para PC y para consolas. Así, el mercado prevé la próxima aparición de consolas que utilicen un sistema operativo técnicamente muy similar al de los PCs, integrando DVD, etc.

Según relatan los propios protagonistas, hace unos años existían más iniciativas personales y externas a las grandes compañías: pequeños equipos de creativos desarrollaban propuestas medianamente trabajadas, las cuales transmitían a las editoriales y distribuidoras, que financiaban a plazos la producción del juego. Muchas multinacionales con dinero se habían introducido en el mundo del videojuego y buscaban creativos con ideas. Sin embargo, el mercado sufrió una importante inflación y las políticas de las empresas cambiaron, potenciándose el desarrollo interno. Ello condenó a la creación independiente a la práctica desaparición, lo cual, unido a la escasa producción propia de las empresas españolas, refuerza el hecho de que los creativos trabajen más desde dentro de las propias editoriales y empresas distribuidoras. Actualmente, en España, la mayoría de distribuidoras tienen sus propios creativos.

En el proceso de creación, partiendo de una idea original o de un tema concreto, los creativos y desarrolladores que han recibido el encargo irán afrontando las diversas fases de la creación del juego en función de los objetivos, limitaciones y correcciones que la propia empresa vaya estableciendo (directrices, todas ellas, orientadas a la maximización de las ventas). Independientemente de que, en la puesta en práctica de tales planteamientos, los creativos y desarrolladores tengan la posibilidad de aportar un mayor o menor grado de creatividad u originalidad, lo que sí es cierto es que la relación que se establece respecto a las editoriales y distribuidoras es, lógicamente, de dependencia. Éstas son quienes, en última instancia, deciden cómo debe ser un producto para que sea vendible.

Las pautas de la financiación,¹¹ y la intervención, en uno u otro sentido, de los responsables de la compañía que financia el proyecto, marcan de forma definitiva el trabajo del creador. En cualquier caso, tanto creativos como desarrolladores o directivos, parecen tener claro cuál es el objetivo último de un videojuego: que las ventas del producto superen la inversión inicial.

Sin embargo, la gran mayoría de los proyectos iniciados se pierden por el camino. El porcentaje de productos que consigue finalizarse y distribuirse es muy pequeño (algunos lo estiman en torno al 5% o 10%); las empresas que copan los primeros puestos de la industria del videojuego repiten fracaso tras fracaso y sólo los contados productos o videojuegos que se convierten en superventas, equilibran las cuentas de estas compañías. En general, el fracaso suele deberse a que se prolongan demasiado los tiempos de desarrollo del videojuego, por lo que deja de ser rentable continuar con tal proceso. También puede ocurrir que otro producto de la propia compañía perjudique su desarrollo (se evitará sacar al mercado dos productos similares), o incluso que las relaciones entre el creativo y la empresa se deterioren.

¹¹ Fuentes consultadas señalan que esta financiación suele oscilar entre un millón de dólares (para presupuestos bajos) y diez millones de dólares (para presupuestos altos).

En una industria que sobrevive gracias a la importación y posterior comercialización de los videojuegos creados en otros países, la traducción y adaptación de tales productos (desde el manual de contenidos al propio juego) resulta un elemento fundamental a tener en cuenta en el desarrollo del proceso. Tanto, que existen equipos de trabajo dedicados, exclusivamente, a la adaptación de los videojuegos a las peculiaridades del mercado español. Estos procesos de adaptación, que contribuyen al acercamiento del producto a un mayor número de público, suponen importantes cuantías económicas que no todas las compañías pueden asumir.

Una vez que han sido considerados todos los elementos y el proceso de desarrollo del juego está muy próximo a su finalización, en la línea de cualquier lanzamiento de productos/servicios, se suele realizar una "demo" sobre la que se testa el producto a modo de control de calidad, tanto en lo referido a la opinión del público (realizando, cuando es posible, estudios de mercado previos, como dinámicas de grupo, por ejemplo), como a todo aquello que afecta al funcionamiento concreto del producto. En este sentido, y pese a realizar largos procesos de testeo, parece difícil garantizar que un producto que sale al mercado no fallará en nada, sobre todo en lo que se refiere a los juegos para PC; sólo los productos fabricados para consolas parecen asegurar en mayor grado su funcionamiento, ya que se trata de máquinas que tienen la misma configuración. Finalmente, en todo caso, los máximos responsables de las compañías evaluarán las posibilidades del juego propuesto en cuanto a comercialidad, originalidad, calidad, duración en el tiempo, posibilidades de promoción y decidirán las políticas de lanzamiento.

Como ya hemos apuntado anteriormente, el proceso que va desde la concepción de un videojuego hasta su desarrollo y comercialización, está muy marcado por las pautas que establece el mercado. Lógicamente, y así lo reconocen los propios implicados, el objetivo fundamental de todo producto ideado y desarrollado será vender el mayor número de unidades posibles; para lo cual es necesario tener en cuenta toda una serie de elementos definidos por el propio sector.

En primer lugar, resulta imprescindible conocer la realidad del mercado, especialmente en lo que se refiere a los productos de la competencia y a los últimos avances tecnológicos. Las ideas originales que dan lugar a nuevos juegos no son excesivas, y en la mayoría de los casos se lanzan al mercado productos que consisten en la mejora, revisión o continuación de productos e ideas ya existentes, tanto propios como ajenos, y ya sea en su vertiente técnica o en la referida a contenidos y originalidad.

En este sentido, la mejora de las condiciones técnicas de un producto resulta esencial por cuanto propicia uno de los elementos que más suelen tener en cuenta creativos y usuarios, la *jugabilidad*, es decir, la existencia de un desarrollo lógico, fluido, no demasiado complicado (pero tampoco

excesivamente simple) y, sobre todo, exento de contratiempos y sobresaltos derivados de deficiencias en la configuración técnica del producto.

Tal *jugabilidad*, junto con otros muchos elementos como el guión, los contenidos, los personajes, la calidad de los gráficos y el sonido, el nivel de inteligencia artificial, la capacidad de decisión, la competitividad, el hecho de que provoque sensaciones de algún tipo (aventura, emoción, "adrenalina"...), la música, los retos, etc., dan lugar a un conjunto unitario que propicia lo que muchos denominan la *enganchabilidad* (o incluso capacidad de *adicción*)¹², elemento esencial para el éxito de un videojuego. *Enganchabilidad* en un doble sentido: inmediata (que, según estás jugando, tengas ganas de seguir haciéndolo hasta completar la historia, aventura o competición), o más permanente (tener ganas de jugar incluso cuando no lo estás haciendo). Por lo general, los juegos que reúnen elementos de rol, acción, aventura y estrategia/toma de decisiones, suelen ser considerados los que más *enganchabilidad* provocan.¹³

Los diversos elementos enunciados serán valorados en mayor o menor medida en función del género que caracterice al videojuego. Así, por poner un ejemplo, las aventuras gráficas potencian los guiones, personajes, diálogos, gráficos y ambientes, mientras los juegos de estrategia se centran más en la capacidad de toma de decisiones y en el grado de inteligencia artificial de la máquina (capacidad para sorprenderte, crearte dilemas...). En cualquier caso, la creciente tendencia a mezclar géneros, provoca que los productos que pretendan sorprender y ser originales tiendan a reunir la gran mayoría de estos elementos.

Un producto de éxito ha de seducir al usuario mediante sus características técnicas y estéticas, ha de provocar en él un sentimiento de complicidad y un deseo de participación basado en la imaginación, la diversión y la actitud de superación, y ha de otorgarle una sensación de control sobre el juego. Lo cierto es que, sin saber con exactitud sobre qué elementos concretos descansa el hecho de que un producto resulte más atractivo que otro, un juego que cree expectativas antes incluso de ser comercializado y que, una vez probado, despierte en los usuarios el interés suficiente para querer practicarlo con asiduidad, se constituye en un objetivo altamente deseable para la empresa que lo desarrolla, pues otorga gran imagen comercial, lo que repercute directamente en las ventas.

Otra tendencia del mercado que orienta el desarrollo de muchos videojuegos, es la creciente aceptación de los productos *on line*, donde un jugador puede compartir partida con otras muchas personas. La gran capacidad de interacción

¹² No remite el término a su significado como patología. En este caso, la *enganchabilidad* sería equiparable al gusto por practicar cualquier actividad recreativa.

¹³ Siempre hay sorprendentes excepciones, como lo fue el célebre *Tetris* (juego consistente en colocar ordenadamente diversas figuras geométricas), que obtuvo un espectacular éxito hace escasos años.

que propicia esta modalidad, provoca una gran implicación por parte del usuario, que siente potenciado el elemento de competitividad del producto, algo que se constituye en un valor añadido al resto de elementos que aporte el juego. Además, en esta modalidad y frente a otro tipo de videojuegos, el usuario encuentra una práctica de ocio grupal, tanto dentro como fuera de casa.¹⁴

Sin embargo, las dificultades técnicas y económicas que presenta el empleo de Internet en España, propician que el desarrollo de estos juegos *on line* sea aún minoritario en nuestro país (bastante menor que en otros países). Pero sí funcionan las opciones de *multijugador* en juegos de otras características, lo que demuestra que la posibilidad de interacción y la competitividad se constituyen en elementos muy atractivos en el desarrollo de un videojuego.

Aunque más adelante se aborda la visión sobre la demanda, desde el punto de vista de la creación no parece tener importancia la selección previa de un público objetivo (por lo que ello pudiera afectar a los contenidos o presentación de los videojuegos). Las consideraciones al respecto, cuando menos, suelen ser muy matizadas por creativos y desarrolladores. En primer lugar, porque defienden la idea de que los productos van dirigidos a la *población en general*. En segundo lugar, porque no se reconoce la existencia de estudios de mercado lo suficientemente fiables como para establecer una panorámica ajustada del perfil de los usuarios de cada género o soporte.

Lo que sí parece aceptado es que los usuarios de consolas tienen una edad media inferior a los usuarios de PC, algo que puede condicionar los géneros y contenidos de estos soportes (acción y plataforma los primeros, estrategia y rol los segundos, por ejemplo). Así, los elementos visuales, sonoros y de animación pueden contribuir a seducir a los usuarios más jóvenes, mientras componentes como el guión y los personajes se potenciarán a medida que aumenta la edad del jugador. Evidentemente, habrá algunos juegos dirigidos a un público infantil y otros de temática más adulta, pero entre tales límites existe todo un amplio abanico difícilmente clasificable.

En cualquier caso, el videojuego, que comenzó como un fenómeno casi exclusivamente infantil, ha ido acercándose a usuarios de mayor edad de forma progresiva, lo que tiende a matizar y difuminar las diferenciaciones. Actualmente, la mayoría tiende a situar el grueso de los usuarios de videojuegos en el amplio margen que va desde los 14 a los 30 años (aunque los datos disponibles corresponden a registros de ventas, algo que limita la posibilidad de extraer conclusiones al respecto). Las previsiones son que la edad media de los usuarios siga aumentando.

¹⁴ Cabe señalar, porque así lo manifiestan muchos expertos, que aquéllos que practican esta modalidad de juegos, cuando lo hacen en locales dedicados a tales actividades (recreativos, centros de ocio), parecen dispuestos a pagar por ello, mientras no ocurre igual cuando se sitúan, conectados a Internet, frente al PC de su casa.

Sí existen grandes diferencias si consideramos la variable género. Sin entrar en los elementos que componen el imaginario social en cuanto a las diferencias por sexo respecto al uso de videojuegos (algo que haremos más adelante, junto a otras consideraciones del perfil de los usuarios), no podemos obviar que la inmensa mayoría de los videojuegos que salen al mercado están dirigidos a un público masculino, y así lo reconocen la mayoría de los entrevistados. Nos encontramos ante un sector fundamentalmente masculino, donde apenas hay mujeres en los puestos creativos, desarrolladores o directivos, y donde se conciben los productos en función de temáticas, situaciones y personajes dirigidos, en líneas generales, a los chicos. Y todo ello, a pesar de que los responsables de crear y comercializar los videojuegos afirman no tener en cuenta el sexo del público destinatario a la hora de desarrollar un producto.

De cualquier modo, también se apunta un creciente acercamiento de la mujer al mercado de los videojuegos (aunque aún muy minoritario), algo que ha conducido a la incorporación de personajes y temáticas más cercanas al público femenino (o, cuando menos, no tan centradas en el usuario masculino). Esto se percibe, a primera vista, en los juegos de rol y aventuras gráficas, que suelen ser considerados como los que más parecen atraer a las chicas.

3.3 DISTRIBUCIÓN Y VENTA

3.3.1 Promoción y distribución

Una vez concluida la fase de creación del producto, habrán de ponerse en marcha todos los mecanismos que permiten la adecuada comercialización del mismo. Si las labores de promoción y distribución de un videojuego (como de cualquier otro producto) no se hacen de forma adecuada, todo el proceso de creación/desarrollo puede no alcanzar resultados satisfactorios por la falta de repercusión del mismo.

Normalmente, las compañías que desarrollan videojuegos en España suelen encargarse también de la promoción y distribución de los mismos (tanto a grandes superficies, como a pequeñas tiendas y quioscos). Por otro lado, existen empresas filiales de grandes multinacionales cuya misión es la adaptación y distribución en el mercado español de los productos creados por la compañía *madre*. Incluso compañías españolas que comercializan sus propios videojuegos, se dedican también a distribuir los productos de empresas extranjeras sin representación en España.

Dependiendo del tipo de videojuego que pretenda comercializarse, las políticas de marketing serán de una u otra forma. Por un lado, se emplearán los medios publicitarios adecuados al perfil de usuario al que se pretende llegar (las diferencias, como ya se ha explicado, serán evidentes cuando se pretenda diferenciar entre público infantil o adulto, pero no tanto para el resto). Por otro lado, los departamentos comerciales de cada compañía establecerán contacto con la red comercial del mercado (o con distribuidoras intermediarias, si es que

requieren de ellas) para dar a conocer las novedades de la empresa. Todas las decisiones que afecten a la política de marketing, se tomarán a partir de las referencias que se posean sobre la situación del mercado y de los productos de la competencia.

La publicidad sobre videojuegos emplea medios especializados (revistas de informática y videojuegos, portales de Internet, tiendas de venta y alquiler), pero también recurre a otros más generalizados (periódicos, vallas publicitarias, anuncios televisivos...) que sirven para el público menos vinculado, y que requieren de elevados presupuestos dedicados a promoción. Desde muchas compañías se admite que gran parte de la publicidad está orientada a las personas que no juegan habitualmente con videojuegos; quienes ya son aficionados están muy informados y conocen los productos antes de que salgan al mercado gracias a su fidelidad a los medios especializados. Así, cualquiera de los cerca de 3 millones de hogares que tienen un PC y no compran videojuegos, se constituye en objetivo comercial.

Todas las técnicas de marketing y difusión estarán insertadas en los procesos habituales del mercado, con la particularidad de que la industria del videojuego experimenta un efecto *endogámico* o *comunitario* que potencia la extensión del "boca a boca" y la existencia de numerosos puntos de encuentro (físicos, como tiendas o salones de ocio, o *virtuales*, como foros y chats en Internet) donde los aficionados intercambian la información de que disponen, sirviendo a su vez de tablón de anuncios publicitario de cara a la promoción.

3.3.2 Tiendas y centros especializados: venta y alquiler de videojuegos

Frente a las grandes superficies, enfocadas a un público amplio y heterogéneo, y cuya política comercial suele estar centrada en la venta de aquellos productos de contrastado éxito, los pequeños y medianos comercios suelen estar en contacto con un público ya iniciado y habitual. Así, refiriéndonos al mercado de videojuegos, habrá tiendas que vendan productos nuevos, pero también tiendas especializadas que se dedican a la importación y venta de "rarezas" o de productos de segunda mano; otras tiendas que sólo se dedican a juegos para consolas; otras, por fin, que atienden un mercado para el alquiler de estos juegos.

En la venta y alquiler de productos nuevos, el criterio de la tienda suele depender de las políticas comerciales de las empresas creadoras, sin más filtro adicional. Se vende todo aquello que se distribuye, y se alquilan aquellos títulos que cuentan con la aprobación de las compañías (hay empresas que no autorizan el alquiler de sus productos). Para el cliente, el alquiler de un videojuego puede ser un paso previo a la compra del mismo: si lo prueban y les gusta, lo compran.

Por lo general, todos los productos que se distribuyen se venden en las tiendas especializadas, que no adoptan criterios adicionales. Incluso llegan a conseguir juegos en respuesta a la demanda de los clientes (especialmente cuando se trata de productos de importación). Cuando los juegos se van a descatalogar (conviene recordar que la constante evolución de este mercado conduce a la rápida obsolescencia de gran parte de los productos), las compañías avisan a las tiendas, que hacen su previsión al respecto para surtir su demanda sin generar un exceso de stock al que no se pueda dar salida. Sólo en la sección de alquiler se mantendrán algo más de tiempo los títulos ya descatalogados. Internet también se constituye en fuente donde conseguir, en muchos casos de forma gratuita, este tipo de videojuegos.

En la venta y alquiler de videojuegos, los comercios no realizan control ni clasificación de los productos. Por lo general, las tiendas suelen estar ordenadas por plataformas y géneros, independientemente de la clasificación por edades que presente cada uno de los juegos de la plataforma o género concreto.

Este tipo de comercios suele presentar una clientela habitual a lo largo de todo el año. Clientes fieles, entendidos, y que buscan productos concretos. Además, en épocas como Navidades, las ventas (tanto de videojuegos como de consolas) se multiplican espectacularmente. Por lo general, las tiendas suelen elaborar ficheros con los clientes, recopilados a partir de fichas que se rellenan con cada juego vendido o alquilado, o a partir de las consultas o pedidos que reciben vía postal o e-mail.

Cabe destacar que muchas de estas tiendas presentan también salas de juego abiertas al público, de gran éxito entre los jóvenes y con una clientela que también suele ser fiel y habitual.

3.3.3 Salones recreativos y salas de juego

En los últimos años han proliferado los centros de ocio que basan su oferta en las máquinas de videojuegos, situadas junto a billares, futbolines y, en muchas ocasiones, salas para conectarse a Internet. De igual forma, como hemos señalado anteriormente, algunas tiendas especializadas ofrecen también este tipo de servicio.

Según los responsables entrevistados, el público mayoritario de estos centros recreativos oscila entre los 14 y los 25 años, aumentando la media de edad a medida que transcurre el día. Público fiel y muy habitual, con mayor presencia de chicos que de chicas. En los servicios de Internet (muy demandados por un público que presenta un perfil algo diferente: estudiantes, gente mayor, extranjeros...), la media de edad de los usuarios suele ser algo mayor.

Destaca el hecho de que el público suele acudir a estos centros recreativos en grupo, optando además por los juegos colectivos (tanto de consola como en red) en los que prima la interacción y la competencia. Por lo general, sólo

aquéllos que van a utilizar los servicios que ofrece Internet (correo electrónico, *navegar*, trabajo, información...), acuden solos a estos centros. En palabras de los propios dueños y encargados de este tipo de lugares, las salas se constituyen en centros de encuentro, reunión y diversión juvenil, una auténtica alternativa de ocio a discotecas y bares (suelen estar abarrotados durante los fines de semana) que da lugar a un tipo de "comunidad", cuya idea desarrollaremos más adelante.

La regulación de las actividades que se realizan en estos centros recreativos está más relacionada con todo lo referido a la publicidad (prohibición de insertar publicidad en los juegos) y otras actividades paralelas (consumo de alcohol, tipo de competiciones organizadas...) que con el propio uso de los videojuegos, puesto que nadie parece controlar qué personas utilizan determinado juego. Los productos que se ofertan en la sala son elegidos por los dueños y encargados en base a criterios personales. De cualquier modo, tal como señalan los responsables de estos centros, existe un control por parte de la denominada *Brigada del Juego*, sección de la Policía Nacional dedicada a controlar cualquier tipo de irregularidad que se produzca en estas salas.

3.4 DIFUSIÓN: REVISTAS ESPECIALIZADAS E INTERNET

A medida que se ha ido asentando el mercado de videojuegos en España, han aparecido toda una serie de revistas especializadas que buscaban su sitio en tal mercado. Con el tiempo, las propias revistas se fueron especializando en uno u otro sentido (revistas de juegos para PC, revistas de juegos para consolas, revistas de marcas concretas, revistas de informática en general...), en la medida que los usuarios demandaban una información más detallada y concreta. Así, se ha llegado a un nivel muy alto de especialización: la gran mayoría de ellas son para "iniciados".

Mercado (el de las revistas) cambiante, rápido, con constantes nacimientos de nuevas publicaciones y clausuras de otras que no obtuvieron el éxito esperado. Por tener una referencia, podemos señalar (según datos proporcionados por FX Interactive a partir del Estudio General de Medios) que las revistas dedicadas a videojuegos que más se venden, raras veces alcanzan las 50.000 copias al mes, aunque alguna publicación dedicada al mundo de la informática en general llega hasta las 100.000 unidades.

Por lo general, estas revistas están dirigidas a un público ya iniciado, entendido, y que exige una información actual y detallada respecto a temas muy concretos. Resulta fácil asumir que el perfil de ese público coincidirá con el perfil de aquéllos considerados usuarios habituales de videojuegos (hombres en su inmensa mayoría, generalmente entre los 14 y los 30 años). El contacto con este público se realiza a través de encuestas, foros, así como a través de las cartas y correos electrónicos que reciben en las redacciones de cada publicación, *feed-back* que se constituye en importante elemento de una fidelización técnicamente prevista.

Al ser un sector tan marcado por los movimientos del mercado en el que se inserta, sus características y criterios de selección y presentación de contenidos se adaptarán a las tendencias y demandas de tal mercado. La actualidad referida a la oferta de videojuegos del mercado y los nuevos descubrimientos y aplicaciones tecnológicas al mundo de los videojuegos, coparán los contenidos de esas publicaciones.

El auge de la comunicación y difusión de información vía Internet ha provocado que la mayoría de estas publicaciones creen su propia versión digital, así como que aparezcan otras muchas de formato exclusivamente Internet. Las versiones *on line* son algo diferentes que sus *hermanas* impresas (incluso suelen ser realizadas por diferentes equipos de trabajo), pues tienden a ser un complemento de aquéllas, un suplemento que añade agilidad e inmediatez de información, posibilidad (en algunos casos, no en todos) de jugar o probar *on line* algunos juegos, así como diversas posibilidades de interacción entre los propios lectores y con la revista, uno de los elementos sobre los que se fundamenta el éxito de estas revistas *virtuales*.

En ese sentido, las revistas en Internet se constituyen en un enlace entre el jugador y los juegos, pero también entre el jugador y otros jugadores. Así, obtienen grandes resultados los foros y chats en los que los usuarios intercambian información y opinión sobre el mundo de los videojuegos (entre otras cosas, pues no sólo de videojuegos se habla en estos foros). La implicación y participación de los lectores puede llegar a ser tal, que ellos mismos tienen la posibilidad de controlar y regular el desarrollo de las conversaciones y encuentros que tienen lugar en el espacio virtual (adoptando el papel que conocen como "moderadores"). Sobre la potenciación de todos estos aspectos que ofrece el formato Internet, trabajan las publicaciones de este tipo para fidelizar a su clientela.

En principio, el público de las revistas impresas y las revistas en Internet tiene el mismo perfil, aunque habrá gente que sólo consulte las versiones *on line* y gente que prefiera las publicaciones que aparecen en los quioscos. En el caso de que existiera algún tipo de interés en establecer los perfiles de usuarios de Internet a través de establecer cierto control sobre los mismos, tampoco resultaría fácil establecer tal control, a pesar de que, técnicamente, se pueda llegar a saber desde dónde y cuándo se ha establecido la conexión a Internet (en ocasiones, las publicaciones pueden obligar a registrarse a los usuarios que deseen participar en algún tipo de foro).

Los beneficios de estas revistas *virtuales* provienen de la publicidad insertada en sus páginas, pues aún no está asentada en España una cultura de videojuegos tal como para que los usuarios estén dispuestos a pagar por acceder a los servicios que ofrecen dichas webs.

3.5 LA DEMANDA PERCIBIDA DESDE LA OFERTA

A partir de la visión aportada desde las distintas posiciones que componen la oferta del mercado de videojuegos (creativos, desarrolladores, editoriales, distribuidoras, vendedores, periodistas especializados...) podemos señalar algunos de los elementos que componen una aproximación general al perfil de los usuarios, además de analizar algunas de las posibles percepciones que componen tal visión.

En primer lugar, el acuerdo es absoluto a la hora de definir el mercado de los videojuegos como un mercado *masculino*. Se da por hecho que, empezando por los creadores y terminando por los propios usuarios y aficionados, la gran mayoría de los actores implicados son hombres, si bien también es apreciable un lento pero progresivo aumento del número de mujeres que participan de este sector de ocio. A pesar de ello, tanto los contenidos de los juegos como el enfoque de los mismos, se caracterizan por potenciar los elementos que atraen a su público mayoritario, los chicos, en lo que constituye una suerte de círculo vicioso: los videojuegos se piensan para hombres porque son su público mayoritario, y el público mayoritario es masculino porque la gran mayoría de los videojuegos están ideados para ellos.¹⁵

Esta realidad se sustenta sobre ciertos elementos que componen el imaginario social que consolida la percepción de algunas diferencias entre hombres y mujeres. Así, desde bastantes posiciones se apunta que las mujeres aún mantienen una visión del PC más "práctica" (elemento de trabajo y no de ocio; es decir, elemento para *ganar* tiempo, no para *perderlo*); que, a pesar de ello, siguen teniendo menos interés por la tecnología que los chicos, que asumen el mundo de los videojuegos como algo extraño y ajeno a sus intereses y que, cuando finalmente se adentran en él, lo hacen a través de sus amigos o parejas. Tras muchos de los elementos que componen tal planteamiento se encuentra un claro estereotipo, vinculado a la tecnología, que asume el menor interés y la menor habilidad de la mujer respecto a todos los elementos que componen ese campo (como los ordenadores y videojuegos, pero también la mecánica, la electricidad, u otras como la carpintería, fontanería, etc.). Además, respecto a las mujeres que sí gustan de practicar con videojuegos, se suele señalar (sea o no cierto) que prefieren un tipo de juego determinado, alejado de la acción y el deporte y más cercano a la aventura gráfica y a la estrategia.

Respecto a la edad, establecer una clasificación de los usuarios resulta complejo por lo amplio de la horquilla considerada, que en su tramo mayoritario suele situarse entre los 14 y los 30 años, pero que, en casos concretos, puede llegar a ampliarse (hasta los 11 por abajo y hasta los 35 por arriba). Sí parece

¹⁵ En este punto, cabe señalar que muchos de los informantes entrevistados, especialmente aquéllos que ocupan algún lugar en el proceso de creación y desarrollo de videojuegos, muestran cierta ambigüedad al respecto, pues por un lado señalan que los juegos no se crean pensando en el género del usuario, mientras por otro lado asumen que el mercado de los videojuegos se comporta de forma "machista".

existir acuerdo en la afirmación de que el público más joven se decanta por los juegos de plataforma y acción (para consolas, principalmente), mientras el interés por juegos de rol y estrategia, de desarrollo más complejo, crece a medida que aumenta la edad. Los usuarios de PC suelen ser un público más adulto.

No existen estudios (al menos que hayan sido hechos público) que relacionen las diversas variables socioestructurales con el uso o preferencia por uno u otro género de videojuegos. A pesar de ello, se suele asumir un perfil medio de usuarios perteneciente a una clase social media y media-alta, principalmente por la posibilidad de contar con un PC en casa y por los precios que alcanzan las consolas de última generación. El precio de los juegos en sí puede resultar menos indicativo de la disponibilidad económica requerida, debido a la gran importancia que adquiere la *piratería* en el seno de este mercado.

Lo que los agentes de la oferta conciben como uno de los elementos que caracteriza al público usuario de videojuegos es la ilusión por la pertenencia (más o menos consciente) a una especie de "comunidad" que, más allá de posibles diferencias entre ellos, aglutina a todos en torno a aficiones comunes y claves de entendimiento propias.¹⁶ Pero esta "comunidad", a pesar de encontrar el nexo de unión entre sus *miembros* en el gusto por jugar con videojuegos, no limita su contacto a los temas referidos a estos videojuegos, y puede llegar a establecer un vínculo más amplio referido a muchas otras aficiones, gustos e intereses. Este punto es refrendado por aquellos agentes de la oferta que están en contacto con los usuarios, ya sea desde un punto de venta, como desde una sala de juegos, como desde un portal de Internet o revista especializada. Así, afirman que los chicos y chicas que se conocen en el contexto del *mundo de los videojuegos*, organizan sus propios chats para hablar de otras muchas cosas, sus propios campeonatos y encuentros, viajes...

La idea de "comunidad" encuentra uno de sus pilares fundamentales sobre el concepto de "grupo": el gusto por los juegos colectivos y basados en la interacción entre varias personas es una de las principales tendencias del mercado de los videojuegos en los últimos años; los grupos de amigos acuden juntos a las tiendas y salas de juegos como auténtica alternativa de ocio grupal (lugares de encuentros y expectativas, como lo puede ser un bar o una plaza pública); los chats crean y consolidan relaciones grupales en las que cada cual adopta su rol (el líder, el moderador, el entendido, el polémico...), etc. Este hecho conduce a que sea precisamente la potenciación de todos los elementos que conforman e impulsan la idea de "comunidad", una de las estrategias de las compañías en la fidelización de su clientela.

Pero también existe una visión estereotipada de un sector de aficionados a esta forma de ocio que se mueve en otro sentido. Es la visión respecto a quienes se

¹⁶ La palabra "comunidad" es citada, de forma literal y refiriéndose a los usuarios, por varios de los informantes entrevistados.

muestran más fanáticos frente al mundo de los videojuegos y todo lo que le rodea. Personas que no participan de todos esos aspectos de la "comunidad" que no están estrictamente referidos a los videojuegos, que muestran una actitud solitaria, socialmente retraída e individualista, y que centran todo su ocio en la adquisición y práctica de todos aquellos productos que aparecen en el mercado y se ajustan a sus preferencias (principalmente referidas a juegos para consolas).

Personas que suelen ejemplificar el estereotipo que, en el imaginario social, constituye uno de los pilares de la visión más negativa de los videojuegos y sus consecuencias: el individuo "raro", poco sociable y de comportamientos próximos a lo patológico. Se ajuste o no a la realidad este estereotipo (creado tanto por personas que participan del mercado de los videojuegos, como por personas ajenas al mismo), lo cierto es que la aceptación del mismo lo constituye en un rol asumido dentro de la "comunidad".

3.6 LOS TÉRMINOS DE LA POLÉMICA

El asentamiento de un mercado nuevo, desconocido y difícilmente clasificable, como es el de los videojuegos, se realiza al tiempo que la sociedad, que observa y experimenta el fenómeno, elabora su propio imaginario al respecto. El todavía escaso control existente respecto a un mercado joven y que mueve gran cantidad de producto *pirata*, genera diversos focos de polémica en función de algunos elementos que componen los videojuegos, desde todo aquello relacionado con los contenidos y los recursos empleados para hacerlos atractivos, hasta posibles consecuencias que se pueden derivar de *engancharse* a la práctica de esta forma de ocio. El hecho de que cada vez haya más personas aficionadas a los videojuegos, aumenta las proporciones de las posibles polémicas, que en algunos casos y desde ciertos sectores, alcanzan dimensiones de alarma social. En una primera aproximación, señalaremos los argumentos ofrecidos desde las diferentes posiciones, tratando de clarificar los términos de una polémica que se está convirtiendo en un fenómeno social.

La más destacada polémica que ha surgido en los últimos años es la referida a las posibles **conductas violentas** que pudieran generar algunos videojuegos sobre los usuarios que abusen de su práctica. El desarrollo técnico permite que los juegos presenten cada vez mayores prestaciones, desde diseños más realistas y detallados, hasta mayores posibilidades de interacción y decisión por parte del usuario. Ello, puesto en relación con algunos contenidos que muestran violencia explícita en algunas o muchas fases del desarrollo de cierto tipo de videojuegos, da forma a una polémica que, en los últimos años, ha propiciado la movilización de algunos sectores sociales, e incluso de algunos sectores de la propia industria.¹⁷

¹⁷ En la época en la que fue realizado el trabajo de campo de esta investigación (primavera de 2001), fueron numerosas y constantes las apariciones en los más diversos medios (foros, prensa, radio, televisión...) de argumentos y contraargumentos, acusaciones y réplicas, referidas a este tema.

Asociaciones como Amnistía Internacional o la Plataforma de Asociaciones de la Infancia, han impulsado estudios que denuncian el daño que la exposición a videojuegos violentos puede provocar en un público muy joven. Ello, unido a una creciente presencia del tema en los medios de comunicación, y a la aparición de algunos casos, tristemente célebres, de violencia real provocada por personas aficionadas a los videojuegos, ha provocado la reacción de algunas instituciones públicas y privadas, que exigen la regulación del sector.

Las instituciones mencionadas hacen hincapié en los elementos que consideran más negativos. Por un lado, consideran que cierto tipo de videojuegos fomenta toda una serie de valores negativos a una edad en la que la persona todavía no ha completado su etapa de formación. Así, el realismo de los gráficos y personajes, la abundancia de violencia explícita y las cada vez mayores posibilidades de interacción y participación del usuario en el desarrollo del juego (que lo convierte en *protagonista* de la historia que está *viviendo*), promoverían, según las citadas instituciones, actitudes violentas y descontroladas en jóvenes usuarios que pueden llegar a confundir los límites o la frontera entre lo real y lo imaginario, además de establecer peligrosas asociaciones de causa-efecto en función de algunos de los elementos que protagonizan su videojuego preferido. Todos esos elementos, unidos a la gran capacidad que tienen estos juegos para *enganchar* al usuario, transformarían dichos productos en un arma peligrosa en manos de chicos y chicas que no encuentran ningún impedimento en llenar su tiempo de ocio con estos videojuegos.

Precisamente, la denominada *enganchabilidad* es señalada como una de las razones que provocan que, determinado tipo de usuario, pueda perder el control sobre la realidad en la que vive más allá de un juego del que no se puede *desconectar*. Este hecho provocaría, en algunas personas, una actitud escasamente sociable e individualista (recordemos el estereotipo de jugador fanático mencionado con anterioridad), que en el mejor de los casos se concretaría en ciertas deficiencias respecto a la puesta en práctica de algunas habilidades sociales, y en el peor de los casos *recluiría* a la persona en un mundo *virtual* al margen de la realidad.

Desde estas posiciones se exigen medidas en dos direcciones. En primer lugar, estableciendo un marco legal y normativo que regule el mercado de los videojuegos, principalmente en lo referido a la adecuación de los contenidos de los productos a la edad de los usuarios. En segundo lugar, promoviendo un clima de atención en los agentes educativos fundamentales (padres y escuelas) para que eduquen en valores a los más jóvenes, potenciales usuarios de estos videojuegos.

Resultan interesantes algunos matices aportados desde los agentes denunciadores de esta situación. Muchos de ellos afirman no estar en contra de la violencia en sí, sino en la forma en la que se muestra tal violencia. Es decir,

cuando ésta se muestra “ensalzada” (el juego te premia o bonifica por matar), atenta contra los principales derechos humanos (cuando se muestran torturas, por ejemplo), resulta “gratuita” y no “necesaria” (si es por autodefensa o como consecuencia de un “entorno violento”, no sería “gratuita”), y traspasa los elementos simbólicos y de fantasía para acercarse a una presentación más “real” que incita a ser violento. Y todo ello, puesto en relación con la edad del usuario.

Pese a que las propias instituciones denunciadas afirman, en términos generales, no abogar por la prohibición, cuando algunos de los elementos citados anteriormente se ponen en juego, la afirmación se matiza de forma importante y un tanto contradictoria: si existiera una regulación *seria*, la prohibición no sería necesaria, pues ya existirían unos filtros que dejarían al margen los juegos inaceptables.

Ante el ambiente polémico que se estaba generando, en el seno de la propia industria de los videojuegos se produjeron algunos movimientos. Así, la Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (ADESE), en el marco de un acuerdo de colaboración con el Instituto Nacional de Consumo, elaboró un **código de autorregulación** que establecía (a partir de la valoración de diferentes indicadores recogidos en un cuestionario) la obligatoriedad, para los miembros de la misma, de señalar en los videojuegos la edad mínima recomendada para el usuario.

Tres comentarios suelen realizarse cuando se analiza la relevancia de este código de autorregulación. En primer lugar, que los distintivos por edades no dejan de ser una recomendación (cuyos criterios están determinados por las propias empresas) que los usuarios atenderán o no, pues los encargados de vender y alquilar los productos no realizan una labor de control al respecto. En este sentido, los padres, que tendrán más elementos para juzgar los juegos que utilizan sus hijos, habrían de adoptar, en función de su interés y posibilidades, tal papel *controlador*. De cualquier modo, desde las mismas posiciones se asume la dificultad de desarrollar adecuadamente ese papel educativo (y de control) en una sociedad que cambia de valores, modelos familiares, modos de socialización y espacios físicos.

En segundo lugar, que no todas las empresas creadoras, desarrolladoras y distribuidoras de videojuegos que actúan en el mercado español, están asociadas a ADESE (actualmente están asociadas diez empresas, aunque se espera que pronto se amplíe el número a quince).

En tercer lugar, desde algunos sectores (asociaciones y medios, pero también desde personas pertenecientes a la industria) se discute la verdadera repercusión del código por cuanto está creado y regulado por la propia industria (aunque no vincula a los creativos), además de por su carácter voluntario y por la ausencia de sanciones, más allá de la exclusión de la propia asociación. Adoptando este punto de vista, resulta dudoso que las empresas renuncien a

incluir, o simplemente publicitar, algunos de los elementos que mejores resultados les proporcionan de cara a la promoción y venta de sus productos.

Cabe señalar que existe una Comisión de Seguimiento ideada para verificar y controlar todo lo relacionado con la aplicación del código, la cual está integrada tanto por empresas pertenecientes al mercado como por instituciones de control externo. Pero, desde las mismas posiciones, también se pone en duda la funcionalidad de tal Comisión.

Estos comentarios conducen a que los agentes volcados en la denuncia y control de los aspectos que consideran negativos de los videojuegos, discutan gran parte de la validez de los pasos andados, así como la sinceridad de los apoyos recibidos desde la propia industria (que, en algunos casos, valoran como cuestión de puro marketing). Por ello, afirman que el código aprobado es positivo, aunque ambiguo e insuficiente, y demandan regulaciones superiores (legislaciones comunitarias, leyes de protección de menores...) y más vinculantes.

Desde las posiciones del mercado que componen la oferta (creadores, desarrolladores, distribuidores, puntos de venta y alquiler, revistas especializadas...) se refutan la gran parte de tales argumentos en función de lo que consideran un absoluto desconocimiento, por parte de los organismos e instituciones denunciantes, de la realidad del mundo de los videojuegos. Así, critican la vaguedad y superficialidad de los informes presentados por tales instituciones, además de la generalización que provoca que se acepten como realidades determinados aspectos de los videojuegos que, en términos absolutos, serían verdaderas excepciones.

Ante el clima de alarma social, estas posiciones inciden en lo que, a su juicio, provoca tal estado. Por un lado, afirman que el total desconocimiento, por parte de los padres, de las características de un elemento de ocio respecto al que sus hijos se desenvuelven con total normalidad, provoca una actitud desorientada que deriva en rechazo (rechazo a lo desconocido, a lo extraño). Si los padres supieran en qué consisten y cómo se utilizan los videojuegos que emplean sus hijos, es probable que su actitud fuera otra.

Por otro lado, arremeten contra la forma en la que este tema es tratado en los medios de comunicación, la cual consideran simplista y excesivamente sensacionalista, centrada en los aspectos que impactan y *venden* frente a otros muchos elementos positivos. Además, existe una corriente social, que encuentra perfecto reflejo en los enfoques periodísticos del tema, que considera que los videojuegos siguen siendo un fenómeno infantil, cuando ya no es así. Por ello, usuarios que ya no son adolescentes, o incluso son adultos, pueden llegar a ser observados con algunas reticencias. Ante lo desconocido e incontrolable, los reparos y temores sociales serán mayores.

Ese aumento de la edad media de los usuarios de videojuegos, con una importante proporción de público adulto, propicia una diversificación de las temáticas y enfoques de éstos. Así, habrá juegos orientados a usuarios de diferentes edades. Ante esta realidad, y si aceptamos que existe una clasificación por edades de los videojuegos existentes en el mercado, los productores y vendedores de los mismos cargan gran parte de la responsabilidad del uso de juegos inadecuados para según qué edades, en la despreocupación, por parte de los padres, respecto a las actividades que llenan el tiempo libre de sus hijos. Si los videojuegos se presentan claramente clasificados y regulados (aspecto sobre lo se discute ampliamente), la responsabilidad del posterior control no correspondería a los productores, sino a los padres, como principales agentes educativos.

También denuncian, frente a la afirmación de que los videojuegos pueden generar comportamientos peligrosos, el diferente trato que recibe esta forma de ocio respecto a otras que están socialmente aceptadas, como el cine o la televisión. En un contexto social en muchos casos convulso, y en el que los aspectos más agresivos y violentos surgen desde multitud de sectores, centrar el problema en uno solo de ellos, ignorando la interacción con el resto, no es percibido como justo desde los actores que lo protagonizan. Según este planteamiento, si algunos videojuegos muestran situaciones violentas es porque la sociedad es violenta (por tanto, serían un reflejo del problema, no la causa del mismo).

En este punto, señalan que, ante cualquier posible efecto negativo (ya sea de un videojuego, como de una película, canción, programa de televisión, etc.) serán la formación y características de cada cual las que determinen el verdadero nivel de riesgo a que está sometida esa persona. Así, rechazan que el uso continuado de videojuegos pueda constituirse en causa del comportamiento asocial o perturbado de un individuo determinado, pues las razones habría que buscarlas en patologías o problemas personales de orden superior (y previo).

El "abuso" en el uso de estos juegos, que pueda derivar en una *adicción* o *enganche* a los mismos, es el único efecto negativo que reconocen los propios productores y vendedores de videojuegos, equiparando tal situación al abuso de cualquier otra actividad. Ante tal aspecto, sostienen que la formación y educación personal evitará que se produzca ese abuso. De nuevo, soluciones derivadas de la educación.

Para contrarrestar todas las críticas referidas a los efectos negativos que pueden provocar los videojuegos, estos agentes del mercado se apresuran a enunciar toda una serie de aspectos positivos. Aspectos que, por otro lado, suelen ser aceptados también por aquéllos que se muestran más críticos con los videojuegos. Elementos como el desarrollo, provocado por la práctica de muchos de estos juegos, de muy diversas habilidades y aptitudes (reflejos, mecanismos de lógica mental, visión espacial, imaginación, concentración...),

todas las cuales presentan la posibilidad de ser *puestas al servicio* de objetivos educativos concretos. Además, afirman que, aparte de ser un elemento que proporciona muchos momentos de diversión y de “desfogue”, también tiene la capacidad de constituirse en un nexo de unión e interacción entre personas que establecen vínculos grupales a partir de compartir determinados momentos de ocio.

En otro orden de cosas, existe otro aspecto del mercado de los videojuegos que contribuye a dotarle de esas características que lo hacen difícilmente abarcable y regulable: **la piratería**. Se estima en torno a un 70% la proporción del producto *pirata* que circula en este mercado, siendo España uno de los países de la Unión Europea que mayores índices de piratería de videojuegos presenta. Precisamente, la preocupación ante un fenómeno como éste dio lugar a la creación de la ADESE (que luego ampliaría sus objetivos).

El fenómeno suele ser explicado en función de dos aspectos. Por un lado, se trata de una actividad (la de *piratear* videojuegos) que está socialmente aceptada, absolutamente generalizada y totalmente desprovista de cualquier connotación que la aproxime a su consideración como acto delictivo. Además, la industria denuncia un escaso control del tema por parte de los organismos gubernamentales correspondientes.

Por otro lado, suele explicarse que el *pirateo* (que puede tener objetivos lucrativos o de simple coleccionismo), tiene lugar, principalmente, como consecuencia de lo fácil que resulta copiar este tipo de productos. Ante tales facilidades, desde algunas posiciones se cuestiona el verdadero interés en solucionar tal aspecto por parte de las grandes empresas que fabrican y comercializan los diversos soportes (qué así, venderían más unidades de antiguas o nuevas consolas).

Desde la propia industria se realizan algunas propuestas para minimizar el problema, como bajar los precios de los videojuegos o promocionar los juegos en línea con número de registro, pero nadie parece dispuesto a dar el primer paso.

3.7 A MODO DE RESUMEN

Al observar el mercado de los videojuegos a través de los ojos de muchos de sus protagonistas, constatamos ciertas características que lo acercan a las propiedades de cualquier otro mercado centrado en algún producto o servicio, pero también podemos comprobar que presenta diversas peculiaridades que le otorgan significativas diferencias. En principio, tal como ocurre con cualquier otro producto, los videojuegos siguen, en su proceso de creación y comercialización, toda una serie de pautas relativas a su política de lanzamientos, marketing, calidad e innovación, que responden a las leyes que marca el propio mercado. Así, como sucede con el resto de productos y servicios, el objetivo de quienes crean, desarrollan, distribuyen y publicitan

videojuegos no es otro que el maximizar beneficios, es decir, que los ingresos producidos a partir del producto ofertado superen la inversión realizada. A este objetivo primordial quedarán supeditadas todas las consideraciones relativas a la creatividad, originalidad o acabado del producto, si bien el adecuado desarrollo de estos elementos contribuirá al éxito del producto. Eso sí, sin una adecuada política de marketing, sin el apoyo de un aparato promocional, y sin el conocimiento, por parte de las empresas, de la realidad del mercado en el que pretende insertar el producto, la obtención de los objetivos (beneficios) será improbable: como en el resto de "mercados".

Pero sí existen notables diferencias que remarcan importantes peculiaridades del mercado de los videojuegos frente a otros muchos. En primer lugar, como consecuencia de lo relativamente joven que es. Nos encontramos ante un mercado aún en crecimiento, que carece de una estructuración excesivamente clara (las fases de creación, desarrollo y distribución tienden a mezclarse en muchas ocasiones), formado por empresas jóvenes y, en muchos casos inexpertas, todo lo cual le confiere un carácter muy dinámico. Esta situación se muestra aún más clara en España, cuyo mercado de videojuegos es más débil y acentúa las deficiencias. Ante un panorama caracterizado por la globalización de formatos, temáticas y contenidos, el mercado español, en la mayoría de los casos, se limita a adaptar juegos y modelos comerciales procedentes de países más potentes en este campo.

Un elemento que marca de forma fundamental la manera en que el mercado de los videojuegos se desarrolla es el que se refiere a las espectaculares tasas de piratería existentes. Cuando la gran parte del producto que circula lo hace de forma *pirata* (videojuegos grabados, consolas con adaptadores...), el mercado se ve obligado a agudizar su ingenio, tanto en lo que se refiere a sus estrategias comerciales como en todo lo relativo a los mecanismos de control.

También destaca como factor característico de este mercado el perfil y peculiaridades de la población que, desde las posiciones que componen la oferta, se intuye como principales consumidores. Así, se supone que ese público es mayoritariamente varón y, principalmente, joven. La primera de las características es explicada en función de la naturaleza un tanto machista (en palabras de los propios protagonistas) del propio mercado: pocas mujeres en labores de creación, dirección o comercialización, y temáticas dirigidas a los hombres. La segunda, de más difícil constatación (el que los videojuegos adopten canales de difusión y distribución *alternativos* a los oficiales, dificulta un acercamiento exacto al perfil de tal población) responde, en parte, a parte de un discurso del imaginario social que asocia los videojuegos con una alternativa de ocio adolescente o juvenil, no adecuada quizás para posteriores etapas del desarrollo de una persona. A pesar de todo, por un lado se reconoce el progresivo (aunque lento) acercamiento de las mujeres al mundo del videojuego, al tiempo que se constata como aumenta la edad media de los jugadores.

Lo que sí se percibe como característico del público que gusta de jugar con videojuegos es el hecho de sentirse (consciente o inconscientemente) parte integrante de lo que llegan a denominar como "comunidad": grupo impreciso de personas que comparten la *pasión* por los videojuegos, pero cuyo nexo de unión no parece terminar ahí, pues comparten otras aficiones, intereses y formas de divertirse. Esta "comunidad" contará con sus propios canales de comunicación y lugares de encuentro (chats, foros, revistas especializadas, tiendas, salones recreativos...), presentará sus propios roles y liderazgos, y organizará sus propias actividades al margen de los lugares y momentos que puede marcar la industria que crea y comercializa el producto que todos comparten: el videojuego.

Por todo esto, y por ser un mercado en continua expansión que crece al tiempo que se desarrollan nuevas tecnologías, la constatación de su existencia y sus peculiaridades va calando en el imaginario social, que elabora sus polémicas, estereotipos, pros y contras al respecto. En cualquier caso, lo cierto es que, hoy por hoy, jugar con videojuegos se ha convertido en una importante y destacada alternativa de ocio para los jóvenes, algo que, por si mismo, justifica su estudio.

CAPÍTULO 4

LAS PREFERENCIAS DE OCUPACIÓN DEL TIEMPO LIBRE ENTRE LOS JÓVENES. LOS VIDEOJUEGOS EN EL CONTEXTO DEL TIEMPO LIBRE

En el presente capítulo vamos a analizar cuáles son las preferencias de ocupación del tiempo libre de los jóvenes, los perfiles de quienes tienen esas preferencias, y el espacio de los videojuegos en ese marco global. Para este análisis, las actividades de tiempo libre se han ordenado en dos bloques: por una parte, las actividades que se realizan en casa; por otra, aquellas que se practican fuera de casa. Entre las actividades que se realizan en casa se han incluido chatear, navegar por Internet, oír la radio, leer libros, revistas o cómics, escuchar cintas o cds, ver televisión, jugar con videojuegos o consolas y pasar el tiempo sin hacer nada especial. En relación a las actividades que se practican fuera de casa se han contemplado visitar museos o exposiciones, ir a salones de juegos por ordenador, recreativos o cibercafés, ir a escuchar música en directo, salir con amigos sin más, viajar, hacer excursiones, hacer deporte, ir a discotecas, pubs o bares, ir al cine o al teatro y colaborar con asociaciones u ONGs.

Además de interrogar sobre la frecuencia con que se realizan las actividades, se ha incluido también una pregunta de respuesta múltiple sobre cuáles de esas actividades, entre las expuestas, gusta o gustaría más realizar.

En el análisis incluiremos los porcentajes de jóvenes que, para las distintas frecuencias, realizan cada actividad de tiempo libre; las tablas de las características de los que, en mayor y en menor proporción, practican cada actividad; un análisis factorial de componentes principales para ver en qué tipos básicos se estructuran las diversas actividades; los porcentajes de quienes en mayor medida se ubican en cada tipo, y los perfiles de los mismos. Por último se ofrecerán los porcentajes y tablas de perfiles de las actividades que más gustaría realizar.

4.1. LAS ACTIVIDADES DE TIEMPO LIBRE EN CASA

Las frecuencias que se contemplaban en la pregunta sobre las actividades de tiempo libre que se realizan en casa eran las siguientes: nunca o rara vez, alguna vez al mes, una o dos veces a la semana, y todos los días. Resumidas en una sola tabla, las distintas frecuencias de realización de todas y cada una de las diversas actividades contempladas son las siguientes (tabla 4.1):

Tabla 4.1: Actividades de tiempo libre EN CASA. Frecuencia con que se practican, en %

Frecuencia Actividades	Nunca o rara vez	Alguna vez al mes	Una o dos veces a la semana	Tres o más veces a la semana	Todos los días	Total
* Chatear	44.7	25.2	16.8	8.5	4.8	100
* Navegar por Internet (no chats)	42.5	23.1	17.3	11.3	5.8	100
* Oír la radio	15.3	14.3	17.4	15.5	37.6	100
* Leer libros, revistas, cómic (no estudios)	19.2	27.3	23.5	14.9	15.1	100
* Escuchar cintas o cds.	7.5	9.0	9.9	19.2	54.4	100
* Ver televisión	0.9	2.2	8.0	22.2	66.7	100
* Jugar con videojuegos o consolas, etc.	38.6	15.1	19.7	12.9	13.7	100
* Pasar el tiempo sin hacer nada especial	51.0	20.0	11.5	6.0	11.5	100

Si de los datos de esta tabla tomamos los de las mayores frecuencias (tres o más veces a la semana y todos los días) y los acumulamos, en cada actividad concreta, y después ordenamos éstos de mayor a menor porcentaje de usuarios, tendremos la tabla 4.2.

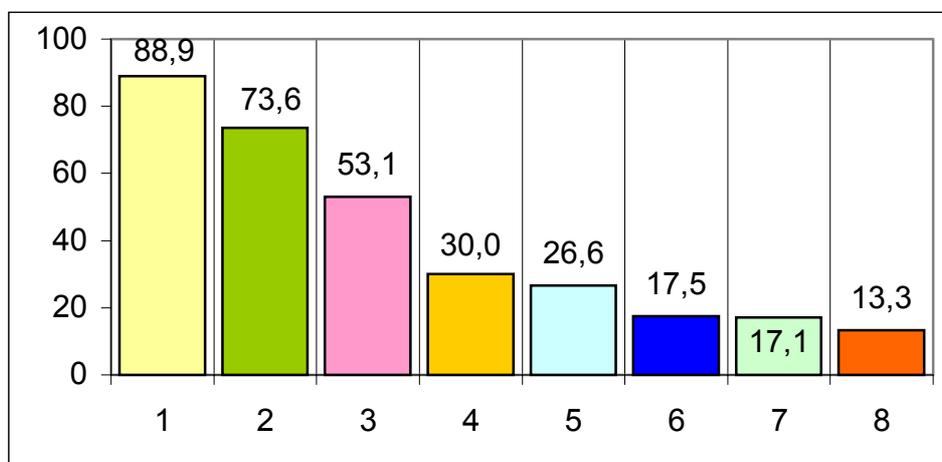
Tabla 4.2: Actividades de tiempo libre EN CASA que se practican tres o más veces por semana o todos los días, en %

Actividades	%
1º Ver televisión	88.9
2º Escuchar cintas o cds	73.6
3º Oír la radio	53.1
4º Leer libros, revistas, cómic (no estudios)	30.0
5º Jugar con videojuegos o consolas	26.6
6º Pasar el tiempo sin hacer nada especial	17.5
7º Navegar por Internet	17.1
8º Chatear	13.3

Según estos datos vemos que hay tres grupos de actividades de tiempo libre en casa que se realizan, por los adolescentes y jóvenes de 14 a 18 años, con frecuencias diferentes (altas, medias y bajas). Con frecuencia alta tendríamos "ver la televisión", "escuchar cintas o cds", y "oír la radio", con porcentajes entre el 88.4% y el 53.1%; en frecuencia media estarían "leer libros, revistas o cómic", y "jugar con videojuegos o consolas", con el 30% y el 26.6%, respectivamente. Por último, en frecuencias bajas están "pasar el tiempo sin hacer nada especial", "navegar por Internet", y "chatear", con porcentajes entre el 17.5% y el 13.3%.

Así pues tenemos que entre las actividades de tiempo libre que se realizan en casa, el “jugar con videojuegos o consolas” es practicado, con una frecuencia de tres o más veces por semana, por el 26.6% de los adolescentes y jóvenes de 14 a 18 años. Con unas frecuencias menores (tabla 4.1), vemos que un 19.7% lo hace una o dos veces a la semana y otro 15.1% alguna vez al mes. Tan sólo un 38.6% no lo hace nunca o rara vez. En resumen, tenemos que un 61.4% de dichos adolescentes y jóvenes, en sus casas, juegan con videojuegos o consolas, con frecuencia variable.

Figura 4.1 Actividades de tiempo libre en casa que se practican tres o más veces por semana o todos los días, en %



- 1º Ver televisión
- 2º Escuchar cintas o cds
- 3º Oír la radio
- 4º Leer libros, revistas o cómics
- 5º Jugar con videojuegos o consolas
- 6º Pasar el tiempo sin hacer nada especial
- 7º Navegar por Internet
- 8º Chatear

En lo que se refiere a las características fundamentales de los que, en mayor o menor proporción, realizan cada una de estas actividades de tiempo libre, con esa frecuencia de más de tres veces cada semana, podemos ver la siguiente tabla:

Tabla 4.3: Perfil de quienes realizan cada actividad, en casa, tres o más veces por semana o todos los días, en %
(P<0.5)

	Total Muestra	Hábitat	Género	Edad	Ocupación	Estudios
Chatear	13.3	+50.000-100.000 h. (15.3) -hasta 10.000 h. (9.1)	+Varones (14.5) -Mujeres (11.9)	+14-15 años (13.7) -18 años (12.9)	+Parados (17.2) +Estudiantes (14.8) -Trabajo espor. (6.6)	+BUP-COU (14.3) + FP (18.4) -Primarios (9.4)
Navegar por Internet	17.1	+10.000-50.000 h. (19.9) +250.000 y más h. (18.5) -hasta 10.000 h. (10.1)	+Varones (19.5) -Mujeres (14.3)	+16-17 años (18.6) -14-15 años (15.1)	+Estudian y trabajan (19.8) -Trabajo habitual (6.2)	+Medios-superiores (22.7) -EGB-ESO (15.6)
Oír la radio	53.1	+10.000-50.000 h. (57.3) -250.000 y más h. (50.3)	+Mujeres (59.7) -Varones (46.7)	+18 años (57.6) -14-15 años (48.5)	+Trabajo habitual (69.8) -Estudian (51.8)	+Primarios (78.7) -Medios-superiores (30.1)
Leer libros, revistas o cómics	30.0	+10.000-50.000 h. (34.8) -hasta 10.000 h. (21.9)	+Mujeres (36.1) -Varones (23.4)	+18 años (32.9) -14-15 años (27.4)	+Trabajo espor. (44.4) -Estudian y trab.espor. (20.5)	+BUP-COU (37.3) - FP (23.4)
Escuchar cintas o cds	73.6	+10.000-50.000 h. (78.4) -hasta 10.000 h. (68.1)	+Mujeres (75.5) -Varones (72.1)	+16-17 años (76.1) -14-15 años (69.2)	+Trabajo habitual (86.9) -Estudian (72.0)	+BUP-COU (74.8) + FP (82.3) -Medios-superiores (35.9)
Ver televisión	88.9	ND	ND	+14-15 años (81.1) -18 años (74.3)	+Parados (94.4) -Estudian y trabajan (77.1)	+FP (89.9) -Medios-superiores (77.6)
Jugar con videojuegos o consolas	26.6	+250.000 h. y más (28.7) -50.000-100.000 h. (24.2)	+Varones (40.1) -Mujeres (12.4)	+14-15 años (35.4) -18 años (16.9)	+Estudian (27.9) +Parados (33.4) -Trabajo hab. (19.1)	+EGB-ESO (31.1) -Medios-superiores (5.0)
Pasar el tiempo sin hacer nada especial	17.5	+250.000 h. y más (22.6) -hasta 10.000 h. (12.1)	+Varones (20.2) -Mujeres (14.8)	ND	+Parados (26.5) -Trabajo habitual (10.5)	+Primarios (33.4) -Medios-superiores (7.7)

Tabla 4.3: Perfil de quienes realizan cada actividad, en casa, tres o más veces por semana o todos los días, en %

(Continuación)

	Total Muestra	Estudios de padres	Puesto en la clase	Creencias religiosas	Posicionamiento político	Posicionamiento político de padres
Chatear	13.3	+Medios-superiores (17.1) -BUP-COU (12.6)	+De los últimos (16.3) -De los primeros (10.3)	+Católicos no practic. (14.8) -Otras religiones (10.8)	+Derecha (17.3) -Izquierda (11.5)	+Derecha (16.8) -Izquierda (11.9)
Navegar por Internet	17.1	+Medios-superiores (25.3) -Ninguno o primarios (15.1)	+De la 1ª mitad (18.6) -De los últimos (14.8)	+No creyente (20.8) -Otras religiones (13.5)	+Centro (19.1) +Derecha (20.1) -Izquierda (17.2)	+Derecha (21.6) +Ext. izquierda (23.5) -Izquierda (14.1)
Oír la radio	53.1	+Primarios (63.3) -FP (40.1)	+De los últimos (69.8) -De la 1ª mitad (43.7)	+Católicos pract. (60.6) -Agnósticos (42.2)	+Derecha (62.7) -Izquierda (34.2)	+Centro (54.3) +Derecha (54.8) -Izquierda (39.4)
Leer libros, revistas o cómics	30.0	+Medios-superiores (35.7) -Primarios (23.8)	+De los primeros (38.5) -De los últimos (26.6)	+Católicos pract. (42.4) -No creyente (28.1)	+Izquierda (41.7) -Ext. derecha (27.5)	+Izquierda (42.7) -Ext. derecha (28.8)
Escuchar cintas o cds	73.6	+Ninguno o primarios (79.1) -FP (57.5)	+De los últimos (88.1) -De la 1ª mitad (60.7)	+Católicos pract. (86.4) -Agnósticos (67.5)	+Derecha (75.7) -Izquierda (52.4)	+Derecha (90.9) -Izquierda (46.5)
Ver televisión	88.9	+Ninguno o primarios (90.1) -Medios-superiores (81.1)	+De los últimos (91.2) -De la 1ª mitad (81.3)	+Católicos pract. (91.2) -Otras religiones (81.1)	+Derecha (90.2) -Izquierda (83.4)	+Ext. derecha (91.9) -Izquierda (82.1)
Jugar con videojuegos o consolas	26.6	+Ninguno o primarios (30.1) -FP (17.8)	+De los últimos (27.9) -De la 1ª mitad (18.9)	+No creyentes (37.5) -Católicos pract. (15.1)	+Centro (36.6) -Izquierda (15.1)	+Derecha (30.1) -Izquierda (19.2)
Pasar el tiempo sin hacer nada especial	17.5	+Ninguno o primarios (21.7) -BUP-COU (14.7)	+De los últimos (26.5) -De los primeros (14.6)	+No creyentes (30.8) -Católico no pract. (15.5)	+Ext. izquierda (28.8) +Ext. derecha (25.1) -Centro (14.3)	+Ext. izquierda (31.1) +Ext. derecha (26.1) -Izquierda (13.0)

Podemos ver que el perfil básico de quienes realizan cada actividad (con esa frecuencia de más de tres veces por semana) sería el siguiente:

Chatear:

En las poblaciones de 50.000 a 100.000 habitantes, los varones, los de 14-15 años; los estudiantes y los parados; aquéllos con estudios de BUP-COU y FP; aquéllos cuyos padres tienen estudios superiores; los que se consideran situados entre los últimos puestos de la clase; los que se definen como católicos no practicantes y de derecha; los que consideran a sus padres también de derecha.

Navegar por Internet:

En los hábitats de 10.000-50.000 habitantes y en los de más de 250.000; los varones; los de 16-17 años; los que estudian y trabajan; los que tienen estudios universitarios medios-superiores y los que sus padres también tienen estudios medios-superiores; los que se sitúan entre la primera mitad de su clase; los no creyentes, de centro y de derecha; los que ubican a sus padres en la derecha y la extrema izquierda.

Oír la radio:

En poblaciones de 10.000 a 50.000 habitantes; las mujeres; los de 18 años; los que tienen trabajo habitual; aquéllos con estudios primarios y con padres igualmente con estudios primarios; los que se colocan entre los últimos de la clase; los católicos practicantes y de derecha y que sitúan a sus padres en el centro y la derecha.

Leer libros, revistas o comics:

En poblaciones de 10.000 a 50.000 habitantes; las mujeres; los de 18 años; aquéllos con trabajo esporádico y con estudios de BUP-COU; los que tienen padres con estudios medios-superiores; los que ocupan los primeros puestos de la clase; los católicos practicantes y de izquierda; aquéllos cuyos padres son también de izquierda.

Escuchar cintas o cds:

En poblaciones de 10.000-50.000 habitantes; las mujeres; los de 16-17 años; los que tienen un trabajo habitual y estudios de BUP-COU; los que tienen padres sin estudios o con estudios primarios; los que son de los últimos de la clase; los católicos practicantes y de derecha y con padres también de derecha.

Ver televisión:

Los de 14-15 años; los parados; con estudios de FP; los padres no tienen estudios o sólo primarios; están entre los últimos de la clase; los católicos practicantes, de derecha y con padres de extrema derecha.

Jugar con videojuegos o consolas:

En poblaciones de 250.000 habitantes en adelante; los varones; de 14-15 años; los que estudian y los parados; aquéllos con estudios de EGB-ESO; los que sus padres no tienen estudios o sólo primarios; quienes están entre los últimos de la clase; los no creyentes y de centro; los que sus padres son de derecha.

Pasar el tiempo sin hacer nada especial:

En poblaciones de 250.000 y más habitantes; los varones; los parados y de estudios primarios; con padres con estudios primarios o sin estudios; los que son de los últimos de su clase; los no creyentes y de extrema izquierda o de extrema derecha; aquéllos cuyos padres son también de extrema izquierda o de extrema derecha.

4.2. LAS ACTIVIDADES DE TIEMPO LIBRE FUERA DE CASA

En lo que se refiere a las actividades de tiempo libre fuera de casa, en relación a las mismas frecuencias que se vieron en el apartado anterior, los resultados obtenidos para cada una de ellas son las que se recogen en la siguiente tabla 4.4.

**Tabla 4.4: Actividades de tiempo libre FUERA DE CASA.
Frecuencia con que las practican, en %**

	Nunca o rara vez	Alguna vez al mes	Una o dos veces a la semana	Tres o más veces a la semana	Todos los días	Total
* Visitar museos o exposiciones	67.9	29.5	1.9	0.5	0.2	100
* Ir a salones de juego por ordenador, recreativos o cibercafés	49.0	29.0	13.0	4.9	4.1	100
* Ir a escuchar música en directo	50.7	39.1	6.3	2.9	1.0	100
* Salir con amigos, sin más	1.3	4.4	27.2	21.7	45.4	100
* Viajar, hacer excursiones	33.0	53.9	8.2	3.1	1.8	100
* Hacer deporte	22.6	20.4	23.6	13.0	20.4	100
* Ir a discotecas, pubs o bares	15.8	24.0	44.9	9.6	5.7	100
* Ir al cine o al teatro	18.3	59.3	18.0	3.2	1.2	100
* Colaborar con asociaciones u ONGs	84.1	12.0	2.5	0.7	0.7	100

Si procedemos del mismo modo que en el caso anterior y agrupamos, en cada actividad, los porcentajes de mayor frecuencia (tres o más veces o la semana y todos los días) y los ordenamos de más a menos, podemos ver como se jerarquizan estas actividades en la tabla 4.5 siguiente:

Tabla 4.5: Actividades de tiempo libre fuera de casa que se practican tres o más veces por semana o todos los días, en %

Actividades	%
1º Salir con amigos, sin más	67.1
2º Hacer deporte	33.4
3º Ir a discotecas, pubs o bares	15.3
4º Ir a salones de juego por ordenador, recreativos o cibercafés	9.0
5º Viajar, hacer excursiones	4.9
6º Ir al cine o al teatro	4.4
7º Ir a escuchar música en directo	3.9
8º Colaborar con asociaciones	1.4
9º Visitar museos o exposiciones	0.7

Obviamente, aunque hemos elaborado la tabla 4.5 por mantener un paralelismo con el tratamiento del apartado anterior, en este caso la lectura no puede ser la misma. No podemos hacer una categorización simple de la jerarquía de frecuencias por que, por su misma naturaleza, algunas actividades no pueden ser realizadas con idéntica frecuencia que otras; así no parece razonable comparar sin más la frecuencia con que se sale con amigos con la que se va de viaje o se asiste a conciertos en directo.

Es mucho más ilustrativo el análisis conjunto de la tabla 4.4. En todo caso podríamos especular que las actividades de ocio fuera de casa se podrían dividir en tres grupos: las que pueden realizarse a diario (salir con amigos, hacer deporte, acaso colaborar con asociaciones), las que podrían realizarse con una frecuencia más o menos semanal (ir a discotecas o bares, salones de juego, ir al cine...), y las que, lógicamente, serían algo menos frecuentes (viajar, ir a conciertos, visitar exposiciones). Comparar las frecuencias de la tabla 4.5 a la luz de estas observaciones puede ser muy ilustrativo.

En relación con las actividades que nos ocupan directamente, hay que señalar que la máxima frecuencia de asistencia a salones de videojuegos o cibercafés es practicada por un porcentaje de adolescentes y jóvenes más del doble del de quienes van al cine o al teatro y casi el triple de quienes escuchan música en directo.

Por otro lado, en relación con la misma actividad ("ir a salones de juego por ordenador, recreativos o cibercafés"), además del 9% que la realizan con frecuencia alta, encontramos a un 13% que lo hace una o dos veces por semana, y a otro 29% que lo hace alguna vez al mes. Por tanto, el total que realiza este tipo de actividad, con una u otra frecuencia, sería de un 51%. El restante 49% no lo hace nunca o sólo rara vez.

Las consideraciones hechas, y los bajos porcentajes de quienes practican algunas actividades con una frecuencia máxima, quitan interés al análisis de los perfiles de estos grupos. No obstante mantenemos, para el lector con interés o curiosidad, la tabla 4.6, sobre las características diferenciales (en más o en menos) de los colectivos implicados (en cada actividad, con la mencionada frecuencia)

Tabla 4.6: Perfil de quienes realizan cada actividad, fuera de casa, tres o más veces por semana o todos los días, en %

(P<0.5)

	Total Muestra	Hábitat	Género	Edad	Ocupación	Estudios
Visitar museos, exposiciones	0.7	+250.000 h. y más (1.6) -hasta 10.000 h. (0.1)	+Mujeres (0.9) -Varones (0.4)	ND	+Estudiantes (0.8) -Parados (0.0)	+EGB-ESO (0.8) + Medios-superiores (0.8) -Primarios (0.0)
Ir a salones de juego por ordenador, recreativos o cibercafés	9.0	+10.000-50.000 h. (11.6) -hasta 10.000 h. (7.1)	+Varones (12.6) -Mujeres (5.2)	+14-15 años (12.4) -18 años (5.9)	+Estudiantes (21.9) +Parados (21.6) -Est. y trabajo espor. (2.8)	+Primarios (15.1) -Medios-superiores (3.5)
Ir a escuchar música en directo	3.9	+250.000 h. y más (4.7) -50.000-100.000 h. (3.1)	ND	+18 años (4.3) -14-15 años (3.1)	+Parados (8.4) -Est. y trabajo espor. (2.9)	+Primarios (9.4) -Medios-superiores (1.4)
Salir con amigos, sin más	67.1	+hasta 10.000 h. (77.5) -100.000-250.000 h. (64.1)	ND	+16-17 años (70.1) -18 años (63.0)	+Estudian (69.1) +Parados (74.1) -Estudian y trabajan (60.3)	+Primarios (75.6) -Medios-superiores (29.6)
Viajar, hacer excursiones	4.9	+250.000 h. y más. (7.1) -hasta 10.000 h. (3.2)	+Varones (5.3) -Mujeres (3.7)	ND	+Estudian (5.7) -Trabajo habitual (1.6)	ND
Hacer deporte	33.4	+10.000-50.000 h. (36.1) -250.000 h. y más (33.1)	+Varones (46.6) -Mujeres (22.4)	+14-15 años (36.5) -18 años (25.8)	+Est. y trabajo espor. (45.7) -Trabajo esporádico (27.6)	+EGB-ESO (36.7) -Medios-superiores (12.3)
Ir a discotecas, pubs, obares	15.3	ND	ND	+18 años (21.1) -14-15 años (10.3)	+Trabajo habitual (31.8) +Parados (33.3) -Estudio y trabajo (16.1)	+Est. primarios (40.7) -Medios-superiores (6.1)
Ir al cine y al teatro	4.4	+250.000 h. (7.1) -hasta 10.000 h. (2.9)	+Mujeres (5.1) -Varones (3.3)	+14-15 años (5.6) -18 años (3.2)	+Trabajo habitual (5.6) -Parados (0.4)	+EGB-ESO (4.6) -Primarios (0.2)
Colaborar con asociaciones, ONGs	1.4	ND	ND	ND	ND	ND

Tabla 4.6: Perfil de quienes realizan cada actividad, fuera de casa, tres o más veces semana o todos los días, en % (P<0.5)

(Continuación)

	Total Muestra	Estudios padres	Puesto en la clase	Creencias religiosas	Posicionamiento político	Posicionamiento político padres
Visitar museos, exposiciones	0.7	+Medios-superiores (1.7) -Bachiller elemental (0.0)	+De los primeros (1.9) -Del medio (0.3)	+Católicos practicantes (1.3) -Agnósticos (0.0)	+Centro (0.9) -Ext. derecha (0.0)	+Derecha (1.5) -Izquierda (0.4)
Ir a salones de juego por ordenador, recreativos o cibercafés	9.0	ND	+De los últimos (14.1) -De los primeros (8.6)	+Católicos practicantes (10.6) -Otras religiones (2.7)	+Derecha (11.4) -Izquierda (3.7)	+Ext. derecha (16.4) -Izquierda (6.6)
Ir a escuchar música en directo	3.9	ND	+De los últimos (6.4) -De la 1ª mitad (1.9)	+No creyentes. (5.9) -Otras religiones (2.6)	+Ext. izquierda (8.1) -Centro (2.8)	ND
Salir con amigos, sin más	67.1	+Ninguno o primarios (70.9) -FP(55.9)	+De los últimos (82.7) -De la 1ª mitad (56.3)	+No creyentes (76.4) -Agnósticos (57.6)	+Ext. derecha (76.5) -Izquierda (50.1)	+Ext. derecha (80.9) -Izquierda (55.6)
Viajar, hacer excursiones	4.9	ND	ND	+Católicos practicantes (6.8) -Otras religiones (0.0)	ND	ND
Hacer deporte	33.4	+Medios-superiores (38.0) -FP(24.3)	+De los primeros (43.0) -De la 2ª mitad (27.5)	+Católicos practicantes (47.6) -Agnósticos (24.1)	+Derecha (40.1) -Izquierda (18.6)	ND
Ir a discotecas, pubs o bares	15.3	ND	+De los últimos (27.4) -De los primeros (12.6)	+Otras religiones (25.0) +No creyentes (26.1) -Católicos practicantes (15.3)	ND	ND
Ir al cine y al teatro	4.4	+Medios-superiores (5.4) -FP(5.4)	+De los primeros (5.6) -De la 2ª mitad (2.6)	+Católicos practicantes (4.9) -Otras religiones (2.7)	+Derecha (17.5) -Izquierda (3.8)	ND
Colaborar con asociaciones, ONGs	1.4	ND	+De los primeros (5.2) -De los últimos (1.1)	+No creyentes (3.7) -Otras religiones (0.0)	+Izquierda (4.2) -Derecha (0.7)	+Izquierda (9.1) -Derecha (0.7)

Limitándonos ya a lo que nos interesa, si nos centramos en los que en mayor proporción van a salones de juego por ordenador, recreativos o cibercafés, con frecuencia muy alta, podemos ver que su perfil básico sería el siguiente:

En poblaciones de 10.000 a 50.000 habitantes; los varones; de 14-15 años; los estudiantes y los parados; con estudios primarios; los que se sitúan entre los últimos de la clase; los católicos practicantes; los de derecha; aquéllos que dicen tener padres de extrema derecha.

4.3. TIPOS DE ACTIVIDADES DE TIEMPO LIBRE AGRUPADAS

En los dos apartados anteriores hemos visto las actividades de tiempo libre que realizan los adolescentes y jóvenes españoles de 14-18 años, pero se ha hecho de forma particularizada para cada actividad. Sin embargo, dado que unos mismos individuos pueden realizar más de una actividad, procede ver cuáles son las actividades que se agrupan en unos tipos básicos, de realización conjunta.

Para ello hemos realizado un análisis factorial conjunto para las actividades de tiempo libre realizadas, tanto en casa como fuera de ella. Sus resultados son los que se ofrecen en la tabla 4.7. Según ellos, con una explicación del 53.2% de la varianza, las quince actividades contempladas se sintetizan en cinco tipos o modelos básicos.

Tabla 4.7: ANÁLISIS FACTORIAL CONJUNTO DE LAS ACTIVIDADES DE TIEMPO LIBRE
(Varianza total explicada **53.2%**)

	Factor 1 Música-Lectura- Amigos	Factor 2 Cultura- Asociacionismo	Factor 3 La Red	Factor 4 Videojuegos Deporte	Factor 5 Bares- Conciertos
% de varianza explicada:	15.5%	13.0%	10.5%	10.5%	6.7%
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Escuchar cintas o cds ▪ Oír la radio ▪ Ver televisión ▪ Leer libros, revistas o cómics ▪ Salir con amigos sin más 	<p>.826</p> <p>.757</p> <p>.565</p> <p>.524</p> <p>.480</p>	.486			.424
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Viajar, hacer excursiones ▪ Ir al cine o al teatro ▪ Colaborar con asociaciones, ONGs ▪ Visitar museos, exposiciones 		<p>.717</p> <p>.630</p> <p>.566</p> <p>.536</p>			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Chatear ▪ Navegar por Internet 			<p>.904</p> <p>.899</p>		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Jugar con videojuegos o consolas ▪ Ir a salones de juego por ordenador, recreativos o cibercafés ▪ Hacer deporte ▪ Pasar el tiempo sin hacer nada especial 	<p>.</p> <p>271</p> <p>.285</p>	.367		<p>.783</p> <p>.696</p> <p>.439</p> <p>.285</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ir a discotecas, pubs o bares ▪ Ir a escuchar música en directo 		.318			<p>.776</p> <p>.605</p>

Según las variables que configuran cada factor, y la varianza explicada por el mismo, los cinco tipos o modelos básicos de las actividades de tiempo libre que practican los adolescentes y jóvenes incluidos en el presente estudio, serían los siguientes:

- ▶ **Modelo 1: Música-lectura-amigos** (15.5% de la varianza). Aquí se encontrarían aquellos que de forma preferente realizan actividades "caseras", como escuchar cintas o cds, oír la radio, ver la televisión, y leer libros, revistas o cómics, o salir con los amigos sin más.
- ▶ **Modelo 2: Cultura-asociacionismo** (13% de la varianza). Este sería el modelo de actividades de tiempo libre que incorpora actividades de cierto tono cultural (viajar, hacer excursiones, ir al cine y al teatro, visitar museos y exposiciones, y también leer libros, revistas o cómics) y promotoras del asociacionismo (colaborar con asociaciones y ONGs).
- ▶ **Modelo 3: La Red** (10.5% de la varianza). Aquí se ubican casi en exclusiva los que realizan actividades en la Red, bien simplemente chateando, bien en navegar por Internet.
- ▶ **Modelo 4: Videojuegos-deporte**. En este modelo encontramos principalmente a los que realizan actividades relacionadas con los videojuegos (jugar con videojuegos y consolas, ir a salones de juego por ordenador y a cibercafés) y, en menor medida, con el deporte.
- ▶ **Modelo 5: Bares-conciertos**. En este grupo estarían preferentemente los que van a bares, discotecas o pubs, y los que van a conciertos, a escuchar música en directo. También, de forma compartida con el factor 1, los que salen con amigos sin más.

En lo que se refiere al peso porcentual de cada factor o tipo, es decir, independientemente de la varianza explicada, el porcentaje de adolescentes que de forma prioritaria (3.51 a 5, en la escala de 1 a 5) se ubica en cada uno de los tipos, podemos ver la tabla 4.8:

Tabla 4.8: Proporciones de los que se ubican prioritariamente (3.51 a 5) en cada tipo de actividades de tiempo libre

(Ordenados de + a -)

Ejes factoriales		%
1º	Factor 1: Música-lectura-amigos	67.6
2º	Factor 3: La Red	10.8
3º	Factor 4: Videojuegos-Deporte	7.3
4º	Factor 5: Bares-Conciertos	3.0
5º	Factor 2: Cultura-Asociacionismo	0.5

Según estos datos vemos que solamente el modelo de actividad de Música-lectura-amigos es realmente mayoritario, con un 67.6% de los adolescentes y jóvenes que lo suscriben. En una posición intermedia, aunque ya a mucha distancia, estarían los que prefieren La Red y los que se inclinan por los videojuegos y el deporte, el 10.8% y el 7.3%, respectivamente. En cuarto lugar estarían los que en mayor medida van a bares-conciertos, con el 3%. Por último el modelo más minoritario sería el de los que con frecuencia practican actividades de Cultura-asociacionismo, con el 0.5%.

El perfil básico de los que se ubican en cada factor sería el que se recoge en la tabla 4.9.

Tabla 4.9: Perfil de quienes se adscriben prioritariamente a cada factor de actividades de tiempo libre, en %

FACTOR 1: MÚSICA-LECTURA AMIGOS		Total 67.6 %
Hábitat:	10.000-50.000 hab.	71.1
Género:	Mujeres	71.3
Edad:	18 años	70.2
Ocupación:	Trabajo esporádico	92.9
	Trabajo habitual	85.3
Estudios:	Primarios	81.8
	COU y FP	75.5
Se sitúa en clase:	De los primeros	73.4
Religión:	Católicos practicantes	83.6
	No creyentes	70.6
Autoposicionamiento político:	Centro	77.7
	Derecha	78.5
FACTOR 2: CULTURA-ASOCIACIONISMO		Total 0.5 %
Hábitat:	250.000 hab. y más	0.9
Estudios padres:	Medios-superiores	0.9
Lugar en clase:	De los primeros	0.7
Religión:	Católico practicante	1.1
FACTOR 3: LA RED		Total 10.8 %
Hábitat:	10.000-50.000 hab.	12.1
	50.000-100.000 hab.	12.0
Género:	Varones	12.4
Ocupación:	Parados	17.1
	Estudia y trabajo habitual	13.9
Estudios:	FP	17.0
Estudios padres:	Medios-superiores	15.6
Lugar en clase:	De los últimos	15.0
Religión:	No practicantes	11.0
Autoposicionamiento político:	Extrema izquierda	13.8
	Derecha	15.0

Tabla 4.9: Perfil de quienes se adscriben prioritariamente a cada factor de actividades de tiempo libre, en %

(Continuación)

FACTOR 4: VIDEOJUEGOS-DEPORTE		Total 7.3
		%
Género:	Varones	12.4
Edad:	14-15 años	11.2
Estudios:	EGB-ESO-BUP	9.8
Ocupación:	No hace nada	16.7
	Estudia y trabajo esporádico	9.3
Lugar en clase:	De los últimos	12.1
Religión:	Agnósticos	9.3
	No creyentes	10.3
Autoposicionamiento político:	Extrema izquierda	9.2
	Derecha	10.3
FACTOR 5: BARES-CONCIERTOS		Total 3
		%
Edad:	18 años	5.1
Ocupación:	Trabajo habitual	5.4
	Parados	8.6
Estudios:	Primarios-EGB-ESO	5.0
	FP	5.6
Estudios padres:	Primarios	4.7
Lugar en clase:	De los últimos	5.8
Religión:	No creyentes	4.6
Autoposicionamiento político:	Extrema izquierda	4.2
	Extrema derecha	9.8

A partir de la tabla anterior podemos ver que los perfiles sintéticos de quienes, en mayor medida, se ubican en cada tipo o modelo de actividades de tiempo libre serían los siguientes:

► **Modelo 1: Música-lectura-amigos**

En poblaciones de 10.000-50.000 habitantes; las mujeres; los de 18 años; los que tienen trabajo esporádico y habitual; aquéllos con estudios primarios y de COU y FP; los que se sitúan entre los primeros en su clase; los católicos practicantes y los no creyentes; los autoposicionados en el centro y la derecha.

► **Modelo 2: Cultura-asociacionismo**

En poblaciones de 250.000 habitantes y más; los de estudios medios-superiores; quienes se creen de los primeros en sus clases; los católico practicantes.

- ▶ **Modelo 3: La Red**
En poblaciones entre 10.000-50.000 y 50.000-100.000 habitantes; los varones; los parados y los que estudian y tienen trabajo habitual; aquellos con estudios de FP y cuyos padres los tienen medios-superiores; los católicos no practicantes; los que se sienten de extrema izquierda y de derecha.

- ▶ **Modelo 4: Videojuegos-deporte**
Los varones; los de 14-15 años; aquellos con estudios de EGB-ESO y BUP; los que no hacen nada, y los que estudian y tienen trabajo esporádico; quienes se sienten de los últimos en clase; los agnósticos y los no creyentes; los de extrema izquierda y los de derecha.

- ▶ **Modelo 5: Bares-conciertos**
Los de 18 años; los que tienen trabajo habitual, y los parados; aquellos con estudios de EGB-ESO y FP; los que sus padres tienen sólo estudios primarios; quienes se creen de los últimos en clase; los no creyentes; los de extrema izquierda y de extrema derecha.

4.4 LAS ACTIVIDADES DE TIEMPO LIBRE QUE MÁS GUSTARÍA REALIZAR

En pregunta de respuesta múltiple, con un máximo de cuatro, se solicitó a los entrevistados qué señalaran que actividades les gustaría realizar más (independientemente de la medida en que pudieran estar realizándolas en ese momento).

Las respuestas obtenidas son las que se recogen en la tabla 4.10 siguiente:

Tabla 4.10: Actividades de tiempo libre que más gustaría realizar, independientemente de que se practiquen más o menos
(Respuesta múltiple)

	% respuestas	% casos
Chatear	5.3	20.7
Navegar por Internet (no chats)	4.6	17.9
Oír la radio	5.9	23.0
Leer libros, revistas, cómics...	4.1	16.1
Escuchar cintas o cds...	11.2	43.4
Ver televisión	9.3	36.0
Jugar con videojuegos o consolas, etc.	7.0	27.1
Visitar museos, exposiciones	0.8	2.9
Ir a salones de juegos por ordenador, recreativos o cibercafés	2.2	8.4
Ir a escuchar música en directo	4.2	16.5
Salir con amigos sin más	18.8	73.1
Viajar, hacer excursiones	5.8	22.7
Hacer deporte	6.9	26.9
Ir a discotecas, pubs, bares...	9.1	35.1
Ir al cine, teatro...	4.2	16.5
Colaborar con asociaciones, ONGs...	0.5	2.1
Total	100.0	388.8
Base	(11.622)	(2.989)
Media de actividades por persona: 3.89		

2.989 entrevistados que responden a la pregunta aportan un total de 11.622 respuestas, lo que da una media por entrevistado de 3.89 actividades distintas.

Las actividades que más gustaría hacer son las siguientes: salir con amigos sin más (73.1%), escuchar cintas y cds. (43.4%), ver televisión (36%), e ir a discotecas, pubs y bares (35.1). En una posición intermedia, con porcentajes entre el 27.1% y el 16.1%, estarían las siguientes actividades: jugar con videojuegos y consolas; hacer deporte; leer libros, revistas y cómics; viajar y hacer excursiones; chatear y navegar por Internet; ir al cine o al teatro; escuchar música en directo; y escuchar cintas o cds. Y ya, de un modo minoritario, entre el 8.4% y el 2.1%: ir a salones de juegos por ordenador, recreativos o cibercafés; visitar museos y exposiciones; y colaborar con asociaciones y ONGs.

Estas proporciones en las preferencias sobre actividades de tiempo libre no son directamente comparables, dado el distinto modo en que se ha solicitado la información, con las que se obtuvieron al preguntar sobre las actividades

realizadas. No obstante, si tomamos como referencia los porcentajes de mayor frecuencia de realización de las ocupaciones de tiempo libre (tablas 4.2 y 4.5) y los comparamos con los que acabamos de describir, de forma aproximada encontramos que hay actividades que se hacen más de lo que se desea en teoría (ver la televisión, oír la radio, escuchar cintas y cds, o leer revistas y cómics) y otras que parecen ser deseadas muy por encima de lo que en realidad se hacen (ir a conciertos, viajar, ir al cine o al teatro, ir a discotecas o bares...).

En qué medida esas discrepancias tienen que ver con elementos de realidad que impiden realizar lo que se desea (por ejemplo, falta de tiempo, de dinero o de oportunidades), o son productos de una idealización (necesidad de aproximar lo que hacemos a lo políticamente correcto, a lo deseable en teoría), o de una combinación de ambos mecanismos, es algo que no estamos en condiciones de concluir.

Obviamente, por excesivamente farragosa y por su relativo interés para los objetivos centrales de esta investigación, la descripción de los perfiles sociodemográficos de quienes dicen desear en mayor medida cada una de las diferentes actividades (también las tablas numéricas correspondientes, claro). Tan sólo, de forma resumida, centrándonos en las dos variables más importantes, el género y la edad, podemos ver cómo influyen en la definición de las actividades que se desean mayormente.

Por el género: a los varones les gustaría más: navegar por Internet, jugar con consolas y videojuegos, ir a salones recreativos y cibercafé, y hacer deporte. A las mujeres les gustaría más: oír la radio, leer libros y revistas, visitar museos y exposiciones, ir a escuchar música en directo, viajar y hacer excursiones, ir al cine o al teatro, y colaborar con asociaciones, ONGs.

Por la edad: a los 14-15 años gusta más chatear, jugar con videojuegos y consolas, ver televisión, ir a salones recreativos y cibercafé, y hacer deporte. A los 16-17 años gusta más oír la radio e ir a discotecas, pubs y bares. A los 18 años gusta más navegar por Internet, leer libros, revistas o cómics, visitar museos y exposiciones, ir a conciertos, viajar y hacer excursiones, ir a discotecas, pubs y bares, ir al cine y al teatro y colaborar con asociaciones y ONGs.

CAPÍTULO 5

USO DE VIDEOJUEGOS.

En el capítulo anterior se ha iniciado el estudio de los videojuegos analizando su posición en el conjunto de las actividades de ocio juvenil. A partir de este momento nos adentramos en el análisis específico del uso de videojuegos, lógicamente enmarcado por la información precedente.

En este capítulo se presentan los datos más relevantes de la utilización de videojuegos por parte de los jóvenes entre 14 y 18 años, desde dos puntos de vista y dos instrumentos de análisis diferentes:

- En primer lugar (apartados 5.1 y 5.2), con los resultados de la encuesta, se analiza la distribución y características de la utilización de videojuegos: cuántos y qué jóvenes juegan, con qué frecuencia, tipos de máquinas con las que se juega, contextos y modos de juego, preferencias respecto a unos tipos u otros de videojuegos, aspectos que más gustan o interesan de los juegos, etc. Con esta primera parte tendremos, en definitiva, una caracterización de los jóvenes que juegan con videojuegos (y los que no) así como de las preferencias que manifiestan respecto a este tipo de productos.
- En segundo lugar, a partir de los grupos de discusión, en el apartado 5.3 se describen los elementos más relevantes del discurso de los jóvenes usuarios y los no usuarios acerca de los videojuegos. Desde sus puntos de vista particulares se recoge el significado de estos juegos, las expectativas que generan, las principales motivaciones para su uso, la explicación sobre qué es lo que gusta de este tipo de juegos y por qué, etc.

5.1. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL USO DE VIDEOJUEGOS: QUIÉNES, CUÁNTO, CÓMO...

Una primera aproximación al conocimiento del uso de videojuegos, sean del tipo que sean, requiere necesariamente conocer la proporción de jóvenes que juegan en la actualidad frente a los que no lo hacen; posteriormente analizar las características diferenciales de estos dos grupos (suponiendo que existan esas diferencias).

5.1.1 *Usuarios y no usuarios en la actualidad*

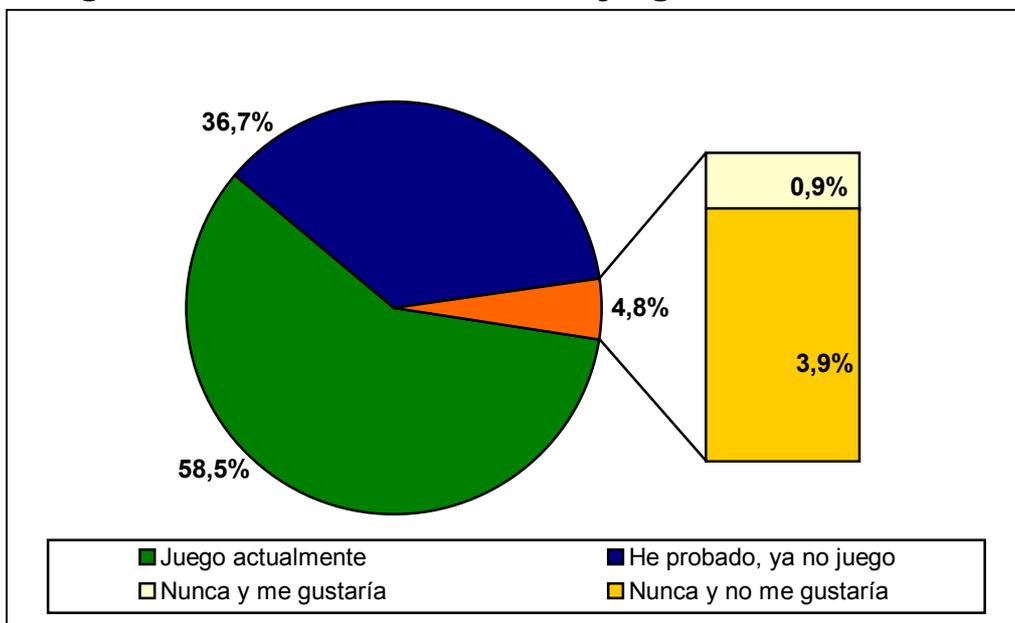
Tal como se desprende de la tabla 5.1, una inmensa mayoría de los jóvenes españoles entre 14 y 18 años tienen o han tenido relación con los videojuegos. Un 58.5% juegan en la actualidad; un 36.7% han jugado en algún momento aunque en la actualidad no lo hacen y tan sólo un 4.8% de los jóvenes no ha jugado nunca.

Tabla 5.1. Uso de videojuegos alguna vez

	%
Si, juego en la actualidad	58.5
He probado, pero hace más de 6 meses que no juego	36.7
No he jugado nunca	4.8
N	3000

De estos últimos, los que no han jugado jamás con un videojuego, el 82% (el 3.9% del total de jóvenes) dicen no estar interesados en jugar, mientras que al otro 18% (0.9% del total) les gustaría probar o jugar en alguna ocasión.

Figura 5.1 Relación con los videojuegos en la actualidad



Observando las características sociodemográficas de quienes están en una u otra situación de las mencionadas (tabla 5.2.) observamos cómo, efectivamente, existen algunas diferencias importantes en los perfiles.

Hay una proporción superior a la media de los que han jugado y siguen haciéndolo en la actualidad en los municipios de menor número de habitantes (61.9% en los menores de diez mil habitantes y 60% en los de 10.000 a 50.000, frente al 55.4% en los municipios mayores de 250.000 habitantes). Correlativamente la proporción de los que han jugado pero ya no juegan es superior según aumenta el tamaño del municipio de residencia.

Las diferencias por género son abismales, tal como era de esperar teniendo en cuenta toda la información previa recogida. Ya vimos en el capítulo 3 como, a través de la manera en que se produce la estructuración del mercado, se

apuntaban importantes elementos que permitían definirlo como preferentemente masculino, tanto desde la creación como en los formatos, contenidos, etc. La oferta y la demanda parecen estar bien ajustadas puesto que si el 72.9% de los chicos son usuarios en la actualidad, la proporción entre las chicas es del 43.4%; casi un 49% de ellas han jugado en algún momento pero han dejado de hacerlo (mientras que este porcentaje es del 25% en el caso de ellos) y un 7.8% de las chicas no ha jugado nunca frente a tan sólo el 2% de los varones. De momento sólo nos referimos al uso genérico; más adelante completaremos esta visión a partir del análisis de la frecuencia de juego y la cantidad de tiempo invertido en esta actividad.

También la edad es una variable que marca diferencias importantes entre unos y otros jóvenes respecto al uso de videojuegos: la proporción de los usuarios actuales es muy superior entre los de 14-15 años (66.2%) y decrece según aumenta la edad (43.3% de los de 18 años); el 49% de los más mayores han probado pero no juegan en la actualidad y es muy superior la proporción de éstos (los de 18 años) que no han jugado nunca: 7.6% frente al 4% de los de los otros grupos de edad.

Respecto al nivel de estudios, la proporción más alta de los usuarios actuales se encuentra entre los que están estudiando o han completado EGB, ESO y BUP; entre los universitarios y los que tan sólo han completado estudios primarios es superior el porcentaje de quienes han probado pero no juegan en la actualidad (49.7% y 57.6% respectivamente), y también entre los universitarios y los que estudian FP o módulos profesionales hay un mayor porcentaje de los que no han jugado nunca (hasta el 9.7% de los primeros y el 9.2% de los segundos).

Respecto a los que no han jugado nunca, como hemos visto anteriormente el 4.8% de la muestra, una gran mayoría dicen no tener interés en jugar, mientras que un 18% (el 0.9% del total de los jóvenes) dice no haber jugado nunca pero que le gustaría hacerlo. Siguiendo la tabla 5.3. vemos que la proporción de estos últimos (los que están interesados) es superior en los municipios de mayor tamaño y entre los más jóvenes (hasta el 34.5% de los que no han jugado nunca y tienen entre 14 y 15 años), mientras que en esta ocasión las diferencias no son estadísticamente significativas ni en base al género ni al nivel de estudios.

Tabla 5.2. Diferencias en el uso actual de videojuegos, según distintas variables sociodemográficas, en % (p<.05)

	Total	Tamaño de municipio		Sexo		Grupo de edad		Nivel de estudios	
Sí, y juego en la actualidad	58.5	Hasta 10.000 hab.	61.9	Varón Mujer	72.9 43.4	14-15 años 16-17 años 18 años	66.2 59.7 43.3	Estudios primarios	39.4
		10.000-50.000 hab.	60.0					EGB, ESO, BUP	63.0
		50.000-100.000 hab.	56.1					COU, Bachillerato	52.1
		100.000-250.000 hab.	57.8					FP/Módulos profesionales	47.1
		Más de 250.000 hab.	55.4					Universitarios medios y superiores	40.7
He probado, pero hace más de 6 meses que no juego	36.7	Hasta 10.000 hab.	31.8	Varón Mujer	25.2 48.8	14-15 años 16-17 años 18 años	29.8 36.2 49.1	Estudios primarios	57.6
		10.000-50.000 hab.	36.0					EGB, ESO, BUP	32.3
		50.000-100.000 hab.	38.5					COU, Bachillerato	44.5
		100.000-250.000 hab.	39.5					FP/Módulos profesionales	43.8
		Más de 250.000 hab.	39.0					Universitarios medios y superiores	49.7
No he jugado nunca	4.8	Hasta 10.000 hab.	6.4	Varón Mujer	2.0 7.8	14-15 años 16-17 años 18 años	4.0 4.0 7.6	Estudios primarios	3.0
		10.000-50.000 hab.	3.9					EGB, ESO, BUP	4.7
		50.000-100.000 hab.	5.3					COU, Bachillerato	3.4
		100.000-250.000 hab.	2.7					FP/Módulos profesionales	9.2
		Más de 250.000 hab.	5.6					Universitarios medios y superiores	9.7

Tabla 5.3. Diferencias en el interés por jugar entre los que no han jugado nunca, en % (p<.05)

	Total	Tamaño de municipio		Sexo		Grupo de edad		Nivel de estudios	
Sí, me gustaría jugar	18.3 *	Hasta 10.000 hab.	16.1	Varón Mujer	ND	14-15 años 16-17 años 18 años	34.5 10.3 16.2	Estudios primarios	ND
		10.000-50.000 hab.	28.6					EGB, ESO, BUP	
		50.000-100.000 hab.	40.0					COU, Bachillerato	
		100.000-250.000 hab.	25.0					FP/Módulos profesionales	
		Más de 250.000 hab.	83.9					Universitarios medios y superiores	
No me gustaría jugar	81.7	Hasta 10.000 hab.	100.0	Varón Mujer	ND	14-15 años 16-17 años 18 años	65.5 89.7 83.0	Estudios primarios	ND
		10.000-50.000 hab.	71.4					EGB, ESO, BUP	
		50.000-100.000 hab.	60.0					COU, Bachillerato	
		100.000-250.000 hab.	75.0					FP/Módulos profesionales	
		Más de 250.000 hab.						Universitarios medios y superiores	

Base: los que no han jugado nunca (N=144)

*Es el 0.8% del total de la muestra; el 81.7% correlativo corresponde al 3.9% del total.

ND: No Discrimina

Finalmente, de aquellos que dicen haber jugado en alguna ocasión pero que no lo hacen en la actualidad, extraemos una jerarquía de los motivos por los cuales no siguen jugando (tabla 5.4): el 69.6% que dicen que no les interesan los videojuegos, un 20.9% que consideran que no tienen tiempo para estos juegos; un 5% a los que los padres han prohibido jugar y un 3.1% que lo atribuyen a falta de dinero para costear los gastos. Un 1.4% alega otro tipo de razones variadas distintas a las anteriores.

Según el género y la edad varía la frecuencia de unos u otros motivos, aunque la jerarquía no cambia sustancialmente.

Tal como se observa en la tabla 5.4, mientras que entre las mujeres aumenta el porcentaje de las que consideran que no les resulta interesante hasta el 71.4% (es el 66.1% de los chicos), entre los varones es superior la proporción de los que dicen no tener tiempo (22.8% frente al 19.8% de ellas) o encuentran limitaciones impuestas por los padres (7.4% frente al 3.4% de las chicas).

Respecto a la edad, y como parece lógico, es superior la proporción de los que no juegan por prohibición paterna o falta de dinero entre los más jóvenes (8.6% y 6.1% respectivamente), mientras que entre los de 18 años aumenta el porcentaje de los que no están interesados (73.1%) y en cualquiera de los grupos por encima de los 15 años crece la proporción de los que consideran que no cuentan con tiempo suficiente para ello.

Tabla 5.4. Motivos para no seguir jugando en la actualidad, según género y edad, en %

	Total	Género		Edad		
		Varón	Mujer	14-15	16-17	18
No me interesa	69.6	66.1	71.4	65.8	69.5	73.1
<i>No me dejan mis padres</i>	5.0	7.4	3.7	8.6	4.8	1.6
<i>No tengo tiempo</i>	20.9	22.8	19.8	16.0	23.3	22.2
<i>No tengo dinero</i>	3.1	2.6	3.2	6.1	1.6	2.2
<i>Otras</i>	1.4	1.1	1.9	3.5	0.7	0.9
N	1061	378	683	313	433	316

Base: los que han jugado pero hace más de 6 meses que no juegan

5.1.2 Frecuencia de juego

Centrándonos ya exclusivamente en los usuarios actuales vamos a profundizar en la intensidad de la relación con los videojuegos: desde cuándo y cuánto se juega. En primer lugar (tabla 5.5.) nos encontramos con que casi la mitad de los jóvenes que juegan (el 48.7%) lo hacen desde hace más de cuatro años y otro 22.2% llevan entre dos y cuatro años jugando de forma más o menos habitual: en total más del 70% de los jóvenes que juegan pueden considerarse como jugadores "fieles" que superan la barrera de los 2 años.

Esta proporción es algo inferior entre las chicas (60.6%) que entre los chicos (76.7%), lo que indica que, al menos tomadas conjuntamente, las mujeres se habrían incorporado al uso de videojuegos más tarde que los varones.

Desde esa interpretación de la antigüedad del uso de videojuegos, lógicamente es también inferior la proporción de los que llevan más de cuatro años jugando entre los de 14-15 años, a pesar de que un 41.6% de los de esta edad dicen haber empezado a jugar hace más de cuatro años (es decir cuando tenían entre 10 y 11 años).

Tabla 5.5. Antigüedad en el uso de videojuegos, según género y edad, en %

	Total	Género		Edad		
		Varón	Mujer	14-15	16-17	18
Menos de 1 mes	1.6	1.3	2.1	2.4	0.7	1.8
<i>De 1 a 6 meses</i>	3.1	1.7	5.5	3.3	3.0	2.5
<i>De 6 meses a 1 año</i>	10.3	9.0	12.5	11.3	9.6	9.5
<i>De 1 a 2 años</i>	14.2	11.4	19.3	16.5	13.0	11.7
<i>De 2 a 4 años</i>	22.2	21.4	23.8	25.0	20.9	18.4
<i>Hace más de 4 años</i>	48.7	55.3	36.8	41.6	52.8	56.2
N	1732	1110	622	717	731	283

Base: los que juegan en la actualidad

Independientemente de cuánto tiempo hace que juegan con videojuegos, el 19.6% de quienes juegan lo hacen a diario; el 22.8% juegan entre 3 y 6 días a la semana; un 34.7% uno o dos días semanales y el 21.9% dicen jugar alguna vez al mes o rara vez (tabla 5.6.).

En estos datos que perfilan ya mucho más el uso de videojuegos, encontramos más datos sobre las diferencias de género: ya vimos que las proporción de chicas que juegan es inferior a la de chicos; ahora sabemos también que la frecuencia semanal de juego es muy inferior entre las chicas que entre los chicos: mientras que casi la cuarta parte de ellos (24.6%) juega a diario tan sólo hacen lo mismo el 10.9% de ellas. Entre las chicas es muy superior el porcentaje de las que juegan rara vez o en alguna ocasión de forma esporádica a lo largo de un mes: 39% frente al 13.7% de los varones.

Tabla 5.6. Frecuencia de juego, según género y edad, en %

	Total	Género		Edad		
		Varón	Mujer	14-15	16-17	18
Nunca o rara vez	3.1	1.3	6.2	1.2	4.3	4.6
<i>Alguna vez al mes</i>	19.8	12.4	32.8	16.0	20.1	28.5
<i>una o dos días a la semana</i>	34.7	35.5	33.4	32.2	38.2	32.4
<i>tres o más días a la semana</i>	22.8	26.2	16.7	26.5	20.0	20.4
<i>Todos los días</i>	19.6	24.6	10.9	24.0	17.4	14.1
N	1751	1115	634	724	741	284

Base: los que juegan en la actualidad

Por otra parte, la frecuencia de juego varía también según la edad, de tal manera que parece se juega menos frecuentemente a medida que aumenta la edad. La pauta diaria es muy superior entre los más jóvenes (24% de los de 14-15 años, frente al 17.4% de los de 16-17 y el 14.1% de los de 18); entre los de 16-17 años es superior la frecuencia de una o dos días semanales, y entre los más mayores (18 años) aumenta mucho el porcentaje de los jugadores esporádicos: 39.1% frente al 17.2% de los más jóvenes.

Esta frecuencia de juego, desde la percepción de los propios jóvenes, o bien tiende a mantenerse (según el 47.6%) o a descender (40.1%). Sólo un 12.2% de los jóvenes que juegan en la actualidad consideran que tienden a jugar cada vez más (tabla 5.7). Entre las chicas, que juegan menos frecuentemente, hay un porcentaje mayor que entre los chicos de las que dicen también jugar cada vez menos, mientras que desde la perspectiva de ellos, en un mayor porcentaje de casos, la frecuencia de juego se mantiene. De las diferencias según la edad se desprende que un mayor porcentaje de los de 14-15 consideran que su frecuencia de juego aumenta (16%, frente al 10.9% de los de 16-17 y el 5.6% de los de 18 años), invirtiéndose la relación en el supuesto contrario, es decir, a medida que aumenta la edad es superior la proporción de los que dicen jugar cada vez menos.

Tabla 5.7. Evolución percibida de la frecuencia de juego, según género y edad, en %

	Total	Género		Edad		
		Varón	Mujer	14-15	16-17	18
Cada vez más	12.2	12.7	11.5	16.0	10.9	5.6
<i>Cada vez menos</i>	40.1	38.0	44.0	31.3	44.0	52.3
<i>Igual</i>	47.6	49.4	44.5	52.6	45.0	42.1
N	1734	1114	620	718	731	285

Base: los que juegan en la actualidad

Un último paso en el análisis de la frecuencia y la intensidad del uso de videojuegos consiste en valorar el tiempo medio dedicado a una sesión de juego. Para ello hemos tenido en cuenta la diferencia entre los días laborables y los fines de semana, puesto que la disponibilidad potencial de tiempo para jugar es distinta en unos días u otros.

Como se puede apreciar en la tabla 5.8 y en la Figura 5.2, la intensidad del tiempo dedicado tiene un pico modal, para los dos tipos de días, en el punto que corresponde al intervalo entre 1-2 horas o algo menos de 1 hora diaria. Sin embargo, las dos curvas, aunque guardan una gran similitud en la distribución presentan diferencias en los porcentajes concretos de cada uno de los puntos o intervalos.

En los días laborables, un 8% de los usuarios actuales no juega nada mientras que esa proporción es del 13% en los días festivos. Sin embargo, la dedicación en tiempo de los que juegan en los días laborables es inferior a la de los que juegan en los fines de semana: el 77.3 de los jugadores dedica algo, pero hasta

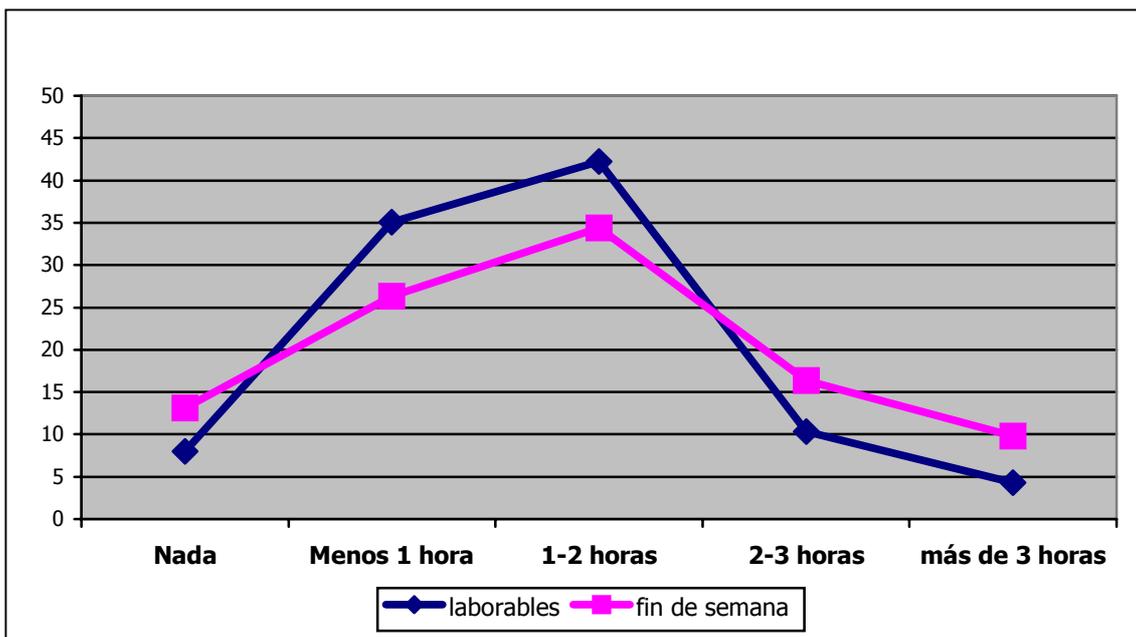
un tope de dos horas en los días laborables, mientras que esa proporción desciende en los fines de semana al 60.7%, casi 17 puntos menos. Sin embargo, en los fines de semana, el 26.2% juega más de dos horas (el 9.8% más de 3 horas diarias) mientras que esa cantidad de tiempo la dedican el 14.7% en los días laborables.

Tabla 5.8. Tiempo medio dedicado a los videojuegos, en laborables y en fin de semana, en %

	Laborables	Fin de semana
Nada	8.0	13.1
<i>Menos de 1 hora</i>	35.1	26.3
<i>1 a 2 horas diarias</i>	42.2	34.4
<i>2 a 3 horas diarias</i>	10.3	16.4
<i>Más de tres horas al día</i>	4.3	9.8
N	1742	1740

Base: los que juegan en la actualidad

Figura 5.2 Tiempo medio dedicado a videojuegos



En definitiva, los días laborables juega un porcentaje algo mayor de jóvenes pero que dedican menos tiempo, mientras que los fines de semana juegan menos jóvenes pero, los que lo hacen, invierten un mayor número de horas.

En todo caso, la intensidad de juego medida en cantidad de tiempo dedicado es, cualquiera que sea el día que se elija como referencia, muy inferior entre las mujeres que entre los varones (tabla 5.9). Un 12.3% de ellas no juegan los días laborables y un 16.6% en los fines de semana, frente al 5.7% y el 11.3%, respectivamente, de ellos.

Por encima de las tres horas de juego se sitúan el 2.7% de las chicas en laborables y el 5.6% de ellas en festivos, mientras que la proporción de los varones que juegan más de tres horas diarias es del 5.1% en laborables y del 12.2% en los días del fin de semana.

Tabla 5.9. Tiempo medio de juego (laborables/fin de semana), según género, en %

	Laborables			Fin de semana		
	Varón	Mujer	Total	Varón	Mujer	Total
Nada	5.7	12.3	8.0	11.3	16.6	13.1
<i>Menos de 1 hora</i>	29.8	44.7	35.1	19.5	38.3	26.3
<i>1 a 2 horas diarias</i>	46.8	34.1	42.2	38.1	27.8	34.4
<i>Dos a tres horas diarias</i>	12.6	6.2	10.3	19.0	11.8	16.4
<i>Más de tres horas al día</i>	5.1	2.7	4.3	12.2	5.6	9.8
N	1114	627	1742	1111	627	1740

Base: los que juegan en la actualidad

La distribución según la edad no es lineal (tabla 5.10). En los días laborables la proporción más alta de los que no juegan se encuentra entre los de 18 años, descendiendo según lo hace la edad (es decir, juegan más los de menor edad), pero de los que juegan, los más mayores dedican más cantidad de tiempo: un 6.4% de los de 18 años juegan más de tres horas diarias los días laborables.

Sin embargo, en los fines de semana son fundamentalmente los más pequeños (los de 14-15 años) los que más juegan y los que más tiempo dedican (un 11.4% de los de esta edad juegan más de tres horas diarias en los fines de semana).

Tabla 5.10. Tiempo medio de juego (laborables/fin de semana), según edad, en %

	Laborables			Fin de semana		
	14-15	16-17	18	14-15	16-17	18
Nada	5.1	9.7	11.4	11.9	14.8	12.1
<i>Menos de 1 hora</i>	34.8	36.7	32.0	21.0	29.3	32.3
<i>1 a 2 horas diarias</i>	45.3	37.7	46.6	36.6	30.1	31.9
<i>Dos a tres horas diarias</i>	11.3	11.9	3.6	16.1	16.8	16.3
<i>Más de tres horas al día</i>	3.6	4.1	6.4	11.4	9.0	7.4
N	727	733	281	725	731	282

Base: los que juegan en la actualidad

5.1.3 Preferencias en el uso de videojuegos: cómo, dónde, con quién...

Otro aspecto importante para caracterizar el uso de videojuegos tiene que ver con las *maneras de jugar*, incluyendo la información recogida sobre los tipos de máquina con que se juega, los lugares y compañías para el juego, siempre desde la perspectiva de lo que es más habitual.

El tipo de máquina establece algunas diferencias importantes entre unos videojuegos y otros y también lo hace entre unos jugadores y otros. No sólo porque la máquina, en tanto que soporte, implica un tipo de relación particular con el videojuego, sino también porque hay determinados tipos de juegos que son característicos y/o exclusivos para un tipo de máquina u otra.

Entre los tipos de soportes o máquinas posibles hemos considerado las *consolas* (tanto en su versión *portátil* como en el modelo doméstico, adaptado al *vídeo*), el *ordenador personal* y las *máquinas específicas de los salones recreativos*. Se mantuvo una opción abierta a otras posibilidades, que en los resultados aparece prácticamente reducida a cero.

Como ya se ha apuntado, en este momento contemplamos sólo el tipo de máquina con que se juega más habitualmente, aunque es probable que en algún momento se pueda utilizar otra distinta a la que es más común para cada jugador. Tampoco entramos aquí en la relación que guarda el tipo de soporte con los lugares donde es más propio jugar con cada una de ellos. Esa cuestión se analiza un poco más adelante.

Tal como figura en la tabla 5.11. las máquinas que soportan los videojuegos con los que se juega más habitualmente son la videoconsola doméstica (para el 45% de los casos) y el ordenador personal (38%). El 11.3% de los jóvenes que usan videojuegos juegan en máquinas específicas de salones recreativos y el 5.3% con una consola portátil.

El porcentaje de las chicas que juegan con consolas portátiles duplica al de los chicos (7.6% frente al 3.8%), y también es algo superior el porcentaje de ellas que utilizan máquinas de salones de juegos.

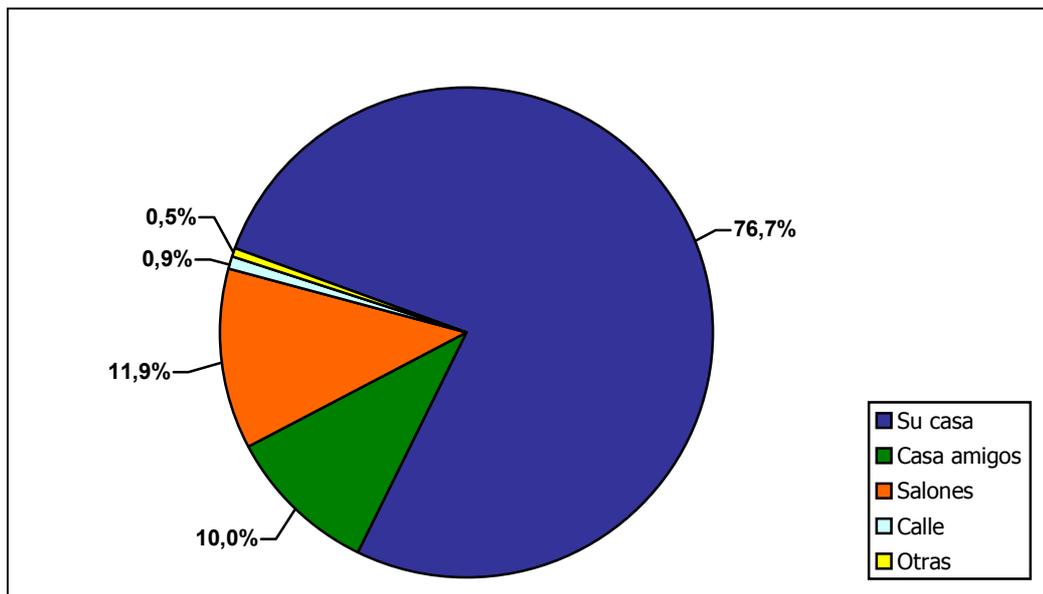
Por edades las consolas portátiles son más frecuentes entre los más jóvenes, al igual que las videoconsolas domésticas, mientras que a medida que aumenta la edad crece la proporción de los que juegan en salones recreativos (casi 5 puntos por encima entre los de 16-18 años que entre los de 14-15)

Tabla 5.11. Tipo de máquina con la que juega habitualmente, según género y edad, en %

	Total	Género		Edad		
		Varón	Mujer	14-15	16-17	18
Consola portátil	5.3	3.8	7.6	6.2	4.5	4.9
<i>Videoconsola doméstica</i>	45.0	46.5	42.8	46.2	45.3	41.8
<i>Ordenador personal</i>	38.1	39.0	36.7	38.8	37.0	38.9
<i>Máquinas en locales públicos</i>	11.3	10.6	12.5	8.8	13.1	13.3
<i>Otras</i>	0.3	0.1	0.5		0.1	1.1
N	1756	1119	633	729	740	285

Base: los que juegan en la actualidad

Figura 5.3 Lugares donde juega habitualmente



Como se puede apreciar (Figura 5.3), respecto a los lugares en los que se suele jugar se encuentra una primera relación con el tipo de máquina tal como se apuntaba anteriormente: alrededor de un 12% juegan en salones recreativos (prácticamente la misma proporción que decían utilizar máquinas específicas de este tipo de locales), un 76% juegan habitualmente en su casa y un 10% en la casa de los amigos (en cualquiera de estos casos podrían estarse utilizando tanto consolas como ordenadores personales) y no llega al 1% el porcentaje de los que dicen jugar en la calle o espacios públicos (que lógicamente lo harían mediante consolas portátiles).

Tabla 5.12. Lugar donde juega más habitualmente, según tamaño del hábitat, en %

	<10.000 hab	10.000-50.000	50.000-100.000	100.000-250.000	>250.000
En su casa (76.7)	75.2	69.8	75.9	82.5	83.4
<i>En casa de amigos (10.0)</i>	10.8	12.3	10.6	7.9	7.5
<i>En salones de juegos (11.9)</i>	14.0	15.0	12.6	8.3	8.3
<i>En la calle (0.9)</i>		1.9	1.0	1.0	0.3
<i>En otros sitios (0.5)</i>		1.1		0.3	0.5
N	407	473	199	302	373

Base: los que juegan en la actualidad

Las diferencias respecto al lugar de juego no son significativas según el género o la edad. Sí lo son en función del tamaño del hábitat de residencia (tabla 5.12): en los municipios de mayor tamaño (por encima de los 100.000 habitantes) es más frecuente el juego en la casa propia que en el resto, a pesar de que aquél sea el lugar predominante en todos los casos; en casa de los amigos juegan un mayor porcentaje de los que residen en municipios entre diez mil y cincuenta mil habitantes, mientras que la proporción de los que juegan en salones recreativos es superior en los municipios más pequeños, fundamentalmente en los menores de 50.000 habitantes.

Existe una lógica relación entre el lugar y el tipo de máquina con que se juega más habitualmente, de tal manera que los que juegan con consolas portátiles van con más frecuencia a casa de los amigos a jugar que los que utilizan videoconsolas domésticas u ordenadores personales, quienes a su vez juegan mucho más frecuentemente en sus propias casas; evidentemente la relación más clara en este particular es el 88% de los que juegan habitualmente con máquinas públicas que lo hacen en salones de juegos.

También se observa una relación interesante con el autopoicionamiento entre los compañeros de clase: mientras que los que se sitúan de la mitad hacia arriba de la clase dicen jugar en una proporción superior en su casa, los que se colocan por debajo de la media de clase (sobre todo los que se consideran "de los últimos") frecuentan en una proporción muy superior que el resto los salones de juegos (21.7% frente al 12.1% de media total).

Para finalizar este apartado hemos utilizado unas preguntas específicas sobre la compañía o no en el uso de videojuegos, tanto desde la visión de cómo se juega habitualmente como desde la de las preferencias, independientemente de cómo se juegue.

Para ello consideramos tres tipos de posibles modalidades: solo/a, con amigos y con los padres; las dos primeras incorporaban la posibilidad del juego en red. Combinando ambas cuestiones, se pidió a los entrevistados inicialmente que nos dijeran cómo suelen jugar, admitiendo más de una respuesta: solo/a,

solo/a pero en red, con amigos presentes físicamente, con amigos en red o con los padres presentes.

Pues bien, según consta en la tabla 5.13. las dos modalidades más habituales de juego son o bien solo/a, según un 64.3% de los entrevistados, o bien con amigos presentes físicamente (62.3% de los casos). El juego en red está muy poco extendido, tanto si es solo/a (5.5%) como si es con los amigos (4.5%); con el padre y/o la madre tan sólo juega el 3.2% de los jóvenes estudiados.

Hay que recordar, tal y como se expone en el capítulo 3, que los juegos adaptados para jugar en red son un producto relativamente nuevo que se supone irá creciendo en el mercado. Además, esta posibilidad está ligada a la disponibilidad de Internet en casa, de ordenadores que soporten adecuadamente los juegos (imágenes, velocidad, etc...) y a la presencia de una cultura que, aunque se supone en alza, quizá no está todavía suficientemente arraigada.

Tabla 5.13. Con quién juega habitualmente, según género y edad, en%

	Total	Género		Edad		
		Varón	Mujer	14-15	16-17	18
Solo/a	64.3	63.5	65.7	65.2	63.4	64.4
<i>Solo/a pero en red</i>	5.5	7.1	2.7	5.8	5.7	4.1
<i>Con amigos presentes</i>	62.3	62.7	61.6	63.2	61.7	61.5
<i>Con amigos en red</i>	4.5	4.8	3.9	4.9	4.4	3.5
<i>Con los padres presentes</i>	3.2	3.0	3.6	4.5	2.8	0.7
N	1738	1108	631	725	731	282

Base: los que juegan en la actualidad; la suma de porcentajes es superior a 100 por ser respuesta múltiple.

En todo caso, entre las mujeres la proporción de las que juegan en red, bien sea solas o con amigos, es muy inferior a la de los varones. Ellas juegan más frecuentemente solas que ellos (el 65.7% frente al 63.5%) y algo más con los padres presentes. En todas las demás modalidades es superior el porcentaje de los chicos, incluido el juego con amigos.

Independientemente de lo anterior, y puestos a elegir, cuando se ofrece la posibilidad de optar por una u otra manera de jugar, la opción preferente para un 62.9% de los casos es jugar con los amigos. Hay bastante información en este estudio como para avanzar que el uso de videojuegos para una gran mayoría de los jóvenes representa, como otros muchos juegos, una opción lúdica más para compartir. Sin embargo algo más de la cuarta parte de los jugadores prefiere jugar estrictamente solo/a (el 25.5%).

De estos resultados no se pueden extrapolar muchas conclusiones más respecto a lo que significa jugar con videojuegos con o sin compañía. Hay que tener presente que cuando hablamos de videojuegos estamos aglutinando una

inmensa cantidad de juegos muy distintos entre sí, entre los que se encuentran algunos que, en sí mismos, implican relación con otras personas (por competición, por ejemplo) y otros que son de carácter más individual, sin que ello implique, a priori, valoraciones positivas o negativas, o una pretensión peyorativa en alguna de las modalidades.

También en este caso las preferencias varían según el género y la edad (tabla 5.14.). A un porcentaje mayor de los chicos les gusta más jugar en compañía de los amigos o en red, mientras que las chicas sobresalen en el gusto por jugar solas o con los padres presentes.

Tabla 5.14. Con quién prefiere jugar, según género y edad, en %

	Total	Género		Edad		
		Varón	Mujer	14-15	16-17	18
Solo/a	25.5	24.4	27.4	23.4	25.5	31.0
<i>Solo/a pero en red</i>	4.1	5.0	2.4	4.8	3.7	3.2
<i>Con amigos presentes</i>	62.9	63.2	62.3	62.8	64.1	60.1
<i>Con amigos en red</i>	5.9	6.3	5.3	6.5	5.8	4.6
<i>Con los padres presentes</i>	1.6	1.1	2.6	2.5	0.8	1.1
N	1731	1107	624	723	728	281

Base: los que juegan en la actualidad

Por edades, entre los más mayores destaca la preferencia por jugar solos, mientras que los más jóvenes prefieren en mayor proporción jugar con los amigos o en red. Específicamente con los amigos presentes destaca el intervalo intermedio, entre los 16 y 17 años.

5.1.4 Otros indicadores de la afición: gasto y vinculación

Finalmente, dentro de esta caracterización genérica del uso de videojuegos, incorporamos en la encuesta una serie de indicadores indirectos para valorar la afición a los videojuegos entre los jóvenes de 14 a 24 años.

En primer lugar consideramos el **gasto mensual** en videojuegos, medido en pesetas, tanto en salones de videojuegos como en compras y/o copias de juegos. Posteriormente nos interesamos por el grado de vinculación de los usuarios a los juegos, mediante la **pertenencia a clubs o asociaciones** específicas de videojuegos, el seguimiento de **revistas o publicaciones especializadas** y el **uso de Internet** para estar al corriente de los juegos, participación en foros y/o chats relacionados con videojuegos, etc.

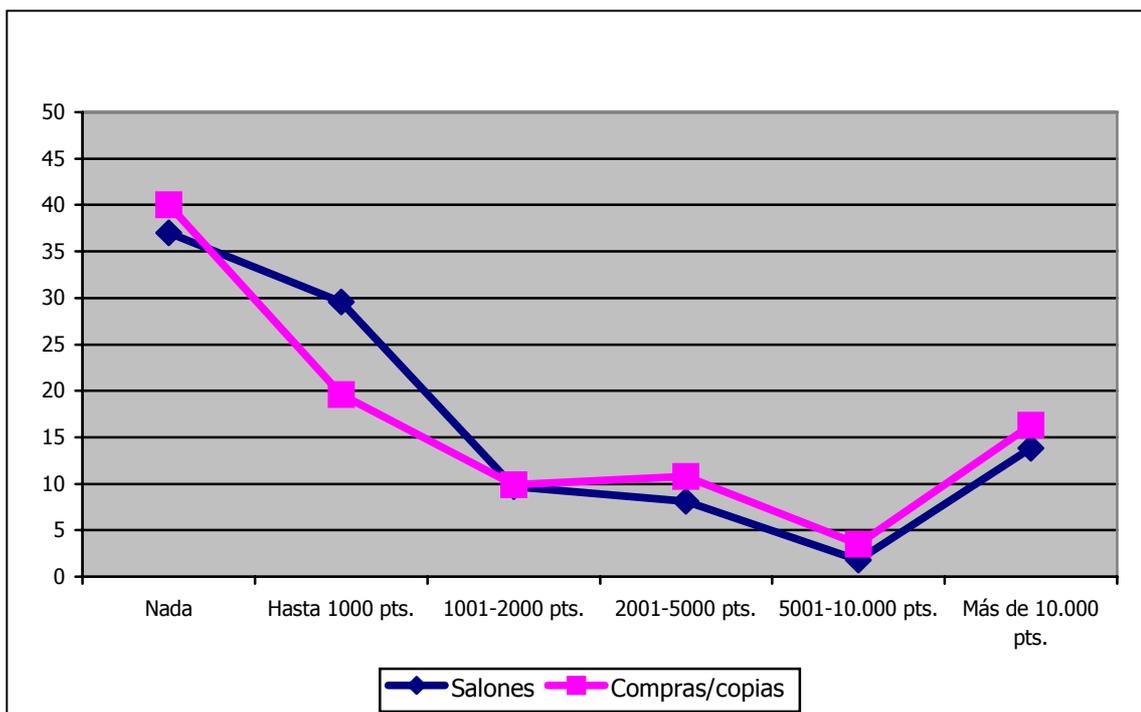
Desde el punto de vista del gasto mensual en videojuegos (Figura 5.4), a partir de una serie de intervalos que van desde *nada* hasta *más de 10.000 pts. mensuales*, obtenemos los siguientes resultados:

- En videojuegos de salones recreativos, y en términos generales, un 37% de los entrevistados dice no gastar nada; el 29.6% invierte hasta 1000 pesetas mensuales; un 9.7% entre mil y dos mil pesetas; el 8.1% entre dos y cinco mil; un 1.8% entre cinco y diez mil y el 13.8% más de diez mil pesetas cada mes como media.

Algo más de un tercio de los jóvenes no utiliza (al menos no gasta) en este tipo de formato de videojuegos; cerca de un 40% de los jóvenes invierte hasta dos mil pesetas y, en un nivel importante de gasto estaría cerca del 14% de los jóvenes.
- En compras o copias de videojuegos, la estructura del gasto es similar aunque las cantidades invertidas son mayores. Sin embargo es llamativo que, aún así, en el 39.9% de los casos no hay gasto alguno, lo que o bien se debe a que los juegos son comprados por otras personas (los padres, por ejemplo) y no se consideran gastos propios, o que, como de hecho parece derivarse de los informes y comentarios de los representantes del mercado, los niveles de piratería en el caso de los videojuegos son altos. Como veremos esta parece ser la opción más plausible puesto que el porcentaje de los que no gastan nada es muy superior según avanza la edad.

Además de ese cerca del 40%, aproximadamente otro 30% de los jóvenes gasta hasta dos mil pesetas mensuales, cerca de un 15% entre dos y cinco mil y el 16.4% más de diez mil pesetas cada mes en compras o copias de videojuegos.

Figura 5.4 Gasto mensual en videojuegos



Para cada una de las modalidades, siguiendo las tablas 5.15 y 5.16, podemos comprobar algunas diferencias en la estructura del gasto por género y edad.

En primer lugar, en lo que se refiere a los juegos en salones recreativos (tabla 5.15), el porcentaje de mujeres que no gasta nada es del 47.1%, 16 puntos más alto que el de los varones (31.3%), aunque en el otro extremo es algo superior el porcentaje de las chicas que invierte más de diez mil pesetas al mes (el 15.8% frente al 12.6% de los chicos). Por edades, los más mayores no gastan nada en mayor proporción, aunque de los que gastan dinero las cantidades son superiores que entre los más pequeños. No obstante, la diferencia en las proporciones de los que más gastan no son muy elevadas ya que el 13% de los de 14 y 15 años invierten más de diez mil pesetas mensuales en salones recreativos mientras que entre los de 16 a 18 años son el 14.4% los que dedican la misma cantidad.

Tabla 5.15. Gasto mensual en salones de juegos, según género y edad, en %

	Total	Género		Edad		
		Varón	Mujer	14-15	16-17	18
Nada	37.0	31.3	47.3	35.5	36.2	43.3
<i>Hasta 1000 pts.</i>	29.6	32.3	24.8	33.4	29.3	20.1
<i>1001-2000 pts.</i>	9.7	11.3	6.8	8.1	10.7	11.3
<i>2.000-5000 pts.</i>	8.1	10.4	4.1	8.6	8.0	7.0
<i>5.000-10.000 pts.</i>	1.8	2.1	1.3	1.4	1.5	3.9
<i>Más de 10.000 pts.</i>	13.8	12.6	15.8	13.0	14.3	14.4
N	1755	1120	634	730	740	284

Base: los que juegan en la actualidad

En lo que tiene que ver con las compras o copias la estructura del gasto por género también es similar: un mayor porcentaje de las chicas no gasta nada, pero es superior la proporción de las que más invierten, mientras que de ellos son más los que dedican cantidades menores por término medio al mes. Sin embargo, por edad, son los de 14 a 15 años los que más dinero invierten en compras o copias, prácticamente en cualquiera de los intervalos de gasto, como ya se ha apuntado anteriormente.

Tabla 5.16. Gasto mensual en compras o copias de videojuegos, según género y edad, en %

	Total	Género		Edad		
		Varón	Mujer	14-15	16-17	18
Nada	39.9	34.5	49.4	38.4	39.6	45.1
<i>Hasta 1000 pts.</i>	19.5	22.8	13.7	21.9	19.2	14.1
<i>1001-2000 pts.</i>	9.9	11.1	7.9	9.1	10.0	11.6
<i>2.000-5000 pts.</i>	10.8	13.4	6.1	11.0	10.4	11.3
<i>5.000-10.000 pts.</i>	3.5	4.5	1.7	3.2	4.6	1.1
<i>Más de 10.000 pts.</i>	16.4	13.7	21.1	16.5	16.1	16.9
N	1756	1121	635	729	739	284

Base: los que juegan en la actualidad

Tomando como referencia los niveles más altos de gasto, es decir los que invierten por encima de las diez mil pesetas mensuales, encontramos algunas características que sobresalen en los perfiles según las variables de clasificación. Tal como se puede apreciar, las características sobresalientes son muy homogéneas en ambos tipos de gastos, con ligeras matizaciones (tabla 5.17).

Dejamos al lector interesado el análisis pormenorizado de la tabla, advirtiéndole una vez más de la dificultad para sacar conclusiones y, sobre todo para hacer interpretaciones unívocas. No obstante hay elementos muy significativos. Así, parece que los jóvenes que residen en municipios de tamaño intermedio y grande son los que más sobresalen en el gasto, tanto en salones de juegos como en compras o copias de videojuegos.

Por otro lado, aunque anteriormente se ha comentado que hay un grupo de chicas que destacan por no gastar nada, otro segmento de mujeres están a la cabeza del gasto. También los que tienen mayor edad y los que estudian y trabajan (aunque el porcentaje de quienes invierten más de diez mil pesetas mensuales es superior también entre un grupo de los que dicen no hacer nada).

Tabla 5.17. GASTO EN VIDEOJUEGOS.
Características fundamentales de quienes sobresalen en el gasto superior a 10.000 pesetas mensuales, en %
(P<0.5)

	Tamaño de municipio	Sexo	Grupo de edad	Actividad/ocupación	Nivel de estudios
En salones de juego (13.8)	+ Municipios de 50.000 a 100.000 hab. (19.9) + Entre 100.000-250.000 hab. (17.3) + Más de 250.000 hab. (13.8)	+ Mujer (15.8)	+ 18 años (14.4) + 16-17 años (14.3)	+ Estudia y trabaja (17.0)	+ Estudios primarios (25.0) + Estudios medios y superiores (31.0)
En compras o copias (16.3)	+ Municipios de 50.000 a 100.000 hab. (21.5) + Entre 100.000-250.000 hab. (17.2)	+ Mujer (21.1)	+ 18 años (16.9)	+ Estudia y trabaja (17.0) + No hago nada (28.0)	+ Estudios primarios (30.8) + Estudios medios y superiores (28.8)

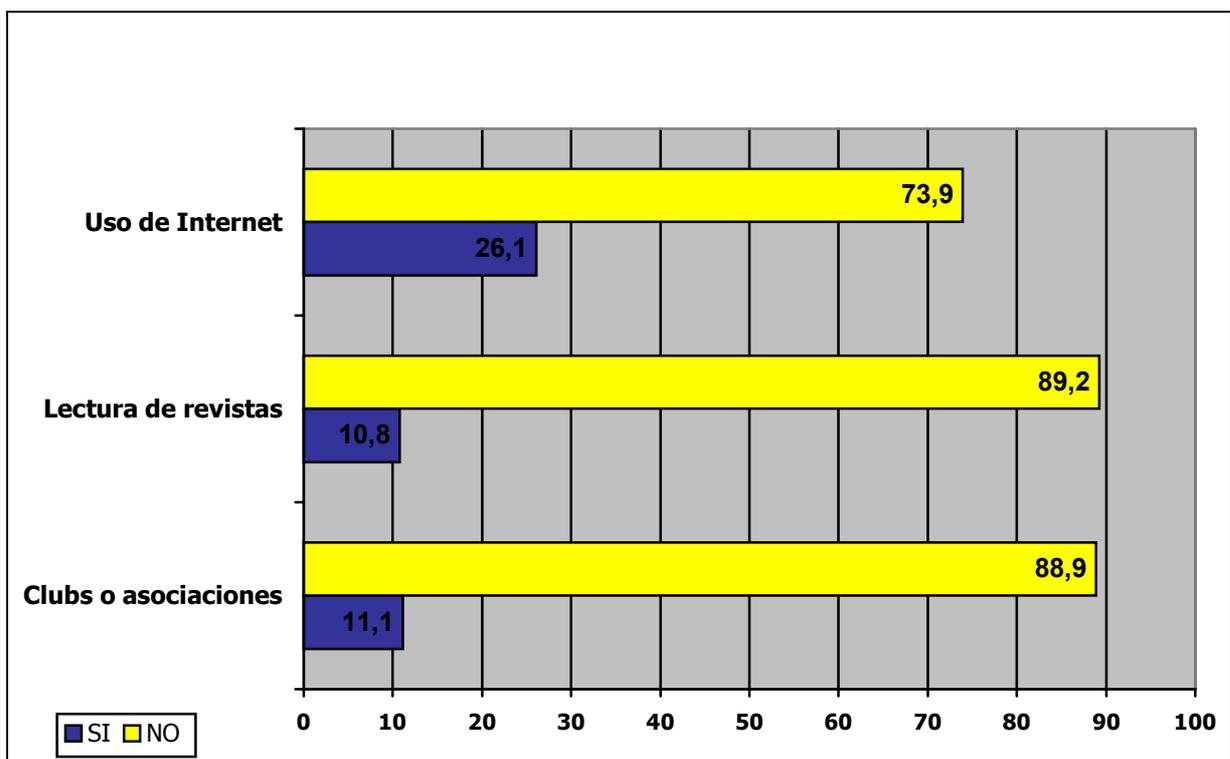
Tabla 5.17. GASTO EN VIDEOJUEGOS (continuación).
Características fundamentales de quienes sobresalen en el gasto superior a 10.000 pesetas mensuales, en %
(P<0.5)

	Estudios de los padres	Posición en el aula	Posición religiosa	Posición ideológica	Ideología de los padres
En salones de juego (13.8)	+ Formación profesional (19.1) + Bachiller superior (18.9)	+ De la primera mitad (23.9)	+ Indiferente /agnóstico (21.0) + Católico no practicante (15.3)	+ Izquierda (30.2)	+ Izquierda (23.8)
En compras o copias (16.3)	+ Formación profesional (20.4) + Bachiller superior (19.8) + Diplomados y Licenciados (18.0)	+ De la primera mitad (25.2)	+ Indiferente /agnóstico (22.7) + Católico no practicante (18.8)	+ Izquierda (31.4)	+ Izquierda (23.4)

Por otra parte, y teniendo en cuenta algunas de las cuestiones reflejadas en la estructura del mercado de videojuegos (capítulo 3) parecía interesante considerar algunos indicadores, más allá del gasto, que nos pudieran aproximar en cierta medida a cómo el grado de afición y vinculación a los videojuegos se desarrolla a partir de ese concepto que los informantes clave denominaban "*la comunidad de videojugadores*". Así se preguntó por la pertenencia a clubs o asociaciones específicas, por el grado de seguimiento de revistas o publicaciones especializadas y por la utilización de Internet para consultar páginas web, foros o chats relacionados con videojuegos.

Considerando estas cuestiones como refuerzos al grado de afición, y tal como se refleja en la Figura 5.5, en los tres tipos de cuestiones es mayoritario el porcentaje de jóvenes que no mantienen una relación con este tipo de refuerzos, a pesar de que las minorías, en algunos de los casos, son muy significativas.

Figura 5.5 Refuerzo de la afición a los videojuegos



Un 11% de los jóvenes entre 14 y 18 años pertenece a algún tipo de club o asociación vinculado específicamente al mundo de los videojuegos; un 10,8% siguen revistas o publicaciones con bastante o mucha frecuencia y más de la cuarta parte (el 26,1%) siguen cuestiones relacionadas con los videojuegos, tanto páginas específicas como foros y/o chats, a través de Internet.

También en esta cuestión podemos profundizar en los perfiles sobresalientes a través de las diferencias significativas respecto a las variables de clasificación (tabla 5.18).

La proporción de los que pertenecen o están integrados en clubes o asociaciones ligados a los videojuegos o siguen con bastante o mucha frecuencia revistas o publicaciones especializadas es superior entre los jóvenes que viven en municipios de tamaño medio y grande, los varones y los de menor edad (entre 14 y 15 años). El uso de Internet a efectos de seguimiento de noticias o foros de videojuegos, es significativamente más alto entre: los que viven en municipios por encima de los cien mil habitantes, los varones y los de edades intermedias (16-17 años)

Como se puede apreciar analizando la tabla, parece que hay algunas constantes en los perfiles sobresalientes de los jóvenes más vinculados a los tres indicadores: la mayor presencia en los municipios de mayor tamaño, la mayor vinculación de los varones y de los jóvenes de menor edad; también cabría añadir los estudios de tipo profesional o medio (no universitario) y la simultaneidad de estudios y trabajo.

Tabla 5.18. REFUERZO A LA AFICIÓN A LOS VIDEOJUEGOS. Características fundamentales de quienes sobresalen en la pertenencia a asociaciones, lectura de revistas con bastante o mucha frecuencia y uso de Internet, en %
(P<0.5)

	Tamaño de municipio	Sexo	Grupo de edad	Actividad/ocupación	Nivel de estudios
Pertenencia a clubs o asociaciones (11.1)	+ Municipios entre 100.000 y 250.000 hab. (15.3) + De 10.000-50.000 (13.6) + Más de 250.000 hab. (13.0)	+ Varón (15.7)	+ 14-15 años (13.8)	ND	+ FP/Módulos profesionales (15.3) + EGB/ESO/BUP (12.5)
Lectura de revistas o publicaciones especializadas (10.8)	+ Municipios entre 50.000-100.000 hab. (12.5) + Municipios más de 250.000 hab. (12.5) + entre 100.000 –250.000 hab. (11.0)	+ Varón (14.4)	+ 14-15 años (13.4)	+ Estudio y trabajo (12.8)	+ FP/ Módulos profesionales (16.5)
Uso de Internet (26.1)	+ De 100.000-250.000 (35.0) + Más de 250.000 hab. (29.5)	+ Varón (31.9)	+ 16-17 años (27.4)	+ En paro (46.7) + Estudio y trabajo esporádico (46.2) + estudio y trabajo habitual (41.1)	+ EGB/ESO/BUP (27.3)

ND: No Discrimina

Tabla 5.18. REFUERZO A LA AFICIÓN A LOS VIDEOJUEGOS. (continuación). Características fundamentales de quienes sobresalen en la pertenencia a asociaciones, lectura de revistas con bastante o mucha frecuencia y uso de Internet, en %
(P<0.5)

	Estudios de los padres	Posición en el aula	Posición religiosa	Posición ideológica	Ideología de los padres
Pertenencia a clubs o asociaciones (11.1)	+ Diplomados o licenciados (15.1) + Bachiller superior (13.5) + Formación profesional (13.2)	ND	+ Católicos practicantes (17.3) + No creyentes/ateos (13.5)	+ Derecha (15.4) + Extrema derecha (21.4)	+ Derecha (14.2) + Extrema derecha (18.6)
Lectura de revistas o publicaciones especializadas (10.8)	+ Diplomados/licenciados (15.6) + FP/ Módulos profesionales (11.2)	+ De los primeros (17.4) + de la segunda mitad (12.1)	+ No creyente /ateo (19.1) + Católicos practicantes (15.3) + Indiferente /agnóstico (13.1)	+ Derecha (16.5) + Extrema izquierda (15.8) + extrema derecha (13.0)	+ Extrema izquierda (18.5) + Izquierda (15.2)
Uso de Internet (26.1)	+ Diplomado/Licenciado (35.0) + Bachiller Superior (28.0) + Formación profesional (27.2)	ND	ND	ND	ND

ND: No Discrimina

5.2. LOS DISTINTOS TIPOS DE VIDEOJUEGOS

A pesar de las características generales que hemos venido analizando hasta el momento, probablemente hablar de *uso de videojuegos* en general es un artificio si no se tiene en cuenta la gran diversidad de formatos y contenidos que suponen los distintos productos que se enmarcan dentro de la denominación genérica "videojuegos". Por eso, es imprescindible dar un paso más considerando esta diversidad, tanto desde el punto de vista de qué es lo que se busca en los videojuegos, es decir, los aspectos que más interesan o gustan de ellos, como de las diferencias de uso (y de interés) que se producen respecto a distintos tipos de videojuegos entre los jóvenes que son usuarios más o menos habituales.

En este apartado vamos a abordar estas cuestiones, comenzando por los aspectos que más gustan de los videojuegos y analizando posteriormente, a partir de una categorización específica de tipos de videojuegos, cuáles son los que más se usan y los que más gustan, así como las diferencias respecto a cada uno de los temas según distintas características de los jóvenes de 14 a 18 años.

5.2.1 ¿Qué es lo que más gusta de un videojuego?

Aunque más adelante en el último apartado de este capítulo se profundiza en las motivaciones y aspectos de interés de los videojuegos desde la información cualitativa de los grupos de discusión, a partir de los datos de la encuesta tenemos una primera aproximación a cuáles son los elementos que componen y definen un videojuego que resultan más interesantes para los jóvenes de 14 a 18 años. Nos referimos en este apartado tanto a aspectos técnicos del desarrollo del juego, como a contenidos, conceptos y objetivos de los propios juegos, sobre los que hemos pedido a los entrevistados que nos señalaran sus prioridades.

De todas las opciones contempladas (pregunta 78 del cuestionario) podemos obtener una jerarquía de dichas prioridades, teniendo en cuenta que no se obligó a optar sólo por una, sino que se permitía elegir hasta cuatro en función de los intereses o el gusto de cada cual.

De los elementos que se sometieron a consideración y tomando los resultados globales, la jerarquía de preferencias sitúa en primer lugar al desarrollo técnico de los efectos gráficos y sonoros del juego, aspecto que señala el 54.1% del conjunto de los jóvenes (tabla 5.19). A continuación se señala el interés por un alto nivel de realismo (44.7%) y que el juego plantee retos que obliguen a irse superando (42.7%). Siguiendo el orden de prioridades, un 36.8% de los jóvenes resaltan que las situaciones en que se desarrolla el juego sean muy

impactantes; el 34.1% que permita competir con otros jugadores y el 33.3% que sea fácil de jugar.

**Tabla 5.19. Qué es lo que más te gusta de un videojuego
(% de casos que eligen cada una de las opciones)**

	% total	Género		Edad		
		Varón	Mujer	14-15	16-17	18
Elementos gráficos y sonoros muy elaborados	54.1	55.8	51.1	53.9	52.0	60.2
Muy realista	44.7	50.5	34.3	42.3	46.6	46.0
Que planteen retos	42.7	41.8	44.5	39.3	44.5	46.7
Situaciones muy impactantes	36.8	41.3	28.7	36.6	36.7	37.8
Que permita competir	34.1	35.2	32.2	33.5	35.7	31.6
Fácil de jugar	33.3	25.9	46.7	35.2	34.3	25.8
Que permita jugar muchas veces	28.0	27.5	28.8	32.8	24.3	25.2
Personajes atractivos	27.7	25.3	32.2	28.2	28.7	24.0
Que permita formar parte de las historias	27.0	26.0	28.9	25.3	27.6	29.9
Argumento muy elaborado	26.0	27.4	23.5	23.4	27.0	30.2
Alto nivel de Inteligencia artificial	17.0	18.7	14.1	17.8	16.0	17.5
Que se pueda acabar pronto	11.8	10.8	13.7	14.0	10.6	9.5
<i>Total (N)</i>	1698	1092	606	705	719	274

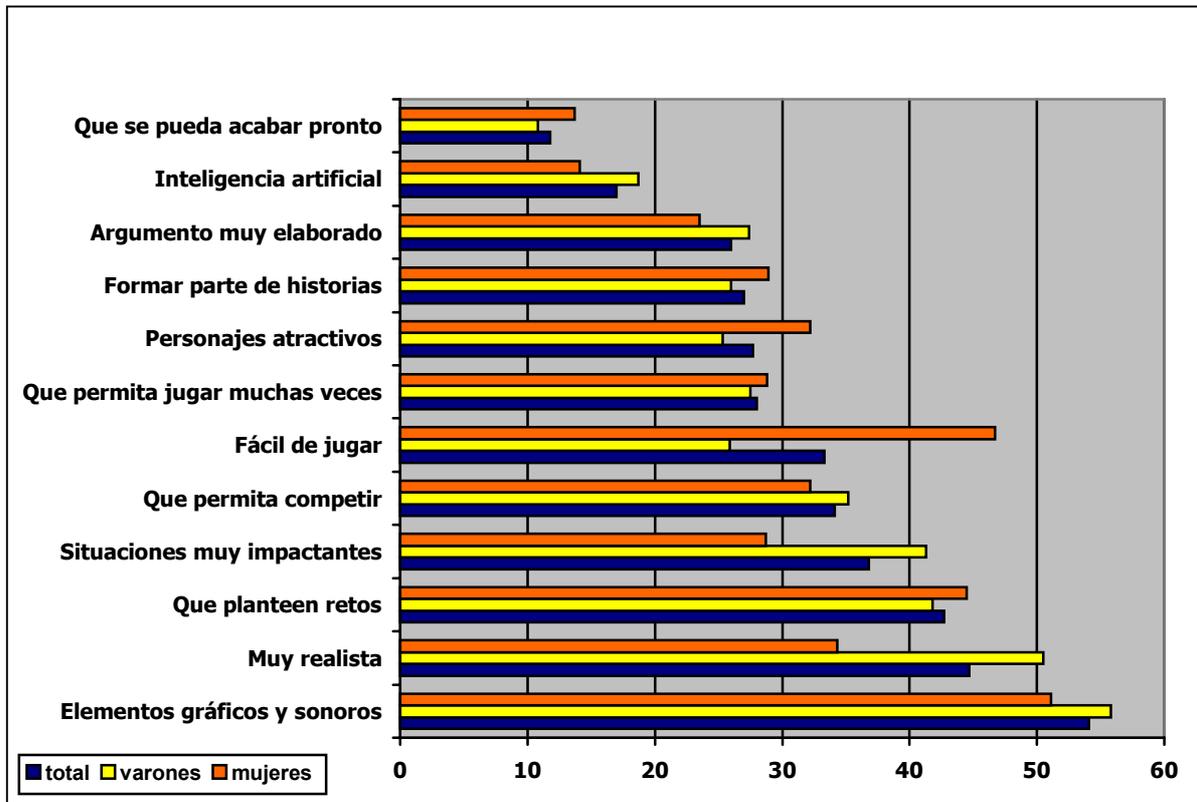
La suma es superior a 100 por ser respuesta múltiple (4 opciones)

Al 28% les gusta que el juego permita jugar muchas veces; el 27.7% que los personajes sean atractivos, el 27% que el juego permita formar parte de las historias y el 26% que el argumento sea muy elaborado. En las últimas posiciones, por debajo del 20%, se señala el interés en que el juego tenga un alto nivel de inteligencia artificial y, para el 11.8%, que se pueda acabar pronto.

Lógicamente las distintas combinaciones de cada una de las preferencias orientará el gusto por unos tipos u otros de videojuegos, puesto que cada uno de los tipos incorpora en distintos grados todos o algunos de los aspectos mencionados, cuestión que veremos un poco más adelante. En todo caso, del *ranking* obtenido se puede resaltar la gran importancia que se concede a los elementos técnicos relacionados con las imágenes y el sonido (muy por encima de la inteligencia artificial, por ejemplo), es decir, la presentación del juego que facilita que sean posibles algunas de las prioridades que también resaltan un alto porcentaje de jóvenes: conseguir que los efectos aparenten gran nivel de realismo y que resalten las situaciones impactantes. Destaca también el interés por la superación y la competición, no necesariamente ligadas entre sí.

No obstante, tal como se refleja en la tabla 5.19 y en la Figura 5.6, este orden de prioridades generales no es exactamente igual para todos los jóvenes, especialmente si tenemos en cuenta el género y la edad.

Figura 5.6 Aspectos que más gustan de un videojuego (según género)



Respecto al género, y teniendo en cuenta el grupo de las opciones más señaladas, tanto para las mujeres como para los varones se mantiene como primera opción la importancia concedida al desarrollo de los elementos gráficos y sonoros, aunque el porcentaje de chicas que lo señalan es algo inferior que el de chicos. Sin embargo, en los siguientes puestos se altera la jerarquía tal como la ordenan cada uno de los géneros, y las diferencias son mucho más importantes. Entre las chicas existe un porcentaje mayor que entre los chicos que señalan el interés en que el juego sea fácil de jugar, que plantee retos y permita competir, por delante del grado de realismo o de que las situaciones sean impactantes; sin embargo, en el caso de los chicos, estas dos últimas opciones gozarían de mayor grado de interés y, por el contrario, el hecho de que el juego sea fácil de jugar retrocedería bastantes puestos en el ranking.

En los niveles más bajos del orden de prioridades también se observa que las chicas conceden más importancia que los chicos al atractivo de los personajes así como a que el juego permita formar parte de las historias, mientras que los varones superan en porcentaje a las chicas al señalar que les interesa que los argumentos sean muy elaborados y que el juego tenga un alto nivel de inteligencia artificial.

En función de la edad no se observan grandes modificaciones en la jerarquía general aunque sí existen algunas diferencias significativas en los porcentajes de quienes resaltan cada una de las opciones según dicha variable. Así, entre los de mayor edad, son más los que conceden mayor importancia a los efectos gráficos y sonoros, llegando al 60% la proporción de los que señalan este aspecto entre los de 18 años. También en las edades más altas son superiores los porcentajes de los que resaltan el interés por los elementos de superación, los argumentos elaborados, impacto de las situaciones y nivel de realismo; los de edades intermedias resaltan también en algunas de las cuestiones mencionadas, pero específicamente en la posibilidad de competir y el atractivo de los personajes, mientras que los más jóvenes (entre 14 y 15 años) sobresalen, fundamentalmente, en el señalamiento de que el juego sea fácil, permita jugar muchas veces, se pueda acabar pronto y que tenga un alto nivel de inteligencia artificial.

5.2.2 Distintos tipos de videojuegos

Parece claro que no todos los jóvenes establecen el mismo tipo de relación con los videojuegos. Por una parte ya hemos visto que son distintas cuestiones las que se valoran a la hora de elegir un juego, son distintos los intereses y las cosas que gustan del juego, etc. También es evidente que, en función de cuestiones ya analizadas, hay distintos tipos de situaciones, máquinas, espacios, compañías... que también orientan la elección de unos videojuegos u otros, según se adapten a las maneras de jugar, las posibilidades de las máquinas disponibles y, sobre todo, de los gustos personales.

Entre la grandísima variedad de videojuegos existentes no es fácil establecer categorías claras, que distingan unos de otros y permitan un análisis desagregado de cada una de ellas; de hecho hemos encontrado numerosas clasificaciones en las que, finalmente, los criterios de diferenciación no son lo suficientemente determinantes como para ubicar de forma definitiva a la mayoría de los juegos. En parte esto es así porque cualquiera de las posibilidades de agrupación implica un cierto reduccionismo ya que en la actualidad casi todos los videojuegos incorporan mezclas de distintos formatos y tipos, de tal manera que si se consideran temas u objetivos del juego encontraremos muchos que constan de algunas partes de estrategia, otras de precisión, otras de combates, por ejemplo; si tenemos en cuenta los formatos gráficos, muchos juegos de muy diferente calado y contenido pueden resultar relativamente similares en su presentación estética y técnica, etc.

Puesto que esta parte del análisis es fundamental, hemos establecido una categoría ad hoc, basada en todo caso tanto en la información que obtuvimos a través de las entrevistas en profundidad, como en las referencias bibliográficas,

las tipologías barajadas en las publicaciones especializadas, y finalmente en la ayuda y el criterio de algunos usuarios.

El objetivo de la clasificación es distinguir fundamentalmente temas y contenidos de los juegos, a la vez que formas de desarrollar los argumentos. Con ella contamos con unos tipos en los que se diferencian juegos que se componen *predominantemente* de precisión, estrategia, deporte, combate, lucha, aventura y rol, de cara al estudio de las preferencias y la frecuencia de uso de cada uno de ellos.

Lógicamente lo más importante de la clasificación, para que pueda cumplir con los objetivos previstos, es que además de ser funcional analíticamente sea comprensible y permita la distinción por parte de las personas entrevistadas. Por ello, esta clasificación fue uno de los objetivos básicos del pre-test de la encuesta, en base a 300 entrevistas piloto, con las que se depuró la forma de operativizar las preguntas. El resultado final, con el que desarrollamos los siguientes apartados, es la siguiente tipología de videojuegos:

- **Plataforma** (*Pokemon, Supermario Bros, etc.*)
- **Simuladores** (*GT2, Driver, B-17, Fly Fortress, etc.*)
- **De practicar algún deporte** (*Fifa 2001, Snowboard supercross, etc.*)
- **De estrategia deportiva** (*Pc Fútbol*)
- **De estrategia no deportiva** (*Sims, Comand and Conquer, Age of Empires, Commandos, Black and White, etc.*)
- **Disparo** (*Quake, Point Blank, Half-life, etc.*)
- **Lucha** (*Tekken, Dead or Alive, Mortal Combat, etc.*)
- **Aventura Gráfica** (*Tomb Raider, La Fuga de Monkey Island, etc.*)
- **Rol** (*Final Fantasy, Diablo, Baldur's Gate, etc.*)

Como, a pesar de todo, en muchos de los casos es probable que existan solapamientos, de cada uno de los tipos y tal como aparece en la relación expuesta, en el cuestionario se ofrecía el nombre de varios videojuegos concretos y muy conocidos. Así, ante alguna duda de ubicación, los entrevistados podían identificar la categoría exacta a la que nos referíamos en base a juegos reconocibles, de una forma lo más homogénea posible. No obstante, el entrevistador o entrevistadora contaba con una tarjeta explicativa (ver en capítulo 2) con una breve definición de cada uno de los tipos, que leía en el momento de realizar la pregunta.

Para interpretar adecuadamente los resultados es importante conocer las características de cada uno de estos tipos de juegos, así como las modalidades de contenidos y formatos (imagen, gráficos, sonidos, ritmos, etc.) que son más habituales en cada uno de ellos. Una aproximación a estos aspectos se puede encontrar en el Apéndice 1, que detalla el análisis de contenidos de algunos

juegos seleccionados y que sirven como referencia genérica de una buena parte de los tipos.

5.2.3 Frecuencia de uso de los diferentes tipos

A partir de esta tipología se pidió a los entrevistados, en primer lugar, que señalaran la frecuencia con la que juegan con videojuegos de cada uno de los tipos establecidos, en una escala de 5 puntos (*nunca, casi nunca, a veces, con bastante frecuencia y con mucha frecuencia*).

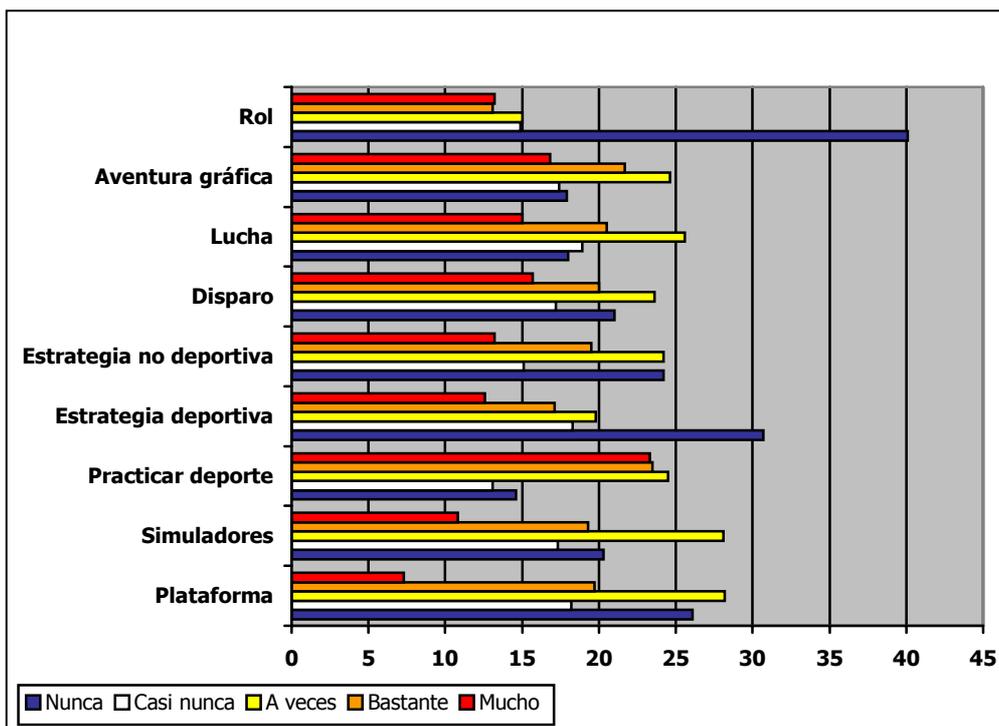
Los resultados son los que se detallan en las tablas 5.20. y en la Figura 5.7.

Tabla 5.20. Frecuencia de uso de los distintos tipos de videojuegos, entre quienes juegan en la actualidad, en %

	Nunca	Casi nunca	A veces	Bastante	Mucho	Total (N)
Plataforma	26.1	18.2	28.2	19.7	7.3	1754
Simuladores	20.3	17.3	28.1	19.3	10.8	1748
Practicar deporte	14.6	13.1	24.5	23.5	23.3	1755
Estrategia deportiva	30.7	18.3	19.8	17.1	12.6	1747
Estrategia no deportiva	24.2	15.1	24.2	19.5	13.2	1751
Disparo	21.0	17.2	23.6	20.0	15.7	1749
Lucha	18.0	18.9	25.6	20.5	15.0	1752
Aventura gráfica	17.9	17.4	24.6	21.7	16.8	1753
Rol	40.1	14.9	15.0	13.1	13.2	1749

(% horizontales). La diferencia de los porcentajes hasta 100 es la que corresponde a quienes dicen no conocer cada uno de los tipos de juegos.

Figura 5.7 Frecuencia de uso de los tipos de videojuegos



En ellas, se refleja el total de las respuestas a cada una de las categorías, en todos los puntos de la escala de frecuencias. En la tabla 5.21, sin embargo, hemos extraído los porcentajes del uso más frecuente de cada uno de los tipos (el porcentaje de jóvenes que juegan actualmente y que usan con bastante o mucha frecuencia juegos de cada una de las categorías), con las diferencias según género (ver también Figura 5.8) y edad. Además se ofrece la proporción correspondiente al total de los jóvenes, sean o no jugadores en la actualidad.

Tabla 5.21. Diferencias según género y edad en el uso de cada tipo de videojuegos con bastante o mucha frecuencia, en % (P<0.5)

	% sobre la muestra	% sobre total de jugadores	Género*		Edad*		
			Varón	Mujer	14-15	16-17	18
Plataforma	15.8	27.0	24.4	31.7	26.7	29.4	21.8
Simuladores	17.6	30.1	39.5	13.7	ND		
Practicar deporte	27.4	46.8	61.7	20.4	48.5	43.6	51.1
Estrategia deportiva	17.3	29.7	39.5	12.5	ND		
Estrategia no deportiva	19.1	32.7	38.8	22.1	37.5	29.9	28.6
Disparo	20.8	35.7	43.6	21.6	ND		
Lucha	20.7	35.5	31.5	25.1	ND		
Aventura gráfica	22.5	38.5	40.8	34.5	ND		
Rol	15.3	26.3	32.2	16.0	25.9	24.8	31.2

* Base: los que juegan en la actualidad.

ND: No Discrimina

Los juegos que más frecuentemente se usan son los deportivos en sentido estricto, esto es, los que implican la simulación de la práctica de un deporte. Casi la mitad de los jugadores los usan con bastante o mucha frecuencia: un 46.8% de los jóvenes que juegan (lo que supone un 27.4% del total de los jóvenes entre 14 y 18 años). El porcentaje es muy superior entre los chicos (61.7% frente al 20.4% de las chicas que dicen jugar a este tipo de juegos). Por edades, los que más frecuentemente juegan con videojuegos de practicar deporte son los de 18 años (51.1%) seguidos de los de 14-15 (48.5%). En segundo lugar se encuentran los juegos de aventuras gráficas: los usan con bastante o mucha frecuencia el 38.5% de los jugadores (el 22.5% del total de jóvenes). También en este caso los chicos superan a las chicas (40.8% frente al 34.5%), sin que existan diferencias por edad.

En tercer lugar aparecen los videojuegos de disparo, con un 35.7% de usuarios bastante o muy frecuentes, siendo la proporción del 43.6% en el caso de los varones y del 21.6% entre las mujeres.

En cuarto lugar, con un porcentaje sólo ligeramente inferior al anterior, se sitúan los videojuegos de lucha: un 35.5% de los jugadores juegan con ellos con bastante o mucha frecuencia (un 20.7% del total de jóvenes). En este caso, aunque es también superior la proporción de varones, las diferencias son

menos abultadas que en el caso anterior: un 31.5% de ellos frente al 25.1% de ellas.

En quinto lugar se encuentran los juegos de estrategia, excepto los que tratan de estrategias deportivas que constituyen una categoría aparte, con un 32.7% de jugadores bastante o muy frecuentes. Los chicos los utilizan con esta frecuencia en porcentaje superior a las chicas: un 38.8% frente al 22.1%. Por edades, son los más jóvenes los que dicen jugar frecuentemente en mayor proporción.

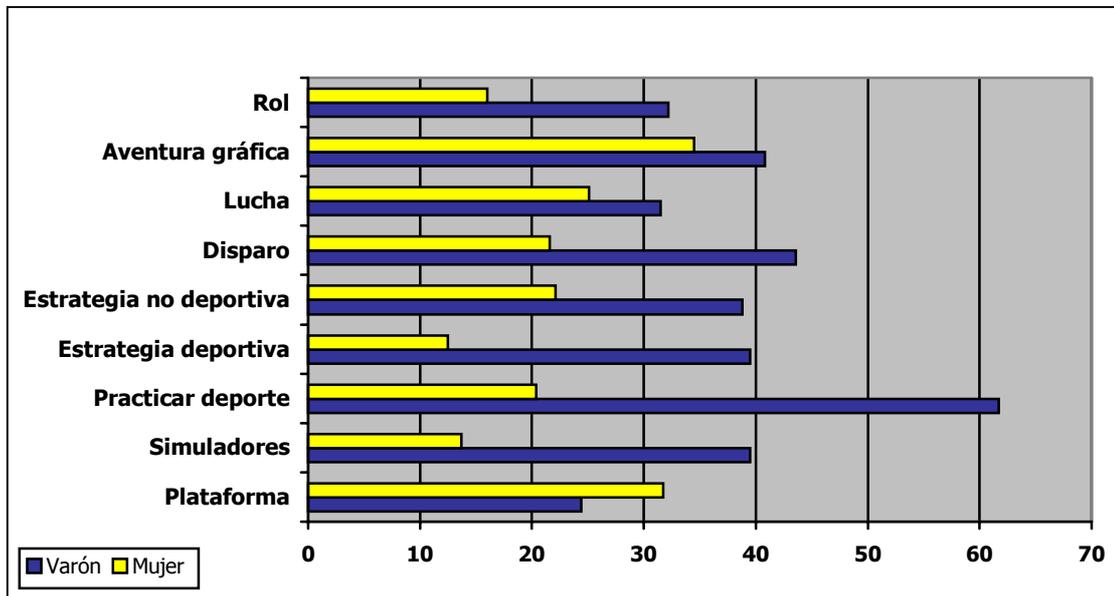
En sexto lugar se sitúan los simuladores (generalmente de coches, aviones, etc.). En este caso es el 30.1% de los jugadores (el 17.6% del total de jóvenes) quienes dicen usarlos con bastante o mucha frecuencia. Muy por encima los chicos también en este caso, sin diferencias por edad.

En séptimo lugar aparecen los juegos de estrategia deportiva (PCFútbol) con los que juegan el 29.7% de los jóvenes usuarios con bastante o mucha frecuencia. La proporción aumenta hasta el 39.5% en el caso de los chicos, mientras que tan sólo el 12.5% de las chicas dicen jugar con esa frecuencia a este tipo de juegos.

En penúltimo lugar están las plataformas: un 27% de los usuarios (el 15.8% de los jóvenes) las usan con frecuencia alta. Este es el único caso en el que el porcentaje de chicas supera al de chicos: el 31.7% de ellas frente al 24.4% de ellos. También es más frecuente el juego con este tipo en las edades más jóvenes.

Por último nos encontramos con los juegos de rol, en los que encontramos un 26.3% de los usuarios que juegan con ellos con bastante o mucha frecuencia. El porcentaje entre los varones que son usuarios frecuentes duplica el de las chicas, y es claramente un tipo de videojuego más usado entre los jóvenes de 18 años que entre los del resto de edades.

Figura 5.8 Uso de los tipos de videojuegos con bastante o mucha frecuencia, según género



5.2.4 Cuánto gustan los diferentes videojuegos

El conjunto de los tipos, e independientemente de la frecuencia de juego con cada uno, se puede analizar también según la valoración que los jóvenes realizan de ellos en términos de “cuánto gustan”. Así, mediante una escala también de cinco posiciones (mucho, bastante, regular, poco, nada) se preguntó a los entrevistados cuánto les gusta jugar con cada uno de los tipos de juegos, sin tener en cuenta si los usan mucho o poco. Los resultados generales, de la misma forma que se presentaron los resultados de la frecuencia de juego, son los que se ofrecen en la tabla 5.22.

Tabla 5.22. Cuánto gustan los distintos tipos de videojuegos, entre quienes juegan en la actualidad, en %

	Nada	Poco	Regular	Bastante	Mucho	Total (N)
Plataforma	19.9	19.8	22.4	23.7	13.4	1745
Simuladores	15.1	17.3	20.8	25.9	16.6	1743
Practicar deporte	13.7	11.6	16.3	27.6	29.6	1747
Estrategia deportiva	23.7	19.8	16.9	19.2	18.3	1740
Estrategia no deportiva	16.5	17.1	20.7	23.7	17.9	1733
Disparo	16.5	17.3	19.2	23.6	20.8	1742
Lucha	15.3	17.9	20.0	25.7	19.2	1741
Aventura gráfica	12.7	16.8	17.8	27.8	22.7	1737
Rol	32.6	16.8	10.9	18.5	16.0	1726

(% horizontales). La diferencia de los porcentajes hasta 100 es la que corresponde a quienes dicen no conocer cada uno de los tipos de juegos.

En los niveles extremos de valoración nos encontramos con que los juegos que más gustan (los que gustan mucho) son, por este orden, los de practicar deporte, aventuras gráficas, disparo, lucha, estrategia deportiva y no deportiva. En los últimos lugares quedarían los simuladores, rol y plataformas. Por su parte, de forma correlativa, encontramos que los juegos de rol son los que menos gustan a una mayor proporción de jóvenes (el 32.6% dicen que no les gustan nada estos juegos). El paralelismo se rompe en los juegos de estrategia deportiva, que estando en la mitad alta de las preferencias, son también los segundos señalados como que no gustan nada.

Difuminando un poco los extremos y analizando los resultados de las puntuaciones *bastante* y *mucho* conjuntamente, tenemos en la tabla 5.23 y en la Figura 5.9 la comparación de los niveles de uso frente al gusto por cada uno de los tipos. La estructura de uso y gusto es muy similar como se puede apreciar, de tal manera que el orden de ambas columnas es prácticamente idéntico; lo que quiere decir, obviamente, que el uso de los juegos está relacionado con el interés por los tipos. No obstante, también se observa que, en todos los casos, es superior el porcentaje de jóvenes que declaran estar interesados por un tipo determinado de juego (les gustan bastante o mucho) al de la proporción de jóvenes que los usan con bastante o mucha frecuencia. Esto podría implicar que, en determinadas circunstancias y si el nivel de juego tendiera a acercarse al grado de gusto por cada uno de los tipos, el nivel de uso de todos los diferentes videojuegos podría ser superior al que hemos observado en las páginas anteriores, entre 7.8 y 12.4 puntos porcentuales.

Tabla 5.23. Diferencias entre quienes usan con bastante o mucha frecuencia y a quienes les gusta bastante o mucho cada tipo de videojuegos (en %, ordenados de los que más a los que menos gustan)

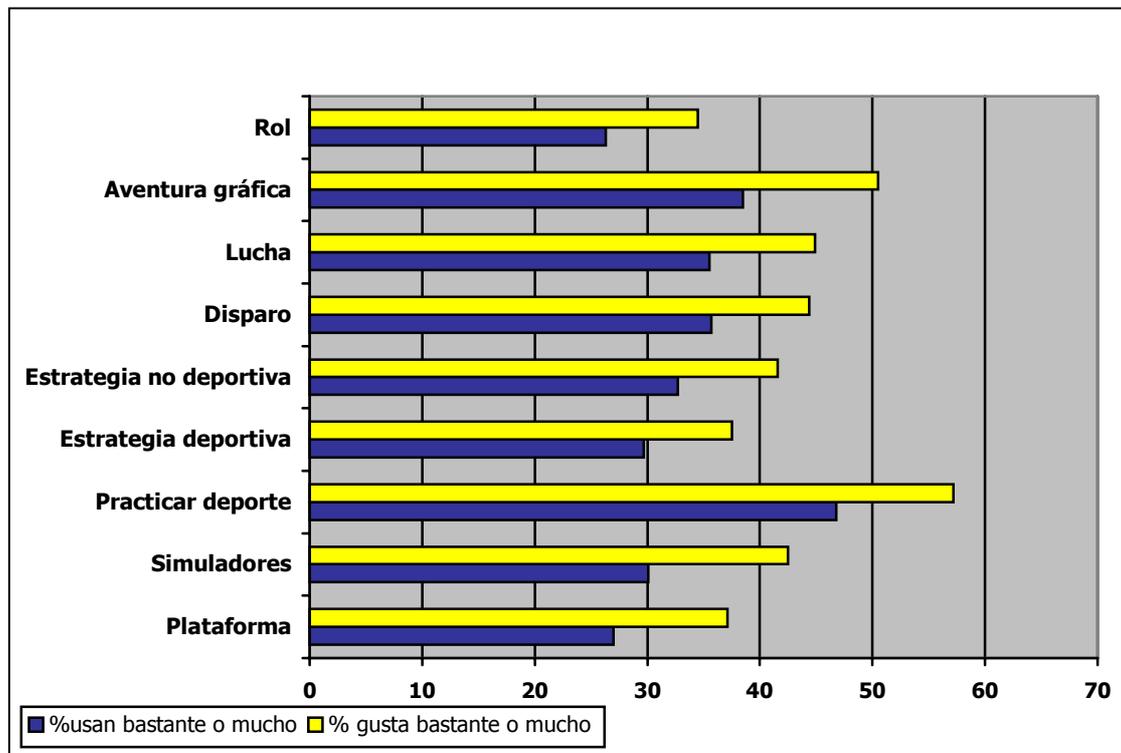
	% les gusta bastante o mucho	% juegan bastante o mucho	Gusto – Uso (%)
<i>Practicar deporte</i>	57.2	46.8	10.4
<i>Aventura gráfica</i>	50.5	38.5	12.0
<i>Lucha</i>	44.9	35.5	9.4
<i>Disparo</i>	44.4	35.7	8.7
<i>Simuladores</i>	42.5	30.1	12.4
<i>Estrategia no deportiva</i>	41.6	32.7	8.9
<i>Estrategia deportiva</i>	37.5	29.7	7.8
<i>Plataforma</i>	37.1	27.0	10.1
<i>Rol</i>	34.5	26.3	8.2

Base: los que juegan en la actualidad.

Los simuladores y las aventuras gráficas serían, según este planteamiento, los juegos en los que más distancia existe entre el gusto y el uso (12.4% y 12.0%, respectivamente), seguidos de los de practicar deporte (10.4%) y los de lucha (9.4%). Puesto que la mayoría de estos juegos son los que están en el nivel

alto de la escala de frecuencias de uso, la modificación según el gusto no alteraría sustancialmente la jerarquía planteada.

Figura 5.9 Frecuencia de uso y gusto de los tipos de videojuegos



De la misma manera que hemos venido haciendo hasta ahora, también en relación al nivel de gusto por cada uno de los tipos se observan diferencias según el género y la edad (tabla 5.24). En el caso del género, se aprecia en primer lugar que, en todos los casos a excepción de los juegos de plataforma, el porcentaje de los chicos que confiesan que el tipo de juego que les gusta bastante o mucho es superior al de las chicas. Pero además, las diferencias entre unos y otras determinan que la jerarquía de gustos se modifique con algunos matices importantes según se trate de los varones o de las mujeres.

En el caso de los varones, el orden de prioridades según el gusto mantiene a los juegos de practicar deporte en primer lugar, pero a continuación se sitúan los simuladores, los juegos de disparo, lucha y aventuras gráficas. En el último lugar, para los chicos estarían las plataformas y no los juegos de rol.

Para las chicas, sin embargo, los juegos que más gustan a un mayor porcentaje son las aventuras gráficas, seguidas de las plataformas y los juegos deportivos, que en este caso, se colocan en tercer lugar. Los juegos de rol avanzan puestos, quedando en los últimos lugares los simuladores y los juegos de estrategia deportiva.

Tabla 5.24. Diferencias según género y edad en el gusto (bastante o mucho) por cada tipo de videojuegos, en % (P<0.5)

	% sobre la muestra	% sobre total de jugadores	Género*		Edad*		
			Varón	Mujer	14-15	16-17	18
Plataforma	21.6	37.1	32.3	45.7	ND		
Simuladores	24.7	42.5	52.9	23.9	44.0	41.8	40.7
Practicar deporte	33.3	57.2	68.6	36.9	ND		
Estrategia deportiva	21.8	37.5	48.0	19.0	39.9	36.8	33.8
Estrategia no deportiva	24.0	41.6	47.9	30.3	43.1	40.4	40.0
Disparo	25.8	44.4	51.7	31.0	49.5	41.7	37.9
Lucha	26.0	44.9	49.5	34.8	ND		
Aventura gráfica	29.3	50.5	51.8	48.1	ND		
Rol	19.8	34.5	38.8	26.6	36.2	31.5	37.3

* Base: los que juegan en la actualidad.

ND: No Discrimina

Respecto a la edad no se encuentran diferencias significativas en los juegos de plataforma, deportivos, lucha y aventura gráfica. Los de 18 años destacan sobre el porcentaje medio en el gusto por los juegos de rol, y en todo el resto de tipos son los jóvenes entre 14 y 15 años los que sobresalen en su interés (por orden de prioridades: en los de disparo, simuladores, estrategia no deportiva, estrategia deportiva y, ligeramente, también en los de rol).

Además de estas características sociodemográficas básicas, se pueden resaltar también algunas diferencias en el nivel de gusto de cada uno de los tipos, según otras variables de clasificación (tabla 5.25), agrupando como hasta ahora las categorías *bastante* y *mucho* y siguiendo el orden de prioridades generales:

Cabe señalar que, por mucho que todos los porcentajes que se señalan han sido estadísticamente validados (P<0.5), en los cruces con posiciones minoritarias de algunas variables quizá se acusen artefactos derivados de la escala base muestral. Por otro lado huelga decir que nos limitamos a establecer nuevas correlaciones estadísticas, sin que podamos ir más allá en la interpretación de las mismas o en la definición de su sentido. En cualquier caso, dejaremos que cada lector según su interés particularizado, estudie y (si lo estima pertinente) trate de sacar conclusiones sobre las correlaciones que se establecen.

Tabla 5.25. Otras características diferenciales en el gusto (bastante o mucho) por cada tipo de videojuegos, en % (P<0.5)

Tipo de videojuego (%global bastante+ mucho)	Características diferenciales
<i>Practicar deporte</i> (57.2)	Se sitúan en la derecha política (61.7) o En la extrema izquierda (60.0)
<i>Aventura gráfica</i> (50.5)	Viven en municipios mayores de 250.000 hab. (55.9)
	Se sitúan entre los primeros de la clase (61.5), en la primera mitad (53.1) o entre los últimos (52.2)
	Practicantes de otras religiones (68.4)
	No creyentes/ateos (62.2)
<i>Lucha</i> (44.9)	Se sitúan en el centro político (53.1) o En la extrema izquierda (52.5)
	Viven en municipios de más de 250.000 hab. (48.8) o entre 10.000 y 50.000 hab. (46.7)
	Trabajan esporádicamente (63.6)
	Trabajan habitualmente (61.2)
	Estudian y trabajan esporádicamente (60.0)
	Tienen estudios de FP/Módulos profesionales (61.7) o EGB/BUP/ESO (47.7)
	Se sitúan entre los primeros de la clase (46.2) o en el medio (45.9)
	No creyentes/ateos (54.1)
Indiferentes/agnósticos (51.9)	
<i>Disparo</i> (44.4)	Se sitúan en la extrema derecha (59.4), En el centro (48.1) o en la extrema izquierda (47.5)
	Viven en municipios menores de 10.000 hab. (45.8) o En mayores de 250.000 hab. (45.1)
	Están en paro (62.5)
	Trabajan habitualmente (53.8)
	Estudian y trabajan (49.4)
	Tienen estudios de EGB/ESO/BUP (48.3)
	No creyentes/ateos (60.8)
	Indiferentes/agnósticos (46.2)
Se sitúan en la extrema derecha (71.9) En la extrema izquierda (49.0) o en la derecha (48.5)	
<i>Simuladores</i> (42.3)	Viven en municipios entre 50.000-10.000 hab.(45.0) En municipios > 250.000 hab. (44.5)
	Estudia y tiene trabajo esporádico (60.0)
	Trabaja habitualmente (58.8)
	Estudia y trabaja (50.0)
	Tienen estudios de FP/Módulos profesionales (67.1) o Primarios (53.9)
	Se sitúan entre los primeros de la clase (45.5)
	Practicantes de otras religiones (60.0)
	Se sitúan en la derecha política (54.9) o en la extrema derecha (50.0)

Tabla 5.25. Otras características diferenciales en el gusto (bastante o mucho) por cada tipo de videojuegos, en % (P<0.5)

(continuación)

Tipo de videojuego (%global bastante+ mucho)	Características diferenciales
Estrategia no deportiva (41.6)	Viven en municipios mayores de 250.000 hab. (48.6)
	Están en paro (60.0)
	Estudian y trabajan (45.7)
	Tienen estudios primarios (53.8)
	Se sitúan en la 2ª mitad de la clase (45.7) o
	Entre los primeros (43.6)
	Practicantes de otras religiones (55.5)
Estrategia deportiva (37.5)	No creyentes/ateos (51.1)
	Se sitúan en la extrema izquierda política (45.6)
	Viven en municipios mayores de 100.000 hab (41.4)
	Tienen estudios primarios (68.3)
	Tienen estudios de FP/Módulos profesionales (44.2)
	Se sitúan en la 2ª mitad de la clase (45.8) o
	Entre los últimos (40.0)
Plataforma (37.1)	Practicantes de otras religiones (57.9)
	Católicos practicantes (42.8)
	No creyentes/ateos (40.7)
	Viven en municipios de menos de 10.000 hab. (43.0)
	Viven en municipios entre 50.000-10.000 hab.(41.7)
	Estudian y tienen trabajo esporádico (38.5)
	Tienen estudios medios o superiores (43.3)
Rol (34.5)	Se sitúan entre los primeros de la clase (39.2) o
	entre los últimos (38.3)
	Otras religiones (45.0)
	Católicos practicantes (42.2)
	Se sitúan en la derecha política (42.9) o
	En el centro (38.4)
	Viven en municipios mayores de 250.000 hab. (39.5)
Tienen estudios de FP/Módulos profesionales (45.8)	
O estudios primarios (41.6)	
Se sitúan entre los primeros de la clase (40.9)	
No creyentes /ateos (49.5)	
Practicantes de otras religiones (40.0)	
Se sitúan en el centro político (37.9), en la	
Extrema derecha (37.5) o en la extrema izquierda (36.4)	

5.3 EXPECTATIVAS Y MOTIVACIONES HACIA LOS VIDEOJUEGOS

Para finalizar este capítulo abordamos, en un último apartado, las expectativas y motivaciones de los jóvenes frente a los videojuegos. Es una cuestión abordada en los seis grupos de discusión realizados que se realizaron (cinco de aficionados a los videojuegos y uno de no aficionados), y que se expresó en todas las discusiones, fuese cual fuese el tema central del debate: desde las características de juegos determinados y concretos, hasta los más diversos aspectos relacionados con el uso de esos videojuegos (la violencia, la capacidad de *enganchar* y *viciar*, la competitividad...).

En primer lugar, y antes que cualquier otra consideración, el gusto por los videojuegos se sostiene sobre un elemento claro: la diversión y el entretenimiento. Si gusta jugar a videojuegos es porque divierte, porque ayuda a pasar el rato y, en definitiva, porque se considera una buena alternativa de ocio. A partir de tal aceptación de su uso como fuente de diversión, se comenzarán a señalar los elementos que provocan tal diversión, así como las razones por las cuales los videojuegos se constituyen en una forma de entretenimiento diferente a otras muchas; pero el punto de partida será, invariablemente, el mismo. Incluso las personas que manifiestan no gustar de los videojuegos señalan la diversión como la causa de que jueguen quienes sí lo hacen (si no juegan los que no juegan es porque a ellos no les divierte).

- *"¿Se os ocurre alguna cosa buena de los videojuegos? ¿Tiene cosas buenas?"*
- *Joder, que te entretiene*
- *Claro.*
- *Por lo menos, es entretenido. Y ahora si me pongo a jugar un rato, también.*
- *¿Algo más?*
- *No sé, pero casi todo lo que haces normalmente es para entretenerte. Entonces los videojuegos tienen eso, que te entretienen."*

(Mix/Mad/16-17/No usuarios)

A partir de ahí, resulta pertinente indagar acerca de esos aspectos que provocarán, a ojos de los aficionados a los videojuegos pero también de quienes no lo son (el imaginario social crea su propia "fotografía" de un fenómeno que crece en su seno y "fotografía" que todos comparten), que éstos sean divertidos, entretenidos, y que tal diversión sea distinta a otras muchas.

5.3.1 Los elementos que atraen de los videojuegos

Desde el discurso de los grupos existen dos elementos fundamentales, señalados por todos los jóvenes, que provocan que los videojuegos se constituyan en una forma de diversión diferente a otras muchas: la capacidad de interactuar y la evocación de la realidad. Ambos elementos posibilitan que el jugador viva el juego en primera persona y que sólo él experimente y desarrolle la acción de la manera en que lo hace, pues él mismo construye la historia a partir de una operación de acción-reacción con el propio juego. Ambas características, diferentes en su definición y análisis, no dejan de ser dos caras de una misma moneda.

Por un lado, la capacidad de la máquina para interactuar con las acciones del jugador será una de las máspreciadas atracciones de un videojuego, pues proporciona gran variedad de sorpresas y emociones, elementos que, sin duda, multiplican la diversión¹. Que el videojuego tenga la capacidad de propiciar situaciones inesperadas a partir de los acontecimientos que el propio jugador va determinando, y que el desarrollo y desenlace de la historia dependa de esa interacción, proporcionará una diversión muy especial: aquélla derivada de una acción que se sabe única y se construye a sí misma. Cuando no sabes qué ocurrirá en la siguiente pantalla, cómo reaccionará el siguiente personaje que aparezca, qué capacidad de reacción tendrá el personaje que protagoniza la historia (tú), e incluso cuál es la misión u objetivo del juego o qué pasos tienes que dar para alcanzarlo, el sentimiento de estar inmerso en una historia, aventura o acción (ya sea estrategia, lucha, deporte...) será muy fuerte, lo cual agudiza la implicación con el juego. Si además tienes la capacidad de elegir escenarios, personajes (con sus personalidades, vestuarios, habilidades...), músicas, caminos a seguir, etc., etc., la posibilidad real de *vivir* el juego en primera persona será muy grande, máxime cuando la realidad es la que uno mismo va definiendo.

- *"...lo que mola de... por ejemplo, del Tony Hawk y todos esos, que antes los hemos dicho, es la interactividad; que puedes elegir, por ejemplo, tu tabla, puedes elegir... la manta que te gusta llevar, ¿sabes? Es la interactividad, ¿sabes?..."*
- *Y los vídeos...*
- *...o sea, ya le da por elegir, ¿sabes? (...)*
- *Y que estés jugando... y que estás jugando con gente que es conocida, que son patinadores conocidos. Y luego en el II que puedes editar tu propio personajillo, puede ser más flaco, más alto, más bajo...*
- *Claro, puedes ser... claro, y puedes ¿sabes? diseñar los parques, tus parques y toda la movida...*
- *Yo tengo uno diseñado por mí."*

(Mad/Mix/20-23)

- *"También mola de los juegos que haya secretos. Que sea... o sea, escaqueos... que, si te lo encuentras, flipes."*

(Bar/Hom/16-17)

¹ Hemos visto anteriormente que no todos los juegos responden a las mismas características. En todo caso, lo que surge del discurso de los grupos, lo que está en el imaginario, son los elementos que se resaltan. Además, como se cita en algunos verbatines más adelante, los grupos van refiriéndose a juegos concretos que resaltan estas características, concordantes con los resultados obtenidos en la encuesta sobre la relación entre el uso de los tipos y las cosas que más gustan de ellos.

Este gusto por las sorpresas y el dinamismo que propicia la interactividad en un juego, provoca que los aficionados a esta forma de ocio tiendan a rechazar los videojuegos que presentan desarrollos lineales, con un principio obvio, una trama predecible y un final bien definido. Éstos provocarán que la sensación de emoción sea mucho menor, y que, una vez terminados, no se quiera jugar con ellos de nuevo: si ya sabemos cómo se desarrolla y cuál es el invariable final, el reto se diluye. Así, el videojuego ideal será aquel que presente infinitas posibilidades, algo que implica infinitas formas de jugarlo sin perder las necesarias dosis de sorpresa y emoción. En definitiva, el videojuego ideal no se termina (ni se quiere terminar).

- *"Mira yo... un juego que tenga lo que estás diciendo tú y que no tenga... final; o sea, que no tenga el monstruito final que lo matas, se acaba el juego y dices: "Bueno, ¿y ahora qué hago con esto?" [RISAS] ¿Sabes lo que te digo? Los juegos lineales que van tal... El Tony Hawk nunca se termina..."*
- *Pero ¿qué juego no es lineal?*
- *...porque juegas en espacio que es una realidad virtual, en una fase que te puedes mover por aquí, hacer un truco por allá, saltar esta rampa, luego mover la otra. Pero los juegos de ir matando, matando un monstruo, matar, matar monstruos, llegas al monstruo final y luego "Congratulation, que has terminado, tonto, para casa"*

(Mad/Mix/20-23)

-
- *"...los que son de... de aventura o de todo esto, pues... una vez que te los has pasado, sí, puedes repetir, pero... Pero eso depende del juego que tengas: si juegas mucho o juegas menos.*
 - *Precisamente por eso me gustan más los de estrategia y los de simulación...*
 - *Porque siempre cambian*
 - *Porque siempre es diferente."*

(Bar/Mix/16-17)

Pero la capacidad interactiva del juego ha de ir asociada al otro de los elementos que consideran fundamental: el realismo (evocación de la realidad). Si las situaciones, personajes, escenarios, sonidos, etc., no presentan suficiente cercanía con su posible reflejo en el mundo real, o si no resultan creíbles aún en ficticias situaciones futuras, el efecto de *inmersión* en el juego será mucho más difícil de alcanzar. Así, los videojuegos "excesivamente fantásticos" (así se les llega a definir) establecerán una invisible barrera entre el jugador y la acción que desarrolla, que impide que aquél se adentre en ésta y la viva como algo casi personal.

- *"Mientras más real sea, mejor.*
- *Pero, ¿qué... tú qué... qué es lo que piensas como real?*
- *Como real me refiero a todo lo que es posible... porque, a ver, es imposible, por ejemplo, que pilles y con un... con un arco de flechas, por ejemplo, tires un... una bola de estas de... de energía a cincuenta kilómetros y que destroces una montaña, ¿no? Esto es imposible. Pero, por ejemplo, en uno de estos juegos de simulación, como es, por ejemplo, el... Stark, o el Xmil versus Skyfighter o todos estos que son de... de cazas así futuristas, pues tienen un realismo muy bueno, porque... técnicamente, si lo que haces estuviese en el espacio, por ejemplo, tú... haces un giro y dejas en paz el marca, entonces el caza te sigue el giro, ¿no? Y dices: "técnicamente, si estuviera en el espacio esto pasaría" Esto me refiero con...*
- *Para sacarlo de contexto, pues, que las paradas sean posibles, ¿no?*
- *Sí*
- *Que no está exagerado."*

(Bar/Mix/16-17)

Si, por el contrario, se consigue ese efecto evocador de la realidad, y además también se tiene la capacidad de interacción antes señalada, puede alcanzarse algo muy cercano a lo que se llega a denominar como "jugar a la realidad". En casos concretos, la capacidad de construir tus personajes, escenarios y situaciones, puede llegar a actuar como válvula de escape a acontecimientos de la vida cotidiana: hay cosas que en la vida real, durante el tiempo de estudio, trabajo u ocio, uno no puede o no se atreve a cambiar, mientras en los videojuegos existe la posibilidad de manejarlas a tu antojo, viviendo y jugando con situaciones deseadas y probablemente inalcanzables.

- *"En el Sims, yo descubrí ahí... que me cae mal un tipo, ah, pues hago un Sims que es parecido a él. Le encierro en una... en una cajita y le pongo... Y eso me desahogaba un huevo. Llegaba de clase, me había fastidiado un profesor, bueno...*
- *Pero lo... lo que es adictivo de eso es que son cosas que estás construyendo, no pasando fases ni cosas de esas. Construyendo, da igual un personaje que cada fase se hace más tocho, y le haces más fuerte o más listo o... un arma más malota o tal... o haces un parque de atracciones cada vez más grande, o una ciudad cada vez más grande con tu estrategia y vas haciendo algo. En el fondo es como realización personal ahí, solo que más adictivo.*

- *Sí, pero el juego como el Sims... es... es lo más tonto, es la vida, es vivir. Es... bueno, sobrevivir, más bien... es sobrevivir, y llega un momento en que no puedes avanzar más, porque llega un momento en que llegas al éxito profesional -se supone- y ahí, una vez que llegas a... a eso, o en... te vas, te piras del trabajo y te buscas otro, o el juego se convierte en un... en una asquerosidad. Tampoco tiene nada... cuando juegas más de media hora. Pero como maniobra de... "me cae mal este tío y quiero aniquilarlo con la mente", me fabrico un Sim que sea como ese."*

(Mad/Mix/20-23)

Tales elementos facilitarán que el videojuego pueda ser vivido en primera persona (independientemente de que se juegue con más gente) y que quien juegue, auténtico y único protagonista del desarrollo de los acontecimientos que ocurren en pantalla, pueda "meterse en el juego" y, con ello, disfrutar mucho más (disfrutar, en definitiva, pues si no te "metes en el juego", como explican, no disfrutas). Asumiendo tal planteamiento, los jugadores harán todo lo posible por conseguir tal estado de integración, rodeándose en muchas ocasiones de toda una parafernalia (iluminación, música, soledad...) que les ayude a conseguir tal objetivo.

- *"Si te gusta algún juego... la pantalla forma parte de ti, estás dentro."*

(Bar/Hom/16-17)

- *"Es difícil meterse en un juego totalmente, ¿eh? Si no eres muy, muy, muy bueno, es casi imposible.*
- *A mí los de miedo... porque... porque me ponen la música, me ponen todo, y me salen los zombies ahí...*
- *Mi madre se queja de que veo el ordenador con la luz apagada y con los cascos... pero es la única manera que tengo de entrar directamente en el juego. No veo nada más, solamente la pantalla, oigo solamente lo que... lo que dicen o... o lo que ellos quieren y entonces me parece que estoy allí. (...)*
- *Yo, en el juego de fútbol me pongo música y también me gusta, pero uno de miedo... me cierro la puerta, me cierro la luz, me meto yo sólo y pongo el volumen de la tele, o sea, que se oiga el ruido y todo eso, porque si pongo música..."*

(Bar/Mix/16-17)

Sin embargo, tanto la posibilidad de interactuar, como el realismo de un videojuego, perderán su atractivo si la *jugabilidad* del mismo no reúne unas condiciones mínimas aceptadas. *Jugabilidad*, elemento reconocido y enunciado por todo aficionado a los videojuegos, que se constituye en una de las más básicas necesidades en el uso de los mismos: que los elementos necesarios para desenvolverse en el juego sean lo suficientemente accesibles como para que su práctica no suponga un trasiego de dificultades desesperantes, y que el

desarrollo del mismo no presente problemas asociados con aspectos técnicos que imposibiliten que discurra con total normalidad. Bien es cierto que, a partir de la aceptación de unas premisas mínimas (que el videojuego no se *atasque* ni sea tan complicado de manejar que no te permita disfrutar de él, por ejemplo), cada cual, en función de su grado de afición e implicación, establecerá sus particulares límites respecto a la *jugabilidad* de cada videojuego. Así, los menos iniciados considerarán como muy complicados a algunos juegos que, personas expertas, manejarán con total soltura. Por otro lado, a medida que el nivel del jugador es mayor, el concepto *jugabilidad* irá ampliándose, incluyendo los más diversos trucos que facilitan el desarrollo de acciones muy concretas en el transcurso del juego, acciones desconocidas para otros muchos jugadores (para los que no serán necesarias, pues sus objetivos no las contemplan), pero básicas para que un jugador experto desarrolle el máximo de sus posibilidades. En cualquier caso, y en líneas generales, los jugadores se decantan por el término medio: que no sea demasiado complejo en su desarrollo y manejo como para no poder practicar con él, pero que tampoco sea demasiado sencillo como para que no suponga un mínimo reto personal.

- *"Que mola también, que sea sencillo*
 - *Pero el juego... se tiraba media hora... el juego. Tenía bastantes defectos ese juego (...)*
 - *Lo que era el juego estaba bien, porque era simple y maniobrable."*
- (Bar/Hom/16-17)
-

- *"O sea, yo no sé manejarlos...*
 - *Ya, pero te tienes que aprender los trucos, tienes que dar a quince botones para no se qué, para que haga una pirula... para no sé qué, y no... (...)*
 - *...y la mitad de las veces te matan porque tiene tiempo y no sabes lo que tienes que hacer, y empiezas a matar a todo el mundo y no sabes lo que tienes que hacer...*
 - *...y luego no te enteras de nada (...)*
 - *Ese es horroroso. Nunca he sabido lo que hay que hacer."*
- (Mad/Muj/16-17)
-

Asumiendo el adecuado grado de *jugabilidad*, los elementos que hacen a un videojuego atractivo a primera vista serán, según explican los aficionados, la originalidad y la creatividad. Características tremendamente generales que descansan, principalmente, sobre los diversos elementos estéticos, visuales y narrativos. Escenarios, personajes, músicas, argumentos, sorpresas... todo lo cual contribuye a dar forma a lo que considerarán como original, creativo y, por tanto, atractivo. Eso sí, tales elementos habrán de ser situados en relación con las ya enunciadas premisas de interactividad y evocación de la realidad. Así, un juego de argumento fantástico, alejado de la realidad (y que por no tener que ceñirse a los márgenes de la realidad contará, en teoría, con mayores

posibilidades de introducir elementos diferentes, originales), tendrá que aportar elementos estéticos, narrativos y creativos que refuercen la diferencia con otros videojuegos que también se alejan de la realidad, sin por ello perder las necesarias dosis de verosimilitud y credibilidad, mientras que los videojuegos que presenten historias más cercanas a la realidad, tendrán que reforzar todos los factores (escenarios, personajes, gráficos, depurada jugabilidad...) que hagan esa realidad "más real".

- *"Hay un juego, en concreto, que es el... el Moon Shaker 2000 ¿sabes? que puedes hacer tus musiquitas ¿sabes? te puedes enrollar ahí, pim, pam, y montar tu música, tal. Y mola, tío, o sea, es un juego... algo que creas ¿sabes? algo creativo, no es el típico juego que estás... matas, te mato a ti ¿sabes?"*

(Mad/Mix/20-23)

En cualquier caso, todos los elementos enunciados, siendo esenciales para que un videojuego resulte atractivo, se comportan como actores secundarios ante el factor que se asume como fundamental para que esta forma de ocio *enganche*: la competitividad. Por ello, videojuegos muy simples, casi rudimentarios, estéticamente poco atractivos y tecnológicamente sencillos, pueden convertirse en un auténtico "vicio", reto personal y grupal, que confiera al mismo una atractivo especial que conduce a jugar con él una y otra vez. Si a estas dosis de competitividad o de necesidad de superación añadimos el resto de elementos (buena jugabilidad, capacidad de interacción, atracción visual, trama interesante...) nos acercaremos al videojuego teóricamente ideal.

La competitividad debe ser entendida en dos sentidos, complementarios pero distintos. Por un lado, frente a uno mismo. Empezando por aprender a manejar correctamente el videojuego (en ocasiones, un auténtico reto) y a jugarlo al máximo de sus posibilidades (conocer sus trucos, estudiar a fondo las posibilidades de los personajes, visitar cada uno de sus recovecos, experimentar las diferentes posibilidades que te ofrece la trama...), hasta lograr el máximo objetivo posible: alcanzar el final de la historia, hacerlo en menos tiempo, matar a más marcianos, construir la ciudad más grande, meter más goles... Siempre habrá retos personales que superar, y ahí reside uno de los mayores atractivos de los videojuegos. Tan es así, que cuando un videojuego ha sido *exprimido* al máximo de sus posibilidades (salvando al mundo, "matando al malo", encontrando el tesoro, ganando repetidas veces la copa del mundo de fútbol...), la ausencia de nuevos retos provocará que desaparezca el interés por el mismo: o se revisa el juego y se actualiza con una versión más complicada, o se buscará otro que aporte nuevos retos y obligue a superarse. Al mismo tiempo, la propia necesidad de superar los retos propuestos por la máquina y por las expectativas personales, ocasionará que el jugador no quede tranquilo, *aliviado*, hasta que no alcance los objetivos requeridos.

- *"...a lo mejor te pasas cuatro horas para pasar de Mario Land*
- *Sí, tía, pero cuando te lo pasas dices "Jó, que guay", ¿sabes?*
- *Pero es que te sientes... bien."*

(Mad/Muj/16-17)

- *"El tipo de juego que busca todo el mundo es muy parecido, tío... y para mí son... son varias cosas: uno, que construyas...*
- *Que te entretengas, primero...*
- *...escúchame un momentito, te voy a decir mi opinión. Uno, que construyas algo, me da igual los juegos estos de rol que tú vas construyendo tu propio personaje según vas creciendo, o vas construyendo tu propia ciudad, o vas construyendo tu propio parque de atracciones, porque es como un desarrollo. Eso, y que no sean excesivamente lineales, que termina el último monstruo y termines, porque si no ya te aburres, no lo puedes compartir con amigos. (...)*
- *Yo creo que no. No, porque los chavales de 14 años ahora piden Pokemon.*
- *Al loro, escúchame un momento. ¿Qué tiene el Pokemon para que sea más adictivo? Primero, lo compartes con amigos; segundo, vas creciendo en realización personal. ¿En qué? En ir coleccionando cada vez más Pokemon.*
- *Sí*
- *Por eso son adictivos los Pokemon."*

(Mad/Mix/20-23)

En ambos casos vuelve a sobrevolarnos la fantasía del videojuego infinito, partida inacabable en pos de un final que, en realidad, no se quiere alcanzar, pues deja en el jugador una sensación de vacío que quizás sea más fuerte que la propia satisfacción por haber alcanzado ese final.

- *"Oye, yo todavía no me he pasado el Final Fantasy VII, ni quiero.*
- *Pero yo prefiero el Tony Hawk, que no me canso en la vida.*
- *Y cuando llegas al final, antes de matarle, apago la consola, para seguir jugando, pero en el momento en que me termine... es que en el momento en que me termine un juego, ya no vuelvo a jugarlo, y ese juego me gusta jugarlo."*

(Mad/Mix/20-23)

Por otro lado existirá una competitividad, con toda seguridad superior a la anterior, en la práctica de un videojuego en grupo. En todos los grupos de discusión realizados se señaló la práctica de determinados videojuegos en grupo como la más divertida de las posibilidades que esta forma de ocio ofrece. Y la explicación era clara: jugando en grupo compites, "te picas", demuestras tus habilidades y, sobre todo, lo haces frente a personas reales, conocidas o

desconocidas, físicamente presentes o no, de diferentes edades y sexo, quizás de otros países, pero personas físicas y no virtuales. Cuando en una partida en grupo derroto al adversario, no derroto al personaje que aparece en la pantalla, sino a la persona que juega con ese personaje. Esto representa un atractivo muy especial que provoca que, en ocasiones, tras probar la práctica de juegos colectivos (*on line*, principalmente) se pierda interés por jugar de forma individual (pues ya no produce sensaciones y emociones tan fuertes).

- *"Yo prefiero jugar a... a una de coches con teclado, te lo juro, pero jugar con mogollón gente... con mogollón de gente; o sea, un ordenador por internet, pero con siete personas, aunque sea con teclado (...). Y poder mandar mensajitos: "¡Eh, que te adelanto, cabrón!" ¡Fiuu!*
- *Hombre, para eso una recreativa con cinco o seis coches*
- *Una vez que lo pruebas... una vez que lo pruebas ya jugar por... por internet, los juegos de una sola persona a mí me aburren ya."*

(Mad/Mix/20-23)

En una partida en grupo, el objetivo será demostrar que nadie como tú sabe jugar a un determinado videojuego, que nadie conoce tantos trucos ni es tan hábil con los mandos, y que nadie es más inteligente en las estrategias. Por ello, la competitividad multiplica su intensidad, pues siempre habrá nuevos rivales que derrotar. En este sentido, la práctica en grupo de un videojuego retomará el testigo allá donde lo deja la práctica individual: cuando ya no puedo superarme a mí mismo, ni a la máquina, querré superar a otros. Algunos incluso llegan a señalar que si juegan solos en casa es para *"practicar para cuando vengan tus colegas... no quedar mal"* (Mad/Hom/16-17)

- *"...es cuando tiene gracia, jugando contra alguien, porque sólo es una...*
- *Eso depende de cada uno*
- *Porque si no hay pique ni hay nada...*
- *Y los piques...*
- *Que si... en un juego de fútbol, si no juegas contra alguien es aburrido. A mí me cambia totalmente el juego. (...)*
- *Es que es cuando tiene gracia el juego de verdad.*
- *Es que lo que acaba de decir él, por ejemplo, dices tú a tu amigo que tiene el juego: "Ven a mi casa que te meto tres a cero", y él: "Te voy a meter yo a ti ocho", ¿sabes? empiezas así...*
- *Claro, empiezas a picarte.*
- *Y así hay emoción en el juego."*

(Bar/Mix/16-17)

- *"Me encanta cuando entras en un recreativo, de esto que te sientas, que te metes en el juego, porque es una moto... y tu aquí "brmmm, brmmm"...*
- *Sí, sí.*

- *Y te dan caña....*
 - *Y que juegas contra otro y dices "venga, a ver quién va a ganar" no se qué, eso está muy bien, también...*
 - *Eso sí me gusta, eso me encanta.*
 - *O con la pistolita, aquí... Sin embargo, en mi casa con la pistolita no me gusta, sin embargo luego con la pistolita en realidad, ¿sabes? en los recreativos sí que me gusta. Jugando contra otros me gusta mucho."*
- (Mad/Muj/16-17)
-

El espíritu competitivo que rodea a los videojuegos suele manifestarse también más allá de las fronteras de la puntual y concreta práctica del juego. Es decir, las marcas personales de cada jugador, los niveles alcanzados o las victorias cosechadas en tal o cual videojuego, se constituirán en auténticos trofeos que sacar a relucir en los momentos en los que la conversación gire en torno al tema indicado, llegando incluso a convertirse en hirientes ofensas (regodearse de sacar más puntos que el contrario, por ejemplo) y vergonzosas humillaciones (*"Cuando sabes jugar y te viene alguien que crees que es un pardillo, y te mete la paliza de tu vida... me rebota"*). Y esto no sólo ocurre entre amigos o conocidos, pues en los propios grupos de discusión (entre personas, por tanto, que no se conocen) se produjeron algunas situaciones con estas características.

- *"...a lo mejor hay alguien que te dice "pues yo llego a tantos puntos" y dices, "joe, chaval, tengo que superarle como sea".*
- *Sí, como el de la serpiente...*
- *El de la serpiente que no paso de 322.*
- *Ah, pues yo sí.*
- *Yo he hecho ochocientos algo...*
- *Yo tengo el record en 1126."*

(Mad/Muj/16-17)

5.3.2 Evolución de las expectativas ante los videojuegos

El hecho de que el mundo de los videojuegos haya estado tradicionalmente asociado a edades adolescentes e incluso infantiles, sea cierto o no tal extremo, sin duda condiciona de algún modo la manera en que se articulan las diversas expectativas que los jugadores adoptan ante los videojuegos, así como la percepción que sobre esas expectativas tienen quienes no juegan.

En primer lugar, y pese a negar que jugar con videojuegos sea cosa de adolescentes, casi todos los aficionados reconocen haber asentado su gusto por ellos en esos años. Teniendo en cuenta que nos referimos a un mercado joven, que crece de forma constante y vertiginosa, parece evidente que, por pocos años que lleven jugando, habrán sido testigo de un proceso en el que esos

videojuegos con los que juegan han ido evolucionando de mano de la tecnología. Como ellos mismos dicen, *"los juegos han evolucionado con nosotros"*. Esta circunstancia propicia que todos ellos asocien cierto tipo de videojuegos, mucho más rudimentarios que los actuales, además de completamente diferentes en sus planteamientos estéticos y temáticos, a determinadas y pasadas épocas de su infancia y adolescencia. Videojuegos que aún siguen existiendo tal cual fueron, o que quizás presentan mayor capacidad tecnológica pero que, en cualquier caso, al jugador gusta jugar o recordar bajo los patrones que los convirtieron en lo que son: pasajes de su propia vida y recuerdos de un pasado no tan lejano.

- *"Los antiguos eran muy simples...*
- *...muy simples, pero eran...*
- *...y muy adictivos, eran muy adictivos.*
- *Pero yo creo que... que gustan porque... les tenemos buen recuerdo...*
- *Buen recuerdo*
- *Por los viejos tiempos. Sí, porque no había otra cosa."*

(Mad/Mix/20-23)

Pero precisamente por ello, por estar excesivamente connotados de recuerdos de la infancia y primera adolescencia, la gran mayoría de los aficionados a los videojuegos tienden a mostrar preferencia por tipos de juegos que no articulan tales implicaciones, sino más bien al contrario. Es decir, exponen un proceso a partir del cual, durante la infancia, disfrutaban con los videojuegos simples, básicos, muy fáciles de jugar y que no suponen un reto intelectual, para, a medida que "se crece y madura", decantar preferencias por aquellos juegos que "hacen pensar", plantean retos, requieren de cierta capacidad de razonamiento y de ciertos conocimientos otorgados por la experiencia en la práctica de los mismos. Ello, además de la consideración de que, cuando eres más mayor, adquieres muchas responsabilidades que te restan tiempo para dedicar al ocio, propicia que la descripción de su videojuego ideal descansa en torno a dos consideraciones: fácil y rápido en el manejo, pero lo suficientemente complejo en su desarrollo como para que suponga un reto. En cualquier caso, inmediatez: llegar y jugar.

- *"Ahora no nos gusta el juego simple, nos gusta el juego complicado... no, pero no complicado de manejar, ¿eh? Complicado en que tienes un...*
- *No, y que te haga pensar*
- *... un mundo entero que hacer en vez de súper lineal y súper sencillo, un mundo que hacer. Si es complicado de manejar y tienes que hacer un libro de instrucciones tremendo, cuando tienes mucho tiempo libre te vale, pero cuando tienes que hacer más cosas en... en la vida, no te vale. Necesitas algo que en una tarde aprendas a jugar... eso sí, que luego el juego sea muy complicado, pero aprender a jugar sencillo."*

(Mad/Mix/20-23)

El planteamiento se completa a partir de algo en lo que también parece existir acuerdo: si, a pesar de preferir jugar con todos esos videojuegos más apropiados a su edad, de vez en cuando siguen practicando con esos otros que protagonizaron años anteriores, ello responderá al placer por recordar épocas pasadas y antiguas formas de divertirse, y no porque colmen sus expectativas respecto a un videojuego.

- *"Hay unos juegos que sacan para ordenador que te vienen... una colección entera de juegos antiguos, ¿sabes? Y hay veces, joder, que te... cuando estás jugando a ese juego te recuerda mogollón de cosas, tío; o sea, te da... como diciendo: "Joder, me acuerdo cuando jugaba yo..."*
- *Y no había tantas cosas... que no había tantas cosas como ahora, que solamente teníamos esto, que es que no había más. ¿Y cómo me podía a mí gustar esto?*
- *Jo, porque era lo que había y te tirabas lo que... el tiempo que fuese con ello.*
- *Pero eso lo jugamos nosotros por nostalgia."*

(Mad/Mix/20-23)

Desde las personas que no gustan de jugar a videojuegos se establece un discurso algo distinto. También tienden a asociar cierto tipo de juegos con épocas infantiles y adolescentes. Sin embargo, no establecen una distinción tan clara entre los diferentes tipos, proyectando la aureola de ocio adolescente a todo el conjunto de videojuegos. Así, esta forma de ocio será propia de épocas vitales protagonizadas por tener menores responsabilidades y ocupaciones, en las cuales puedes rellenar gran cantidad de tiempo libre jugando a ellos. Por ello, sólo desde una afición iniciada en la infancia y fuertemente asentada durante la adolescencia, se explican muchos no jugadores el hecho de que un joven, o incluso un adulto, pueda manifestar su gusto por jugar a videojuegos. Bien es cierto que también reconocen la existencia de videojuegos enfocados a públicos adultos, aunque consideran tal caso como la excepción que confirma la regla. De cualquier manera, afirman que cuando eres más mayor *"tienes más cosas que hacer"* y *"no tienes tiempo"* para dedicarle a los videojuegos.

- *"(La consola) te la suelen regalar pues eso cuando tienes 12, 13, 14 años y luego ya... llegas a una edad que sin darte cuenta dejas de jugar... No sé..."*
- *Hombre, no. Depende. Yo conozco a gente de 20, veintipico, que sigue jugando a las consolas porque les gusta mucho. Pero vamos, no suele ser..."*
- *Pero que tampoco juegan demasiado..."*
- *No, sí, sí. Esos sí que juegan... ordenadores, juegos de rol y consolas.*

- *Pero eso es porque no tienen otras cosas que hacer*
- *Claro."*

(Mad/Mix/16-17/No usuarios)

- *"Es muy difícil que una persona se enganche a los 20, o que lleve ya desde pequeño jugando a los videojuegos. Porque... no sé. El que tiene 23 años y está jugando a los videojuegos o al ordenador o a lo que sea es porque... lleva desde los 16 utilizando, o desde los 14 utilizando el videojuego..."*

(Mad/Mix/16-17/No usuarios)

El hecho de que exista una amplia corriente del imaginario social que siga considerando a los videojuegos como una forma de ocio propia de adolescentes es algo que, indudablemente, *cala* en los jugadores. De igual forma que quienes no gustan de jugar a videojuegos asientan su planteamiento sobre la idea de que *"tienes cosas mejores que hacer"* antes que jugar a ellos, aquéllos que sí gustan tienden, de forma más o menos explícita, a justificarse de algún modo: jugar con videojuegos será una alternativa de ocio más, pero sólo válida cuando no existen otras opciones que llevar a cabo con los amigos (en compañía, en grupo, por tanto), o como complemento de éstas, pero nunca como sustitutivo.² Es decir, al situarse frente al espejo del estereotipo social, tratan de desligarse del mismo situando su afición en un teórico segundo plano: me gusta jugar a videojuegos, pero no más que otras cosas.

- *"Yo es que juego mucho menos... está claro. De elegir, pues hago cualquier otra cosa en vez de jugar... Un ratito libre... pienso*
- *Además en verano que... en verano tienes más tiempo y juegas*
- *Estás todo el día ahí sin hacer nada*
- *Hombre, yo prefiero salir que jugar*
- *Hombre, eso todo el mundo, yo creo."*

(Bar/Hom/16-17)

- *"Yo es que la verdad a mí si me dicen ¿te vienes a echar un partido de fútbol? Prefiero un partido de fútbol antes que jugar a la consola, la verdad, y hay mucha gente que en vez de jugar a la consola se hace... se va a otras cosas... ver una peli o al cine o... Entonces no tiene que ser... Yo prefiero un partido de fútbol a jugar a la consola... y si me dicen mis amigos vamos a dar una vuelta en moto, pero...*
- *A la consola que la den por ...*

² Este planteamiento, como el expresado en el párrafo anterior, nos acerca desde dos frentes (el de la persona *estancada* en la infancia, por un lado, y el de la persona que no se relaciona con su entorno, por el otro) a un determinado prototipo del jugador de videojuegos, en cuyo análisis entraremos en otro capítulo.

- *A ver, es que es así*
- *Es que es un poco depende de la situación, ¿no?, porque un día te apetece hacer una cosa, otro día te apetece hacer otra, otro día estás cansado y ¡bah! hoy no me muevo de casa, me voy a quedar aquí..*
- *O sea, es que hay épocas, a lo mejor ... estoy una semana metido en casa, sin salir, jugando todo el día y lo mismo estoy otra semana que ...*
- *Que no apareces por casa."*

(Mad/Hom/16-17)

CAPÍTULO 6

LOS TIPOS AGRUPADOS DE VIDEOJUEGOS.

En este capítulo procederemos a diferentes niveles de análisis relativos a los distintos grupos, tipos o categorías en que se pueden aglutinar los videojuegos. Lo haremos con la intención de condensar las informaciones y tener una visión más comprensiva y agrupada. En definitiva lo que haremos será, trascendiendo los análisis y correlaciones bivariantes, tratar de hacer aproximaciones conjuntas a través de tratamientos multivariantes de los datos

6.1 LA AGRUPACIÓN DE TIPOS DE VIDEOJUEGOS

Con lo visto hasta el momento mediante los perfiles, a pesar de la diversidad, es posible intuir la existencia de algunas continuidades que aproximan entre sí unos tipos de videojuegos frente a otros. Tomando como referencia la escala de frecuencias de uso de cada uno de los tipos hemos buscado estas agrupaciones mediante un análisis factorial de componentes principales.

Mediante esta operación hemos obtenido cuatro grandes grupos de videojuegos a partir de los inicialmente considerados que, como tales grupos, explican un 66.6% del total de la varianza de los tipos originales (tabla 6.1).

**Tabla 6.1. Los tipos de videojuegos desde el análisis factorial
(varianza total explicada: 66.6%)**

	Factor 1: Deporte	Factor 2: Rol, estrategia y aventura	Factor 3: Combate	Factor 4: Plataforma
% varianza	31.7	13.7	11.6	9.7
De practicar algún deporte	.838			
Estrategia deportiva	.812			
Simuladores	.485		.463	
Rol		.757		
Estrategia no deportiva		.685		
Aventura gráfica		.622		
Lucha			.849	
Disparo			.703	
Plataforma				.949

Entre los cuatro grupos, como se observa en la tabla de resultados, se establecen unos límites bastante limpios, con pesos muy altos en todos los casos, con la excepción de los simuladores que más adelante comentaremos.

El primer grupo resultante, que acumula el 31.7% de la varianza explicada es el que hemos resumido con el nombre de *Deporte*. Es claro, puesto que integra todos los videojuegos que tienen un contenido relacionado con las actividades deportivas, aunque los objetivos finales del juego o los formatos

sean diferentes. Así, forman parte de este grupo los juegos que consisten en simular directamente y sin más la práctica de deportes sobre la pantalla (jugar al fútbol, esquiar, etc.), definir y ensayar tácticas y estrategias en simulaciones de deportes de competición (crear y modificar equipos, establecer campeonatos según los recursos de los equipos, etc.) o simuladores de manejo de aparatos que, en este caso, se referirían a máquinas de competición deportiva (por ejemplo motos).

Este último tipo es el que tiene un peso menor en el grupo, y es el único caso en que el tipo original aparece en dos grupos diferentes, ya que hay otro tipo de simuladores de máquinas u aparatos que tienen escenarios u objetivos más relacionados con combates, que es el grupo tercero de los obtenidos.

El segundo grupo, que acumula el 13.7% de la varianza total explicada, es el que hemos denominado *Rol, estrategia y aventura*. La característica común de este tipo de juegos estaría en la elaboración y sofisticación de las historias, argumentos y escenarios, independientemente de la variedad temática. En todos los tipos de este grupo es común que los jugadores vayan avanzando en dichos argumentos, en algunos casos pudiendo adoptar y definir personajes o representando los movimientos y decisiones de los personajes protagonistas que aparecen en las pantallas del juego. Las historias o situaciones, que normalmente requieren un alto y largo nivel de implicación de los jugadores, se desarrollan en escenarios progresivos en los que los personajes protagonistas tienen personalidades definidas, recursos de actuación variados, y se van enfrentando a retos (pueden ser combates o luchas, pero el objetivo del juego no es el combate en sí mismo) que a medida que consiguen superar les van acercando más a la conclusión del juego. En los juegos de estrategia no deportiva, además, la toma de decisiones en la planificación de las actuaciones va reconvirtiendo los escenarios y las posibilidades del propio juego.

Muchos de estos videojuegos son sagas de historias que se continúan en productos posteriores, y por su alto nivel de complejidad y elaboración en muchos casos, requieren de "pistas" que es frecuente poder encontrar en revistas o foros especializados y que, normalmente se comparten con otros jugadores.

El tercer grupo (11.6% de la varianza explicada) es el que integra los juegos especialmente de *Combates*, sean de lucha o de disparos o, como hemos comentado anteriormente, simuladores de guerra. En estos juegos las pantallas van pasando por escenarios con el único objetivo de ganar mediante combates a adversarios con distintos niveles de fuerza, agilidad o recursos, que van apareciendo sucesivamente o que el propio jugador va eligiendo. Normalmente son juegos más rápidos puesto que pueden resolverse combate a combate.

El cuarto y último grupo (9.7% del total de la varianza) mantiene separado del resto a los juegos de *Plataforma*. Ya hemos visto en los apartados anteriores que estos videojuegos normalmente se distanciaban claramente en muchos de los aspectos y perfiles comunes. Son juegos de precisión, de manejar mediante los mandos de la máquina a personajes u objetos, que tienen que pasar de un nivel a otro de complejidad a base de acertar con precisión en un objetivo diferente según el juego concreto de que se trate: puede ser un salto, entrar por un espacio acotado, acertar un blanco, etc.

Los distintos grupos, como nuevas variables, nos permiten recomponer desde la perspectiva agrupada las frecuencias de uso, reflejando en este caso, como es evidente, las frecuencias conjuntas de los tipos originales.

Siguiendo la tabla 6.2 (también la Figura 6.1) vemos que, en una escala de menor a mayor frecuencia de uso, en intervalos que van desde el 0 al 2.50, del 2.51 al 3.50 y del 3.51 al 5 (frecuencia baja, media y alta), los porcentajes de jóvenes que juegan con videojuegos de los distintos grupos son los siguientes:

Los videojuegos del grupo *Deportes* siguen siendo, también agrupados, los que tienen un mayor volumen de jugadores: un 32.3% de los adolescentes entre 14 y 18 años que juegan en la actualidad usan alguno de ellos con una frecuencia alta (por encima del 3.5 de la escala). Recordemos que en los tipos originales eran también los juegos de *practicar deporte* los que más proporción de jóvenes usaban y también los que gozaban de más adeptos. Además un 30.9% de estos jóvenes juegan con alguno de los juegos del grupo en frecuencia intermedia y el resto (36.8%) con frecuencia baja.

En el tramo alto de la escala de frecuencia de uso se sitúan a continuación los juegos de *Combate* (luchas, disparos y simuladores de este grupo), con un 27.3% de jóvenes que los usan con una frecuencia alta, un 31.1% con frecuencia media y un 41.6 en frecuencia baja.

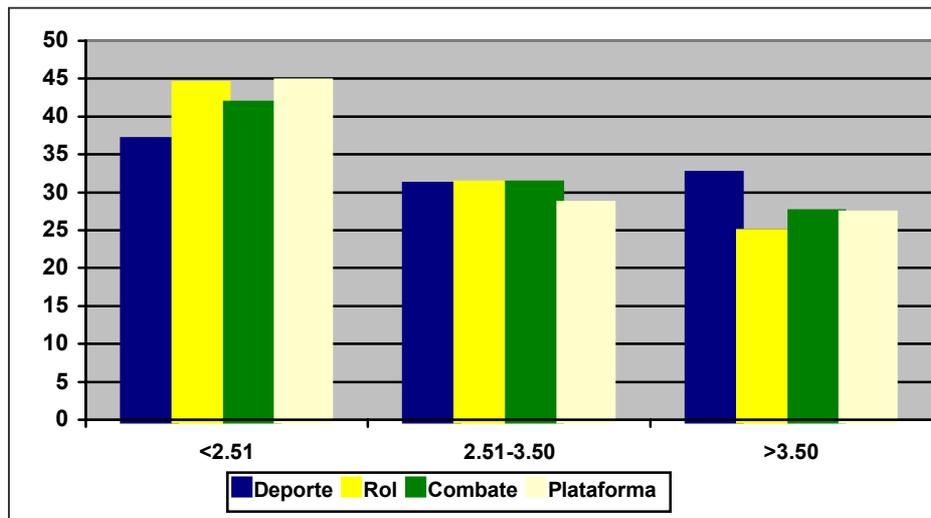
Las *Plataformas* aparecen en la tercera posición en porcentaje de jóvenes que las usan con más frecuencia: un 27.1% del total de jóvenes que juegan en la actualidad con cualquier tipo de juego (otro 28.4% juegan con frecuencia intermedia).

En el último lugar quedan los videojuegos del grupo *Rol, estrategia y aventura*, cuya proporción de usuarios más frecuentes entre los jóvenes que juegan en la actualidad es del 24.7%. La última posición está determinada por la presencia en el grupo de los juegos de rol (que son los que más peso tienen en el factor y que, como hemos visto en apartados anteriores, son los que menor proporción de jóvenes usan en términos generales), a pesar de que los juegos de aventura gráfica sean, como juegos independientes del grupo, los segundos en porcentaje de usuarios frecuentes.

Tabla 6.2. Uso de los tipos de videojuegos, según las diferentes frecuencias de uso (Escala 0-5), en %

	<2.51	2.51-3.50	>3.50	Total (N)
F1. Deporte	36.8	30.9	32.3	1742
F2. Rol, Estrategia, Aventura	44.2	31.1	24.7	1739
F3. Combate	41.6	31.1	27.3	1727
F4. Plataforma	44.5	28.4	27.1	1743

Figura 6.1 Frecuencia de uso de los tipos de videojuegos



Tomados como grupos desde el análisis factorial, podemos extraer las características más relevantes que definen a los usuarios más frecuentes a partir de distintas variables de clasificación. Para ello hemos tenido en cuenta, como en apartados anteriores, las diferencias significativas ($p < .05$) entre los porcentajes obtenidos mediante los cruces de los ejes factoriales tanto con criterios sociodemográficos como, a estos efectos, otras de las variables analizadas que reflejan preferencias y modos de uso de videojuegos en general.

Conviene aclarar que, a diferencia de lo que haremos más tarde, ahora vamos a proceder a cruces variable por variable. Por tanto es perfectamente posible que los resultados queden enturbiados por el hecho de que determinadas variables incluyan a otras que sean las que tienen un peso dominante y, por ahí, se den correlaciones poco claras. Por eso es precisa la mayor prudencia a la hora de sacar conclusiones sobre el sentido de las correlaciones que se encuentren en las tablas. Sobre todo, en muchos casos, sería impropio hacer inferencias de relaciones directas o causales. Más bien, en este momento del análisis, habría que fijarse sobre todo en las variables que parecen tener más peso, que tienen una presencia más repetida y que permiten inferencias más claras. Eso es lo que haremos, dejando que el lector pueda ir más allá (si le interesa),

profundizando en las tablas; en éstas, como es obligado, aparecen todas las correlaciones estadísticamente significativas.

Respecto al grupo de videojuegos de *Deporte* encontramos las siguientes características (tabla 6.3):

**Tabla 6.3. Características diferenciales en el uso más frecuente (> 3.5 en la escala) de videojuegos del tipo DEPORTE (Factor 1).
% Total: 32.3**

CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS	% sobresale
Tamaño del hábitat	> 250.000 hab. (34.3) < 10.000 hab. (34.2)
Sexo	Varón (45.0)
Edad	ND
Ocupación	En paro, busca trabajo (53.3)
Nivel de estudios	ND
Posición en el aula	De los últimos (39.2) De la 2ª mitad (37.0) De los primeros (36.8)
Posición religiosa	ND
Posición ideológica	Extrema izquierda (35.0)
CARACTERÍSTICAS DE JUEGO	% sobresale
Frecuencia de juego en general	tres o más días (44.0)
Tiempo de juego en laborables	Más de tres horas (50.0) Dos a tres horas (42.5)
Tiempo de juego en fin de semana	Más de tres horas (52.4) Dos a tres horas (40.2)
Tipo de máquina habitual	VC doméstica (35.1) PC (32.8)
Lugar de juego habitual	ND
Con quién juega habitualmente	Solo en red (40.1) Amigos presentes (32.6)
Qué es lo que más le gusta de un juego	Situaciones impactantes (38.9) Muy realista (38.9) Permita competir (37.8) Alta IA (36.3) Argumento elaborado (35.9)
Pertenece a club o asociación	Sí (47.2)
Lee revistas o publicaciones especializadas	Con bastante frecuencia (55.5) Con mucha frecuencia (52.9)
Utiliza Internet	Sí (40.9)
Problemas con videojuegos	Dormir menos por jugar (49.2) Discutir con amigos (47.0) Gastar demasiado (43.9) Alguien le ha advertido (43.3) Saltar comidas o cenas (42.6) Dejar de ir a clase (39.9) Olvidar compromisos (38.1) Discutir con los padres (36.9) No realizar tareas escolares (34.8)

El porcentaje de usuarios frecuentes para este tipo de juegos es superior entre los que viven en las grandes ciudades y también en municipios menores de diez mil habitantes; sobre todo, lo es entre los varones y entre los jóvenes que están en paro buscando trabajo.

La proporción es también más alta entre los que juegan más de dos horas, por término medio, tanto los días laborables como en los fines de semana.

Este grupo de jugadores frecuentes de *Deporte* es más numeroso, por otra parte, entre quienes buscan en los juegos, por orden de preferencias, situaciones impactantes, que el juego sea realista y que permita competir. También abundan entre los que utilizan Internet para seguir o consultar páginas relacionadas con videojuegos y, sobre todo, entre los integrados en asociaciones y los lectores de revistas especializadas.

Finalmente, en relación con los posibles problemas sufridos por causa de los videojuegos, el porcentaje de usuarios frecuentes de juegos de deporte es algo superior entre los que declaran haber tenido diferentes tipos de problemas.¹

Para los juegos del grupo *Rol, estrategia y aventura*, se puede destacar lo siguiente (tabla 6.4):

¹ Aunque es algo que se repite a lo largo de todo el texto, en este punto es conveniente recordar que hablamos de una pura correlación estadística, que no permite inferir relaciones de causalidad. Lo único que se dice aquí es que en el grupo de los que dicen haber tenido problemas por jugar abundan los jugadores frecuentes. No se asegura que los jugadores frecuentes tengan problemas ni, mucho menos, que los tengan todos ellos. Además hay que tener presente que la proporción de jóvenes que declaran haber tenido alguno de los problemas citados es muy baja, cuestión que se analiza en los capítulos posteriores.

Tabla 6.4 Características diferenciales en el uso más frecuente (> 3.5 en la escala) de videojuegos del tipo ROL, ESTRATEGIA, AVENTURA (Factor 2).

% Total: 24.7

CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS	% sobresale
Tamaño del hábitat	> 250.000 hab. (29.5) 100.000-250.000 hab. (27.8)
Sexo	Varón (30.0)
Edad	14-15 años (27.8) 18 años (26.0)
Ocupación	ND
Nivel de estudios	ND
Posición en el aula	ND
Posición religiosa	No creyente/ateo (40.9) Indiferente /agnóstico (30.2)
Posición ideológica	Extrema izquierda (33.0) Extrema derecha (32.3)
CARACTERÍSTICAS DE JUEGO	% sobresale
Frecuencia de juego en general	Todos los días (41.3)
Tiempo de juego en laborables	Más de tres horas (50.0) 2-3 horas (43.8)
Tiempo de juego en fin de semana	Más de tres horas (50.6) 2-3 horas (38.2)
Tipo de máquina habitual	VC doméstica (27.4) PC (25.8)
Lugar de juego habitual	En su casa (26.8)
Con quién juega habitualmente	Solo en red (39.1) Amigos en red (35.8) Solo (26.4)
Qué es lo que más le gusta de un juego	Argumento muy elaborado (38.6) Alta IA (33.3) Permita formar parte del juego (32.9) Situaciones impactantes (27.6) Planteen retos (26.6)
Pertenece a club o asociación	Sí (44.6)
Lee revistas o publicaciones especializadas	Con mucha frecuencia (74.3) Con bastante frecuencia (39.0)
Utiliza Internet	Sí (38.9)
Problemas con videojuegos	Alguien le ha advertido (43.3) Discutir con los amigos (41.9) Dormir menos por jugar (41.8) Discutir con los padres (37.9) Gastar demasiado (37.5) Saltarse comidas o cenas (37.1) No realizar tareas escolares (33.6) Olvidar algún compromiso (32.9) Dejar de ir a clase por jugar (31.7)

El porcentaje de usuarios frecuentes es mayor en los municipios de mayor tamaño y entre los chicos. Desde las variables ideológicas resalta el porcentaje entre los que se declaran no creyentes.

La proporción de jugadores frecuentes de este grupo es superior entre los que juegan todos los días de la semana, y dedican entre dos y tres horas o más en cada sesión por término medio. Destaca también la proporción entre aquellos a los que gusta que el juego tenga argumentos muy elaborados, y un alto nivel de inteligencia artificial, y que permita formar parte de las historias.

Los usuarios frecuentes son también proporcionalmente más entre los que pertenecen a clubes o asociaciones específicas de videojuegos, y mucho más entre los que leen revistas o publicaciones especializadas.

Finalmente, también en este caso, la proporción de jugadores más frecuentes es superior entre los que declaran haber tenido algún tipo de problema a causa de los videojuegos.

Entre las características sobresalientes de los usuarios frecuentes de juegos de *Combate* destaca (tabla 6.5):

**Tabla 6.5. Características diferenciales en el uso más frecuente (3.5 en la escala) de videojuegos del tipo COMBATE (Factor 3).
% Total 27.3**

CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS	% sobresale
Tamaño del hábitat	10.000 – 50.000 hab. (31.7) 50.000- 100.000 hab. (29.1) > 250.000 hab. (30.0)
Sexo	Varón (33.6)
Edad	ND
Ocupación	En todos los casos que no sólo estudian (> 36.5)
Nivel de estudios	Estudios primarios (41.7) FP/Módulos profesionales (40.3)
Posición en el aula	ND
Posición religiosa	No creyente/Ateo (46.2) Indiferente /agnóstico (28.5) Otras religiones (30.0)
Posición ideológica	Extrema derecha (53.1) Extrema izquierda (42.0) Derecha (28.6)
CARACTERÍSTICAS DE JUEGO	% sobresale
Frecuencia de juego en general	Todos los días (50.1) tres o más días (31.4)
Tiempo de juego en laborables	Más de tres horas (63.5) 2-3 horas (53.4) 1-2 horas (31.1)
Tiempo de juego en fin de semana	Más de tres horas (52.0) 2-3 horas (35.7)
Tipo de máquina habitual	VC doméstica (34.6)
Lugar de juego habitual	En la calle u otros públicos (60.0) En su casa (28.6)
Con quién juega habitualmente	Solo en red (40.5) Con amigos en red (30.6) Con padres presentes (30.6)
Qué es lo que más le gusta de un juego	Situaciones impactantes (34.6) Argumento muy elaborado (34.1) Alta IA (33.1) Muy realista (29.0) Planteen retos (28.6) Permita formar parte del juego (28.2)
Pertenece a club o asociación	Sí (49.0)
Lee revistas o publicaciones especializadas	Con mucha frecuencia (75.7) Con bastante frecuencia (45.4) A veces (34.2)
Utiliza Internet	Sí (37.0)
Problemas con videojuegos	Dejar de ir a clase por jugar (50.9) Alguien le ha advertido (45.1) Discutir con los amigos (45.0) Olvidar compromisos (41.7) Gastar demasiado (38.7) Discutir con los padres (38.0) Dormir menos (36.9) No realizar tareas escolares (36.8) Saltar comidas o cenas (35.1)

Es mayor la proporción de los jóvenes varones, sin diferencias por edad. También aquéllos que realizan cualquier tipo de actividad que no sea sólo estudiar, y que tienen formación profesional o estudios primarios.

Destaca el porcentaje entre los que se declaran no creyentes y, desde el punto de vista político, entre los que se sitúan en los extremos políticos.

sobresale la proporción entre los que juegan más días de la semana y más horas por sesión, y los que juegan en la calle.

También en este caso destacan los que pertenecen a clubes, leen revistas especializadas, y utilizan Internet a efectos de seguimiento de información sobre videojuegos.

El caso de los juegos de *Plataforma* (tabla 6.6) es el que ofrece características más diferentes del resto de los grupos:

**Tabla 6.6. Características diferenciales en el uso más frecuente (> 3.5 en la escala) de videojuegos del tipo PLATAFORMA (Factor 4).
% Total 27.1**

CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS	% sobresale
Tamaño del hábitat	50.000-100.000 hab. (33.2) < 10.000 hab. (32.9)
Sexo	Mujer (32.0)
Edad	ND
Ocupación	Estudian (28.4)
Nivel de estudios	ND
Posición en el aula	ND
Posición religiosa	Católicos practicantes (29.4)
Posición ideológica	Izquierda (32.3) Derecha (29.8)
CARACTERÍSTICAS DE JUEGO	% sobresale
Frecuencia de juego en general	1 – 2 días (28.9) tres o más días (28.9)
Tiempo de juego en laborables	ND
Tiempo de juego en fin de semana	ND
Tipo de máquina habitual	Consola portátil (42.2) VC. Domésticas (28.8)
Lugar de juego habitual	En casa (29.8)
Con quién juega habitualmente	Solo (29.6) Amigos en red (31.4)
Qué es lo que más le gusta de un juego	Situaciones impactantes (30.9) Permita jugar muchas veces (30.0) Permita formar parte (28.5) Personajes atractivos (28.4)
Pertenece a club o asociación	Sí (33.3)
Lee revistas o publicaciones especializadas	Con mucha frecuencia (58.0) Con bastante frecuencia (33.6) Casi nunca (28.2)
Utiliza Internet	ND
Problemas con videojuegos	Dejar de ir a clase por jugar (33.8) Discutir con los padres (31.8) Alguien le ha advertido (30.3) Gastar demasiado (28.8) Dormir menos por jugar (28.0)

Es el único grupo en el que sobresale el porcentaje entre las chicas, y entre quienes se dedican exclusivamente a estudiar. También hay una sobrerrepresentación de los católicos practicantes, estando el grupo dividido en lo que se refiere al autopoicionamiento político.

En este caso no hay tanta influencia (para incrementar la presencia en el grupo) de las variables relativas a la frecuencia e intensidad de juego o

del hecho de haber tenido problemas por jugar, aunque sí existe un mayor peso en esas situaciones. De las variables de "pertenencia a una comunidad", la que más influye es el leer publicaciones especializadas.

6.2 FRECUENCIA DE USO DE LAS DISTINTAS CLASES DE VIDEOJUEGOS DESDE UN MODELO MULTIFACTORIAL

Para la caracterización de los usuarios más frecuentes de cada uno de los tipos de videojuegos hemos venido analizando qué relaciones se observan entre los niveles o frecuencias de uso de esos distintos tipos, a través de los factores obtenidos y cada una de las variables explicativas que se han presentado. Hemos visto cómo, tomadas de una en una, aparecen distintas características (sociodemográficas unas, y relacionadas con distintas preferencias de juego, otras) que establecen diferencias en los perfiles de los usuarios más frecuentes de cada uno de los tipos de videojuegos contemplados.

Sin embargo, en los cruces de variables tomadas de dos en dos a veces se producen solapamientos entre algunas de ellas, de tal manera que resulta difícil determinar cuáles de todas las que ofrecen resultados significativos en las relaciones son las más relevantes para explicar los perfiles de los usuarios más frecuentes. Por ejemplo, en muchos casos encontramos relaciones significativas con la edad o el género, la frecuencia de juego y determinados aspectos que interesan o gustan más de un videojuego, y puesto que entre ellas, internamente, existen también relaciones, sin otra herramienta analítica es imposible determinar si alguna de ellas, aisladamente, es la que da la explicación más clara de la frecuencia de uso (que es lo que tratamos de conocer), o todas están aportando matices diferentes al perfil de los usuarios que estamos estudiando.

Para resolver esta cuestión es preciso tratar los datos mediante un proceso de análisis multivariable. Para nuestros objetivos hemos optado por la elaboración de modelos de regresión logística que, además de seleccionar las variables más significativas para la determinación de los perfiles de los usuarios más frecuentes de cada tipo de videojuego, nos aporta un criterio de priorización entre dichas variables, mediante las probabilidades diferenciales (odds ratio) de cada una de las categorías particulares de aquellas variables explicativas que han resultado significativas. Dicho de otra manera, mediante los modelos de regresión logística, conoceremos la probabilidad diferencial (cuantificada) de ser un jugador frecuente de cada uno de los tipos de videojuegos en función de una serie de características tomadas conjuntamente, pero de ellos resulta especialmente importante tanto la jerarquía de las probabilidades obtenidas (que prioriza la importancia de unos criterios frente a otros) como cuáles de todas las variables consideradas son las que finalmente se mantienen en el modelo frente a las que desaparecen al analizarlas todas conjuntamente, por representar sólo relaciones espurias.

del hecho de haber tenido problemas por jugar, aunque sí existe un mayor peso en esas situaciones. De las variables de "pertenencia a una comunidad", la que más influye es el leer publicaciones especializadas.

6.2 FRECUENCIA DE USO DE LAS DISTINTAS CLASES DE VIDEOJUEGOS DESDE UN MODELO MULTIFACTORIAL

Para la caracterización de los usuarios más frecuentes de cada uno de los tipos de videojuegos hemos venido analizando qué relaciones se observan entre los niveles o frecuencias de uso de esos distintos tipos, a través de los factores obtenidos y cada una de las variables explicativas que se han presentado. Hemos visto cómo, tomadas de una en una, aparecen distintas características (sociodemográficas unas, y relacionadas con distintas preferencias de juego, otras) que establecen diferencias en los perfiles de los usuarios más frecuentes de cada uno de los tipos de videojuegos contemplados.

Sin embargo, en los cruces de variables tomadas de dos en dos a veces se producen solapamientos entre algunas de ellas, de tal manera que resulta difícil determinar cuáles de todas las que ofrecen resultados significativos en las relaciones son las más relevantes para explicar los perfiles de los usuarios más frecuentes. Por ejemplo, en muchos casos encontramos relaciones significativas con la edad o el género, la frecuencia de juego y determinados aspectos que interesan o gustan más de un videojuego, y puesto que entre ellas, internamente, existen también relaciones, sin otra herramienta analítica es imposible determinar si alguna de ellas, aisladamente, es la que da la explicación más clara de la frecuencia de uso (que es lo que tratamos de conocer), o todas están aportando matices diferentes al perfil de los usuarios que estamos estudiando.

Para resolver esta cuestión es preciso tratar los datos mediante un proceso de análisis multivariable. Para nuestros objetivos hemos optado por la elaboración de modelos de regresión logística que, además de seleccionar las variables más significativas para la determinación de los perfiles de los usuarios más frecuentes de cada tipo de videojuego, nos aporta un criterio de priorización entre dichas variables, mediante las probabilidades diferenciales (odds ratio) de cada una de las categorías particulares de aquellas variables explicativas que han resultado significativas. Dicho de otra manera, mediante los modelos de regresión logística, conoceremos la probabilidad diferencial (cuantificada) de ser un jugador frecuente de cada uno de los tipos de videojuegos en función de una serie de características tomadas conjuntamente, pero de ellos resulta especialmente importante tanto la jerarquía de las probabilidades obtenidas (que prioriza la importancia de unos criterios frente a otros) como cuáles de todas las variables consideradas son las que finalmente se mantienen en el modelo frente a las que desaparecen al analizarlas todas conjuntamente, por representar sólo relaciones espurias.

Las variables que incluimos en el análisis como potencialmente son, tal como se ha apuntado, tanto sociodemográficas como relativas a formas, frecuencias y preferencias de juego, opiniones sobre los videojuegos, etc. Así, una de las cuestiones que podremos apuntar finalmente es el peso específico que unas y otras variables tienen en la determinación de los perfiles y en las probabilidades de jugar más o menos con cada uno de los tipos de videojuegos.

En concreto, las variables incluidas en el análisis son²:

- Género
- Edad
- Ocupación
- Nivel de estudios
- Auto- posicionamiento en el aula
- Satisfacción general con la vida que lleva
- Frecuencia de juego entre semana
- Frecuencia de juego los fines de semana
- Lugar donde se juega más habitualmente
- Pertenencia a clubes o asociaciones relacionadas con videojuegos
- Frecuencia de lectura de revistas o publicaciones especializadas
- Consulta de páginas web sobre videojuegos (Internet)
- Grado de acuerdo con la afirmación *los videojuegos aumentan la creatividad y las habilidades.*
- Grado de acuerdo con la afirmación *los videojuegos hacen perder la noción del tiempo*
- Grado de acuerdo con la afirmación *los videojuegos incrementan las actitudes violentas*
- Grado de acuerdo con la afirmación *los videojuegos son más divertidos que otras actividades de ocio*
- Compañías de juego: solo, con amigos, en red, etc.
- Interés en que un videojuego tenga un argumento muy elaborado
- Interés en que un videojuego permita jugar muchas veces
- Interés en que un videojuego sea fácil de jugar
- Interés en que un videojuego tenga personajes atractivos
- Interés en que un videojuego se pueda acabar pronto
- Interés en que un videojuego tenga situaciones muy impactantes
- Interés en que un videojuego sea muy realista

² Algunas de las variables utilizadas son de respuesta múltiple, por lo que a efectos de este análisis se crearon unas nuevas variables a partir de las originales que reflejan cada una de las opciones de respuesta de forma dicotómica (sí/no). Este es el caso de las preguntas sobre *compañías habituales de juego* y *aspectos que más gustan de un videojuego*. Respecto a las variables sobre *opiniones generales sobre los videojuegos*, en vez de utilizar para los modelos de regresión todas las posibles opciones del cuestionario se seleccionaron los ítems que resultaban más definitorios en los análisis factoriales.

- Interés en que un videojuego tenga muy elaborados los elementos gráficos y sonoros
- Interés en que un videojuego te permita formar parte de las historias
- Interés en que un videojuego te plantee retos, que te obligue a superarte
- Interés en que un videojuego te permita competir con otros jugadores
- Interés en que un videojuego tenga un nivel alto de inteligencia artificial.

A partir de estas variables se explica la probabilidad diferencial de ser un jugador frecuente de los distintos videojuegos analizados originalmente³, a saber:

1. Plataforma
2. Simuladores
3. De practicar algún deporte
4. Estrategia deportiva
5. Estrategia no deportiva
6. Disparo
7. Lucha
8. Aventura gráfica
9. Rol

Perfil multivariable de los usuarios frecuentes de videojuegos de Plataforma⁴.

La probabilidad de ser un usuario con bastante o mucha frecuencia de videojuegos de plataforma es 3.3 veces más alta entre quienes leen revistas especializadas con mucha frecuencia frente que entre quienes no las leen nunca (tabla 6.7); también es algo más alta entre quienes dicen que les gusta que el juego permita jugar muchas veces y que tenga situaciones muy impactantes; igualmente entre las mujeres y los de 16 y 17 años, frente a los varones y los de 14 a 15 años. Sin embargo es más baja entre los que no pertenecen a asociaciones específicas y entre los que buscan realismo en los juegos.

³ Los modelos podrían haberse realizado para explicar el uso de los grupos factoriales. Sin embargo es mucho más claro obtenerlos para los tipos originales puesto que, por una parte, los grupos factoriales no explican toda la varianza y, por otra tal como ya hemos visto, como grupo diluyen matices de los perfiles que aparecen en los tipos de videojuegos tal como se han preguntado en el cuestionario.

⁴ Hay que tener en cuenta que los resultados de los modelos nos añaden también, frente al análisis bivariado, una lectura en la que se relacionan entre sí todas las variables por lo que, en este caso, los perfiles de probabilidad resultan mediante la combinación de todas las posibilidades que resultan significativas, que se van sumando o restando entre sí.

Tabla 6.7. Probabilidad diferencial de ser un jugador frecuente de videojuegos de tipo PLATAFORMA.

Variable	Categoría diferencial	p ⁵	Odd ratio (probabilidad)
Género	Mujer	.007	1.21
Edad	16-17 años	.039	1.21
Pertenece club/asociación	No pertenece	.059	.82
Lee revistas especializadas	Con mucha frecuencia	.000	3.33
	A veces	.000	.62
	Casi nunca	.032	.76
Le gusta que el juego permita jugar muchas veces	Sí	.007	1.22
Le gusta que el juego tenga situaciones muy impactantes	Sí	.005	1.22
Le gusta que el juego sea muy realista	Sí	.010	.83

Perfil multivariable de los usuarios frecuentes de Simuladores

La variable más influyente en el perfil de los jugadores de videojuegos de simulación es el nivel de estudios (tabla 6.8). Es casi 2.3 veces más probable ser un usuario frecuente cuando se tiene formación profesional; también cuando se juega más de tres horas de media diaria en los fines de semana pero se juega entre una y dos horas en los laborables. La probabilidad es más alta cuando se considera que los videojuegos aumentan la creatividad y las habilidades. Cuando se juega con los amigos presentes, cuando gusta que los juegos incluyan situaciones muy impactantes o tengan muy desarrollados los elementos gráficos y sonoros, y cuando se busca que el juego permita formar parte de las historias, también la probabilidad es algo más alta.

En este caso la probabilidad es más baja entre las chicas, quienes tienen 18 años, se consideran entre los últimos de la clase, los que juegan más de dos horas en laborables o menos de 3 en fines de semana, los que no pertenecen a asociaciones y los que buscan que el juego se pueda acabar pronto.

⁵ En todos los modelos se descartan aquellas variables que resultan significativas en el modelo pero de las que las pruebas de significación en las categorías concretas ofrecen resultados de $p > .06$

Tabla 6.8. Probabilidad diferencial de ser un jugador frecuente de videojuegos de tipo SIMULADORES.

Variable	Categoría diferencial	p	Odd ratio (probabilidad)
Género	Mujer	.000	.58
Edad	18 años	.002	.63
Nivel de estudios	FP/Módulos profesionales	.007	2.28
Autoposicionamiento en clase	De los últimos	.021	.62
Frecuencia de juego laborables	1-2 horas	.046	1.28
	2-3 horas	.015	.73
Frecuencia de juego fin de semana	Más de 3 horas	.033	1.45
	No pertenece	.059	.83
Pertenece a club o asociación	No pertenece	.059	.83
Los juegos aumentan la creatividad y habilidades	Está de acuerdo	.000	1.41
Juega con amigos presentes	Sí	.043	1.16
Le gusta que se acabe pronto el juego	Sí	.072	.86
Le gusta que las situaciones sean muy impactantes	Sí	.041	1.25
Le gustan los efectos gráficos y sonoros	Sí	.014	1.19
Le gusta que permita formar parte de las historias	Sí	.038	1.16

Perfil multivariable de los usuarios frecuentes de videojuegos de Practicar algún Deporte

Respecto a los videojuegos de practicar deporte (tabla 6.9), la probabilidad de ser un usuario frecuente es 1.73 veces más alta entre los que leen revistas especializadas con bastante frecuencia; 1.47 veces más entre los que juegan más de tres horas de media diaria los fines de semana y 1.36 veces entre los que dedican una a dos horas de media en los laborables. Es ligeramente más alta si, además, se considera que los videojuegos son más divertidos que otras actividades de ocio, se busca que el juego sea muy realista, que tenga situaciones impactantes y que permita competir con otros jugadores.

Por otro lado, la probabilidad desciende entre las mujeres y los que no hacen nada, los que no leen casi nunca revistas especializadas y los que buscan que los personajes sean atractivos y todos aquellos que juegan con compañías distintas a los padres u otros adultos.

Tabla 6.9. Probabilidad diferencial de ser un jugador frecuente de videojuegos de PRACTICAR ALGÚN DEPORTE.

Variable	Categoría diferencial	p	Odd ratio (probabilidad)
Género	Mujer	.000	.47
Ocupación	No hace nada	.024	.29
Frecuencia de juego en laborables	1-2 horas	.012	1.36
Frecuencia de juego en fin de semana	Más de tres horas	.030	1.47
Lee revistas o publicaciones especializadas	Casi nunca	.006	.69
	Bastante frecuencia	.010	1.73
Los videojuegos son más divertidos que otras actividades de ocio	De acuerdo	.006	1.19
Juega solo	Sí	.026	.84
Juega solo en red	Sí	.048	.76
Juega con amigos presentes	Sí	.049	.87
Juega con amigos en red	Sí	.005	.64
Le gusta que el juego tenga personajes atractivos	Sí	.004	.80
Le gusta que las situaciones del juego sean muy impactantes	Sí	.037	1.16
Le gusta que el juego sea muy realista	Sí	.026	1.17
Le gusta que el juego permita competir con otros jugadores	Sí	.049	1.15

Perfil multivariable de los usuarios frecuentes de videojuegos de Estrategia Deportiva

Los juegos de estrategia deportiva contarían con las siguientes características combinadas para definir el perfil de los usuarios más frecuente (tabla 6.10): la probabilidad es cinco veces y media más alta entre los que están en paro frente a los estudiantes; 4.45 veces más alta cuando se juega en lugares distintos a la casa propia, la de los amigos, la calle o los recreativos; 1.6 veces más alta cuando se les dedican más de tres horas de media diaria en laborables y 1.34 veces más cuando se juega entre dos y tres horas de media en los días del fin de semana. También es más alta la probabilidad de jugar con bastante o mucha frecuencia con este tipo de juegos cuando se considera que los videojuegos son más divertidos que otras actividades de ocio, cuando se pertenece a algún club o asociación específica y cuando gusta de un videojuego que tenga situaciones muy impactantes.

La probabilidad desciende cuando a las características anteriores se añade el hecho de ser mujer, jugar habitualmente en casa de los amigos o en salones recreativos, se utiliza Internet para cuestiones relacionadas con los videojuegos, se juega con los padres presentes y se considera que los videojuegos hacen perder la noción del tiempo.

Tabla 6.10. Probabilidad diferencial de ser un jugador frecuente de videojuegos de ESTRATEGIA DEPORTIVA.

Variable	Categoría diferencial	P	Odd ratio (probabilidad)
Género	Mujer	.000	.54
Ocupación	En paro, busca trabajo	.020	5.50
Frecuencia de juego laborables	2-3 horas	.032	.71
	Más de 3 horas	.026	1.64
Frecuencia de juego fin de semana	2-3 horas	.018	1.34
Lugar de juego más habitual	Casa de amigos	.034	.53
	Recreativos	.036	.53
	Otros lugares	.065	4.85
Pertenece a club o asociación	Sí	.052	1.22
Utiliza Internet para webs de juegos	Sí	.058	.87
Los videojuegos hacen perder la noción del tiempo	De acuerdo	.028	.87
Los videojuegos son más divertidos que otras actividades de ocio	De acuerdo	.000	1.30
Juega con los padres presentes	Sí	.028	.60
Le gusta que las situaciones sean muy impactantes	Sí	.039	1.16

Perfil multivariable de los usuarios frecuentes de videojuegos de Estrategia No Deportiva

El modelo para explicar el uso frecuente de videojuegos de estrategia no deportiva (tabla 6.11) nos indica que aumenta la probabilidad cuando se leen con mucha frecuencia revistas o publicaciones especializadas (1.67 veces), cuando se juegan más de dos horas de media en los días del fin de semana; cuando se busca que los juegos permitan formar parte de las historias, se cree que los videojuegos aumentan la creatividad y las habilidades y se juega solo pero en red.

Desciende sin embargo cuando lo que se busca es que el juego permita competir con otros jugadores, se leen revistas pero sólo a veces, se utiliza Internet para cuestiones relacionadas con los juegos o se es mujer.

Tabla 6.11. Probabilidad diferencial de ser un jugador frecuente de videojuegos de ESTRATEGIA NO DEPORTIVA.

Variable	Categoría diferencial	p	Odd ratio (probabilidad)
Género	Mujer	.000	.75
Frecuencia de juego en fin de semana	2-3 horas	.050	1.27
	Más de 3 horas	.048	1.39
Lee revistas especializadas	A veces	.003	.68
	Con mucha frecuencia	.039	1.67
Utiliza Internet para webs de juegos	Sí	.000	.76
Los videojuegos aumentan la creatividad	De acuerdo	.002	1.22
Juega solo pero en red	Sí	.058	1.28
Le gusta que los juegos permitan formar parte de las historias	Sí	.000	1.30
Le gusta que los juegos permitan competir con otros jugadores	Sí	.022	.85

Perfil multivariable de los usuarios frecuentes de videojuegos de Disparo.

Para los juegos de disparo (tabla 6.12), la probabilidad de ser un usuario frecuente aumenta cuando se juegan entre dos y tres horas de media los días laborables (1.59 veces), se busca que los juegos tengan situaciones muy impactantes y que permitan jugar muchas veces y se piensa que los videojuegos son más divertidos que otras actividades de ocio.

La probabilidad desciende en los casos en que se utiliza Internet para seguir informaciones sobre videojuegos, se juega una a dos horas de media los fines de semana, se juega en casa de los amigos, se tienen 18 años, se es mujer y se está bastante satisfecho con la vida que se lleva en general.

Tabla 6.12. Probabilidad diferencial de ser un jugador frecuente de videojuegos de DISPARO.

Variable	Categoría diferencial	p	Odd ratio (probabilidad)
Género	Mujer	.000	.75
Edad	18 años	.047	.75
Satisfacción general con su vida	Bastante satisfecho	.045	.67
Frecuencia de juego laborables	2-3 horas	.003	1.59
Frecuencia de juego fin de semana	1-2 horas	.012	.76
Lugar donde juega habitualmente	Casa de amigos	.010	.41
Utiliza Internet para webs de juegos	Sí	.043	.87
Los videojuegos aumentan la creatividad	De acuerdo	.042	
Los videojuegos son más divertidos que otras actividades de ocio	De acuerdo	.014	1.17
Le gusta que los juegos permitan jugar muchas veces	Sí	.027	1.18
Le gusta que los juegos tengan situaciones muy impactantes	Sí	.000	1.35

Perfil multivariable de los usuarios frecuentes de videojuegos de Lucha

Los jugadores frecuentes de videojuegos de lucha (tabla 6.13) son mucho más probables (8.16 veces) entre los jóvenes que están en paro buscando trabajo; también lo son cuando se juega habitualmente en la calle , leen revistas especializadas con mucha o bastante frecuencia, se tiene formación profesional, juegan en laborables más de dos horas de media y buscan en los juegos que las situaciones sean muy impactantes y que permitan formar parte de las historias. Estas probabilidades descenderían en el caso de los que estudian y trabajan esporádicamente, de los que están poco satisfechos con su vida en general, juegan en casa de los amigos, no leen revistas especializadas casi nunca, consideran que los videojuegos hacen perder la noción del tiempo y juegan con los amigos en red.

Tabla 6.13. Probabilidad diferencial de ser un jugador frecuente de videojuegos de LUCHA.

Variable	Categoría diferencial	P	Odd ratio (probabilidad)
Ocupación	Estudia y trabaja espor.	.013	.43
	En paro, busca trabajo	.044	8.16
Nivel de estudios	FP/Módulos profesional.	.015	2.07
Satisfacción general con su vida	Poco	.021	.38
Frecuencia juego laborables	2-3 horas	.031	1.40
	Más de 3 horas	.003	1.95
Lugar de juego habitual	Casa de amigos	.008	.45
	Calle	.030	3.34
Lee revistas o publicaciones especializadas	Casi nunca	.000	.63
	Bastante	.060	1.42
	Con mucha frecuencia	.000	2.38
Los videojuegos hacen perder la noción del tiempo	De acuerdo	.022	.85
Juega con amigos en red	Sí	.006	.63
Le gusta que las situaciones de los juegos sean muy impactantes	Sí	.017	1.18

Perfil multivariable de los usuarios frecuentes de videojuegos de Aventura Gráfica

Los jugadores frecuentes de aventuras gráficas (tabla 6.14) son más probables también cuando se leen revistas especializadas con mucha frecuencia (3.43 veces), cuando se busca que los videojuegos tengan argumentos muy elaborados, que tengan muy bien desarrollados los efectos gráficos y sonoros, que permitan formar parte de las historias y que tengan un alto nivel de inteligencia artificial. También aumenta la probabilidad cuando se piensa que los videojuegos aumentan la creatividad y también las actitudes violentas, y se juega entre una y dos horas de media en los días laborables.

En este caso, la probabilidad descendería cuando se sitúan en la segunda mitad de la clase, no se leen revistas especializadas casi nunca o se utiliza Internet para seguir acontecimientos o información relacionada con los videojuegos.

Tabla 6.14. Probabilidad diferencial de ser un jugador frecuente de videojuegos de AVENTURA GRÁFICA.

Variable	Categoría diferencial	p	Odd ratio (probabilidad)
Autoposicionamiento en clase	De la segunda mitad	.029	.75
Frecuencia juego laborables	1-2 horas	.035	1.28
Lugar donde juega habitualmente	Salones recreativos	.066	.57
Lee revistas o publicaciones especializadas	Casi nunca	.001	.66
	Con mucha frecuencia	.000	3.43
Utiliza Internet para webs de juegos	Sí	.003	.81
Los videojuegos aumentan la creatividad	De acuerdo	.004	1.20
Los videojuegos incrementan las actitudes violentas	De acuerdo	.010	1.18
Le gusta que los juegos tengan argumentos muy elaborados	Sí	.000	1.48
Le gusta que los juegos tengan efectos gráficos y sonoros muy elaborados	Sí	.000	1.29
Le gusta que los juegos permitan formar parte de las historias	Sí	.016	1.20
Le gusta que los juegos tengan un alto nivel de inteligencia artificial	Sí	.038	1.19

Perfil multivariable de los usuarios frecuentes de videojuegos de Rol

Por último, en el caso de los juegos de rol (tabla 6.15), la probabilidad de ser un usuario frecuente aumenta (5.40 veces) cuando no se hace nada (ni trabajar ni estudiar), se leen revistas especializadas con bastante o mucha frecuencia (2.17 veces), se tienen estudios de COU o Bachillerato, se juega entre dos y tres horas de media los días laborables y más de tres horas los fines de semana, se tienen 18 años, se juega solo o solo pero en red, y se busca en los juegos que tengan argumentos muy elaborados, que permitan formar parte de las historias, que tengan un alto nivel de inteligencia artificial o que tengan situaciones muy impactantes.

En este caso, la probabilidad solo descendería cuando la lectura de revistas especializadas se realiza a veces o casi nunca.

Tabla 6.15. Probabilidad diferencial de ser un jugador frecuente de videojuegos de ROL.

Variable	Categoría diferencial	p	Odd ratio (probabilidad)
Edad	18 años	.009	1.48
Ocupación	No hace nada	.003	5.40
Nivel de estudios	COU/Bachillerato	.023	1.91
Frecuencia de juego fin de semana	Más de 3 horas	.065	1.39
Lee revistas o publicaciones especializadas	Casi nunca	.000	.57
	A veces	.047	.76
	Bastante frecuencia	.005	1.74
	Mucha frecuencia	.003	2.17
Utiliza Internet para webs de juegos	Sí	.005	.80
Juega solo pero en red	Sí	.024	1.39
Le gusta que los juegos tengan argumentos muy elaborados	Sí	.000	1.47
Le gusta que los juegos tengan situaciones muy impactantes	Sí	.051	1.17
Le gusta que los juegos permitan formar parte de las historias	Sí	.004	1.29
Le gusta que los juegos tengan un nivel alto de inteligencia artificial	Sí	.050	1.21

CAPÍTULO 7

PERCEPCIONES Y PROBLEMAS ASOCIADOS AL USO DE VIDEOJUEGOS.

Una vez analizados los distintos aspectos relacionados con el uso de videojuegos, el presente capítulo pretende abordar tres dimensiones fundamentales de nuestro objeto de estudio: la imagen que los videojuegos tienen entre la población juvenil, los problemas (sufridos y percibidos) como consecuencia del uso de los videojuegos y, por último, la relación existente entre la situación personal de los jóvenes y el uso y valoración de los videojuegos.

Así pues, el capítulo se estructurará en tres grandes apartados, en los cuales se aborda cada una de los temas apuntados. Cada uno de dichos apartados se basará en los datos recogidos a través de nuestro cuestionario. Al comienzo de cada sección indicaremos a qué ítems estamos haciendo referencia, así como su situación en el cuestionario, con el fin de agilizar y facilitar la lectura.

7.1 IMAGEN DE LOS VIDEOJUEGOS

El primer apartado, tal y como se ha señalado, analiza distintos aspectos de los videojuegos, recogidos en el cuestionario a través de nueve ítems que, para facilitar la lectura del texto y de las tablas, se reproducen a continuación:

- Los videojuegos aumentan la creatividad y las habilidades
- Los videojuegos aíslan a quienes juegan con ellos
- Los videojuegos hacen perder la noción del tiempo
- Los videojuegos crean adicción
- Las historias de los videojuegos son mucho más interesantes que las de la vida real
- Los videojuegos incrementan las actitudes violentas
- Los videojuegos son mucho más divertidos que otras actividades de ocio
- Los videojuegos hacen perder la noción de realidad
- Los videojuegos son la mejor manera de desconectar

Para cada una de las nueve afirmaciones, se pedía a los entrevistados su grado de acuerdo expresado en una de las siguientes cinco categorías: nada de acuerdo, poco de acuerdo, bastante de acuerdo y muy de acuerdo.

En primer lugar, analizaremos las respuestas pregunta a pregunta, indagando en su asociación con las características sociodemográficas fundamentales. En un segundo momento, se ofrecerán los resultados de un análisis factorial y la relación de los ejes/factores resultantes con las características sociodemográficas de la muestra. Por último, se analizará la asociación de los ejes resultantes de nuestro análisis factorial con toda una serie de variables relativas al uso de videojuegos.

7.1.1. Análisis particularizado de las respuestas

La tabla 7.1. ofrece al lector los porcentajes de acuerdo con cada una de las variables referidas a la opinión hacia los videojuegos. Como se habrá podido apreciar, las distintas afirmaciones ante las cuales debían posicionarse los entrevistados incluyen aspectos potencialmente positivos y aspectos potencialmente negativos de los videojuegos. El posterior análisis factorial mostrará lo pertinente de esta diferenciación. Por ahora, baste realizar un análisis descriptivo de las respuestas obtenidas.

Tal y como recoge la tabla, de entre los aspectos potencialmente negativos, destaca el alto grado de acuerdo que suscita la afirmación "los videojuegos crean adicción". En total, un 57.5% muestra algún grado de acuerdo (suma de los que están bastante y muy de acuerdo). Igualmente, un 50.6% considera que los videojuegos hacen perder la noción del tiempo, aspecto claramente interconectado.

A mayor distancia se sitúa el grado de acuerdo con dos aspectos especialmente polémicos de los videojuegos: su potencial efecto de aislamiento para las personas que los usan y su posible efecto de incremento de las actitudes violentas. Un 33% de la muestra considera que los videojuegos tienden a aislar a las personas que los utilizan, mientras que un 32% señala a los videojuegos como un factor relevante en el aumento de las actitudes violentas. A pesar de que los porcentajes son elevados, es preciso enfatizar que ambos están por debajo de la cifra de jóvenes que considera que los videojuegos no aíslan (38%) y no producen actitudes violentas (37.6%). En cualquier caso, es preciso recordar que los resultados se basan en una muestra de jóvenes, siendo previsible que los porcentajes de acuerdo en estas dos afirmaciones sean mayores a medida que aumenta la edad.

Aún más bajo es el porcentaje de los que están de acuerdo con que "hacen perder la noción de la realidad" (22.6%).

En cualquier caso, el bajo grado de acuerdo con algunos de los aspectos más polémicos del uso de videojuegos no implica la existencia de una alta valoración de los rasgos potencialmente positivos incluidos en nuestra batería de preguntas. De hecho, tan sólo el 26.8% considera que los videojuegos incrementan las habilidades y la creatividad y el 24.1% defiende a los videojuegos como la mejor manera de desconectar. Los porcentajes descienden hasta el 16.1% cuando se trata de afirmar que constituyen la actividad de ocio más divertida y hasta el 14.2% cuando se valora el interés de las historias en las que nos sumergen.

De estos datos se deduce que el uso de los videojuegos, entre los jóvenes españoles, es asumido como una actividad de ocio más, una opción añadida al

abanico de recursos para el entretenimiento. No existe una sobrevaloración de sus aspectos potencialmente positivos y, a la vez, los resultados muestran una cierta prevención ante sus posibles consecuencias negativas. Ciertamente, esta tendencia no se da de manera uniforme en toda la muestra.

**Tabla 7.1. IMAGEN DE LOS VIDEOJUEGOS.
Grado de acuerdo con que los videojuegos...**

	Nada de acuerdo	Poco de acuerdo	Indiferente	Bastante de acuerdo	Muy de acuerdo	NS/NC
Aumentan la creatividad y las habilidades	15.8%	29.1%	25.8%	20.1%	6.7%	2.5%
Aíslan a quienes juegan con ellos	13.1%	24.9%	26.9%	22.1%	10.9%	2.1%
Hacen perder la noción del tiempo	6.6%	19.1%	21.9%	28.9%	21.7%	1.8%
Crean adicción	3.4%	17.9%	19%	31.4%	26.1%	2.1%
Sus historias son más interesantes que la vida real	34.3%	27.9%	21.8%	9.3%	4.9%	1.8%
Incrementan las actitudes violentas	12%	25.6%	27.8%	20.1%	11.9%	2.6%
Son más divertidos que otras actividades de ocio	27.3%	29%	25.8%	11.2%	4.9%	1.8%
Hacen perder la noción de realidad	18.5%	29.6%	26.7%	14.2%	8.4%	2.5%
Son la mejor manera de desconectar	21.8%	25.3%	26.9%	14.9%	9.2%	1.8%

De hecho, existen notables diferencias en la opinión que suscitan los videojuegos en función de las características sociodemográficas de los entrevistados. (tabla 7.2).

Tabla 7.2. IMAGEN DE LOS VIDEOJUEGOS.
Características fundamentales que sobresalen en los que están *de acuerdo* con que los videojuegos...

	Tamaño de municipio	Sexo	Grupo de edad	Actividad/ocupación	Nivel de estudios
Aumentan la creatividad y las habilidades (26.8%)	+250000 y más (30.9%)	+ Varón (33.3%) - Mujer (21.3%)	+ 14 y 15 años (29.7%)	ND	+ FP/módulos (34%)
Aíslan a quienes juegan con ellos (33%)	- Hasta 10000 (28.5%)	+ Mujer (40.2%) -Varón (27.7%)	+ 18 años (41.4%)	+ En paro (58.2%) + Trabajo esporádico (51.8%) + Estudio y trabajo (46.9%) + Trabajo (40.3%)	+ COU o Bachillerato (42%) - Superiores y medios (22%)
Hacen perder la noción del tiempo (50.6%)	+ 100000 a 250000 (57.5%)	+ Mujer (56.1%)	+ 18 años (55%)	+ Estudio y trabajo (75%) + En paro (69.5%) - No hago nada (37.8%)	+ COU o Bachillerato (59.3%) + Primarios (42.5%) - Sin estudios (43.8%) - Superiores y medios (29.7%)
Crean adicción (57.5%)	+ 100000 a 250000 (63.4%)	+ Mujer (62.9%)	ND	+ Trabajo esporádico (75%) + En paro (74.3%) + Estudio y trabajo (67.7%) + Trabajo (62.6%) - No hago nada (43.2%)	+ Primarios (75.8%) + COU o Bachillerato (66.4%) - Superiores y medios (31.2%)
Sus historias son más interesantes que la vida real (14.2%)	+ Hasta 10000 (22.2%)	+ Varón (19.4%) - Mujer (9.3%)	+ 14 y 15 años (18.2%) - 18 años (9.7%)	ND	- Superiores y medios (2.1%)
Incrementan las actitudes violentas (32%)	- Hasta 10000 (21.5%)	+ Mujer (37.9%)	ND	+ En paro (50%) + Trabajo (40%) + Trabajo esporádico (25%)	+ Primarios (38.8%) - Medios y superiores (18.3%)
Son más divertidos que otras actividades de ocio (16.1%)	- 100000 a 250000 (13.9%)	+ Varón (23.3%) - Mujer (9.1%)	+ 14 y 15 años (19.8%) - 18 años (11.3%)	ND	+ EGB, ESO, BUP (19.5%) - COU o Bachillerato (10.8%) - Primarios (9.7%) - Superiores y medios (1.4%)
Hacen perder la noción de realidad (22.6%)	ND	+ Mujer (27.7%)	ND	+ En paro (44.1%) + Trabajo esporádico (42.8%)	- Superiores y medios (15%) - Sin estudios (14.3%)
Son la mejor manera de desconectar (24.1%)	+ 250000 y más (26.7%)	+ Varón (31.7%) - Mujer (17%)	- 18 años (18.2%)	+ En paro (40%) + Trabajo (38.8%) - Estudio y trabajo (17.7%) - No hago nada (17.1%)	- Superiores y medios (4.2%)

(P<.05)

ND: No Discriminante

Tabla 7.2. IMAGEN DE LOS VIDEOJUEGOS.
Características fundamentales que sobresalen en los que están *de acuerdo* con las siguientes afirmaciones
(continuación)

	Estudios de los padres	Posición en el aula	Posición religiosa	Posición ideológica	Ideología de los padres
Aumentan la creatividad y las habilidades (26.8%)⁹	+ Bachiller superior (28.4%)	+ Segunda mitad (33.7%) +De los últimos (31.2%)	+ Ateo (39.6%) - Otras religiones (17.1)	+ Extrema derecha (42.5%)	+ Extrema derecha (43.3) - Derecha (21%)
Aíslan a quienes juegan con ellos (33%)	- F.P. (29.2%)	+ Segunda mitad (39.7%) -Primera mitad (26.8%)	+ Católico practica (43.2%) - Agnóstico (26.7%)	+ Derecha (42.5%) - Extrema izquierda (39.2%)	+ Extrema izquierda (49.5%) + Extrema derecha (44.8%)
Hacen perder la noción del tiempo 50.6%)	+ Superiores y medios (56.5%) - F.P. (40.4%)	+ De los últimos (61.6%) + Segunda mitad (57.4%) - Primera mitad (43.5%)	+ Otras religiones (75%) + Católico practica (64.5%) + Ateo (61.6%)	+ Extrema derecha (63.4%) + Derecha (63.4%) - Izquierda (36.6%)	+ Extrema derecha (63.6%) + Extrema izquierda (63.1%) - Izquierda (43.7%)
Crean adicción (57.5%)	+ Superiores o medios (65.1%) + Primarios (63.6%) - F.P. (46.2%)	+ De los últimos (66.9%) + Segunda mitad (65.3%) - Primera mitad (47.7%)	+ Católico practica (74.4%) + Otras religiones (70.2%) Ateo (68.7%)	+ Derecha (70%) + Extrema derecha (66.7%) - Izquierda (45.2%)	+ Extrema derecha (77.3%) + Extrema izquierda (63.7%)
Sus historias son más interesantes que la vida real (14.2%)	- F.P. (10.7%)	+ De los últimos (18.9%)	+ Ateo (20.9%) - Otras religiones (2.7%)	+ Extrema derecha (26.2%) + Extrema izquierda (17.9%) -Izquierda (7.2%)	+ Extrema derecha (25.7%)
Incrementan las actitudes violentas (32%)	- F.P. (23.8%)	+ De los últimos (50.8%) - Primera mitad (26.4%)	+ Católico practica (49%) + Católico (39.9%) - Agnóstico (24%)	+ Extrema derecha (42.5%) + Derecha (41.4%) - Izquierda (22.2%)	+ Extrema derecha (57%) + Extrema izquierda (26.5%)
Son más divertidos que otras actividades de ocio (16.1%)	- F.P. (11.6%)	+ De los últimos (21.6%) - Primera mitad (12%)	+ Ateo (22.2%) - Otras religiones (8.3%)	+ Extrema derecha (45%) + Centro (24%) - Izquierda (10.3%)	- Izquierda (11.3%)
Hacen perder la noción de realidad (22.6%)	+ Primarios (24.6%)	+ De los últimos (29.5%) - Primera mitad (18.7%)	+ Católico practica (33.5%) - Agnóstico (15.6%)	+ Derecha (29.6%) - Extrema derecha (17.1%)	+ Extrema izquierda (30.1%)
Son la mejor manera de desconectar (24.1%)	- F.P. (19.2%)	+ Segunda mitad (28.3%)	+ Ateo (35.1%) - Otras religiones (17.2%)	+ Extrema derecha (56.1%) - Izquierda (15.5%)	+ Extrema derecha (40.3%)

Tomando con la cautela necesaria los perfiles resultantes, que serán refinados gracias a nuestro análisis factorial, y sin ánimo de ser exhaustivos en el comentario de la tabla, cabe destacar algunos aspectos especialmente llamativos. En primer lugar, la importancia del género. Sistemáticamente, las mujeres destacan los aspectos potencialmente negativos de los videojuegos en mayor medida que los varones, a la vez que se muestran menos proclives a identificar aspectos potencialmente positivos (casi el 63% de las mujeres consideran que los videojuegos crean adicción, el 40% opina que aíslan a los que juegan con ellos, el 37.9% que incrementan las actitudes violentas y el 27.7% está de acuerdo con que hacen perder la noción de la realidad).

También la edad muestra una asociación sistemática con las variables. En concreto, cabe destacar la notable diferencia del grupo de aquéllos que han cumplido 18 años con respecto al resto de la muestra. En dicho grupo de edad predomina una opinión caracterizada por el énfasis en los aspectos negativos (los videojuegos aíslan y hacen perder la noción del tiempo) y por la escasa constatación de rasgos positivos; además, la principal diferencia se da con respecto al grupo de edad más joven (14 y 15 años), de manera que parece apuntarse una reducción de las opiniones positivas hacia los videojuegos y un aumento de las opiniones negativas a medida que se va creciendo.

En cuanto al tamaño del municipio de residencia, la relación no muestra una dirección tan clara como en los casos anteriores. En general, las grandes concentraciones de población se relacionan con la valoración de ciertas características potencialmente positivas, pero dicha relación no es lineal. En realidad, ciertas características positivas cobran mayor importancia en los núcleos reducidos de población. Los datos sugieren que la opinión de los videojuegos no muestra una relación lineal con el tamaño del municipio, sino que más bien la consideración debe realizarse en la medida en que las características enunciadas en nuestras preguntas del cuestionario encajen con las necesidades y/o características del enclave de residencia. Así, es muy posible que los aspectos en los cuales los municipios menores de 10.000 habitantes destacan el lado positivo de los videojuegos estén en conexión con una reducida oferta de ocio, oferta que se amplía a medida que aumenta el tamaño del municipio.

Del resto de variables sociodemográficas consideradas, hay que destacar el papel del nivel de estudios, tanto el de los entrevistados como el de los padres. Obviamente, la relación del nivel de estudios del entrevistado con las distintas variables de opinión sigue la misma dirección que la mantenida con la edad, pero es notablemente llamativo el papel que juega la familia, en este caso caracterizada por el nivel de estudios de los progenitores. Es especialmente interesante que aquellos entrevistados cuyos padres alcanzaron la Formación Profesional consideran poco relevantes tanto los aspectos positivos como los negativos de los videojuegos, en mayor medida que el resto de la muestra. En el otro extremo, el grupo de jóvenes formado por padres que han alcanzado un grado universitario (medio o superior) destacan sobre todo aspectos negativos del uso de videojuegos.

7.1.2. Análisis factorial y perfil sociodemográfico de la muestra en la opinión hacia los videojuegos.

Es posible indagar la existencia de opiniones y actitudes más precisas o básicas. Para ello se realizó un análisis factorial confirmatorio, cuyos resultados resumen en un número limitado de factores, en concreto dos, la información hasta ahora ofrecida.

La tabla 7.3 recoge los resultados de nuestro análisis factorial. Los dos factores resultantes explican el 54.5% de la varianza.

Tabla 7.3. EJES FACTORIALES "IMAGEN DE LOS VIDEOJUEGOS"

	Factor 1: Imagen desfavorable	Factor 2: Imagen favorable
VARIANZA EXPLICADA (TOTAL 54.5%)	31.9%	22.6%
Los videojuegos aíslan a quienes juegan con ellos	.741	
Los videojuegos hacen perder la noción del tiempo	.748	
Los videojuegos crean adicción	.747	
Los videojuegos incrementan las actitudes violentas	.747	
Los videojuegos hacen perder la noción de realidad	.723	
Los videojuegos aumentan la creatividad y las habilidades		.641
Las historias de los videojuegos son más interesantes que la vida real		.702
Los videojuegos son más divertidos que otras actividades de ocio		.802
Los videojuegos son la mejor manera de desconectar		.748

La estructura resultante es sintética y relativamente sencilla. Reduce la información en dos factores o ejes, que a continuación especificamos.

Imagen desfavorable. El primer factor resultante de nuestro análisis recoge aquellos aspectos de los videojuegos que invitan a una consideración negativa de los mismos. Agrupa en un concepto subyacente aquellos rasgos que convierten a los videojuegos en actividades potencialmente negativas para los usuarios: aislamiento, pérdida de la noción del tiempo y de la realidad, adicción e incremento de las conductas violentas. De los dos factores resultantes, es el que mayor porcentaje de la varianza explica (31.9%). Además, en el conjunto de la muestra este eje contaría con un promedio del 35.1% de acuerdo.

Imagen favorable. El segundo factor (que explica el 22.6% de la varianza total) incluye los ítems que hacen referencia a aspectos potencialmente positivos para el usuario: incremento de la creatividad y las habilidades, posibilidad de desconectar de la rutina, el ofrecimiento de historias interesantes y diversión durante el tiempo de ocio. De todos ellos, los tres últimos señalan a la capacidad de los videojuegos para constituirse en una forma satisfactoria de entretenimiento, enfatizando su papel en el tiempo del ocio. El primero de los ítems incluido en este eje, por su parte, se refiere a las consecuencias positivas que sobre el individuo puede suponer el propio uso de videojuegos,

independientemente de su función lúdica. El acuerdo con esta opinión, favorable hacia los videojuegos, apenas alcanza al 10% de la muestra.

**Tabla 7.4. IMAGEN DE LOS VIDEOJUEGOS:
Características sociodemográficas que destacan entre quienes tienen puntuaciones altas en cada factor, por encima del total (%)**

FACTOR 1: *Imagen desfavorable*

		Total 35.1
		%
Tamaño de municipio	ND	
Género	Mujer	42.4
Grupo de edad	18 años	42.3
Ocupación	ND	
Nivel de estudios	COU o Bachillerato	40.7
	F.P.	37.3
Nivel de estudios de los padres	Superiores y medios	36.6
	Primarios	35.7
Posición en el aula	De los últimos	43.2
	De la segunda mitad	40
Posición religiosa	Católico practicante	50.6
	Ateo	40
	Otras religiones	36.1
Posición ideológica	Derecha	46.2
	Extrema izquierda	37.4
	Centro	26.1
Posición ideológica de los padres	Extrema derecha	45.5
	Extrema izquierda	44.7

FACTOR 2: *Imagen favorable*

		Total 9.8
		%
Tamaño de municipio	250.000 y más	12.1
	De 50.001 a 100.000	10.9
Género	Varón	15
Grupo de edad	14 y 15 años	11.9
Ocupación	ND	
Nivel de estudios	EGB, ESO, BUP	11.9
Nivel de estudios de los padres	ND	
Posición en el aula	De los últimos	17.3
	De la segunda mitad	14.8
Posición religiosa	Ateo	17.8
Posición ideológica	Extrema derecha	25
	Extrema izquierda	12.3
Posición ideológica de los padres	Extrema derecha	25.4

En resumen, encontramos dos ejes diferenciados aunque complementarios. El primero, etiquetado como "*Imagen desfavorable*" suscita un alto grado de acuerdo entre los jóvenes (35.1%), mientras que el segundo, "*Imagen favorable*" tan sólo consigue convencer al 9.8%. Sin embargo, y al igual que en la sección anterior, dichos porcentajes varían en función de las características

sociodemográficas. La tabla 7.4. trata de ofrecer dichas variaciones para extraer un perfil actitudinal básico.

En primer lugar, los resultados para el Factor "*Imagen desfavorable*" refrendan algunas de las afirmaciones anteriormente vertidas. En concreto, puede constatarse cómo las mujeres y los mayores de 17 años están claramente sobre-representados en su grado de acuerdo con este factor. Más de un 42% de los miembros de cada grupo mostrarían una opinión claramente negativa hacia los videojuegos. En el mismo sentido, aquellos cuyo nivel de estudio alcanza COU o F.P. muestran en mayor medida una actitud negativa. Especialmente relevante es la relación entre este eje y el nivel de estudios alcanzado por los padres de los entrevistados. Tal y como apuntábamos anteriormente, aquellos cuyos padres han llegado a completar estudios universitarios muestran un porcentaje de acuerdo con este eje superior a la media. En el otro extremo, también aquellos cuyos padres no han superado los estudios primarios muestran una actitud de rechazo.

En cuanto al Factor "*Imagen favorable*", los resultados son en gran medida complementarios. Los varones y los más jóvenes muestran mayores porcentajes de acuerdo, un 15 y un 12% respectivamente. Significativamente, este último porcentaje coincide con el correspondiente al nivel de estudios EGB, ESO, BUP. Ahora bien, a pesar de esta complementariedad de los resultados para ambos ejes, existen rasgos compartidos y no compartidos que merecen ser destacados.

En primer lugar, mientras que para el eje 1 el tamaño del municipio no mostraba un papel estadísticamente significativo, en el caso del eje 2 aparece una sobre-representación de los entrevistados residentes en municipios mayores de 250.000 habitantes y de tamaño intermedio (de 50.001 a 100.000 habitantes).

En segundo lugar, es especialmente interesante los resultados correspondientes a la posición religiosa. La opinión desfavorable es patentemente más frecuente entre los católicos practicantes (50.6%), los ateos (40%) y, en menor medida, entre aquéllos que profesan religiones no católicas (36.1%). La opinión desfavorable no reproduce estos resultados, y en este caso son nuevamente (y exclusivamente) los ateos aquellos que están (notablemente) sobre-representados (17.8%). En otros términos: entre la población joven atea, existe una tendencia a destacar, a la vez, los aspectos negativos y positivos de los videojuegos. Encontramos el mismo fenómeno entre la población de extrema izquierda, así como entre aquellos que posicionan a sus padres en el extremo derecho de la escala ideológica.

En resumen, el perfil básico de aquéllos que mantienen una opinión desfavorable de los videojuegos es el siguiente: mujer, mayor de edad, ateo o creyente practicante, y cuyos padres han alcanzado estudios superiores o no han sobrepasado los primarios y son situados (por los hijos, encuestados) en los extremos del continuo ideológico. Por su parte, el perfil propio de los que

mantienen una opinión favorable sería el siguiente: varones de 14 ó 15 años, ateos, posicionados en los extremos ideológicos y que sitúan a sus padres en la extrema derecha. Como puede apreciarse se trata de perfiles orientativos, y no deben tomarse en su literalidad, sino más bien como línea maestras o generales, útiles para describir una realidad actitudinal: la imagen que tienen los videojuegos entre los jóvenes españoles.

7.1.3. Videojuegos: opinión y uso

Hasta el momento, hemos realizado una descripción de las opiniones que generan los videojuegos entre nuestros jóvenes, sintetizando la información de nuestro cuestionario en dos ejes básicos y ofreciendo un perfil orientativo de la valoración de los diversos aspectos de los videojuegos en función de las características sociodemográficas. En este apartado vamos a tratar de ofrecer una visión general de la asociación existente entre los ejes resultantes y previamente analizados y toda una serie de variables relativas al uso de videojuegos. En concreto, se han seleccionado las siguientes variables y se han puesto en relación con los ejes de opinión, favorable y desfavorable:

- Razones para no volver a jugar tras haber probado algún videojuego
- Deseo de jugar en aquellos que no han probado videojuego alguno
- Frecuencia de juego
- Tiempo dedicado a jugar, entre semana y en el fin de semana
- Pertenencia a clubes relacionados con videojuegos
- Lectura de publicaciones relacionadas con videojuegos
- Uso de Internet en relación con los videojuegos

Los resultados obtenidos se sintetizan en las tablas 7.5 y 7.6. La primera recoge el cruce de las variables mencionadas con el Factor 1 "*Imagen desfavorable*", mientras que la segunda se ocupa de las relaciones con el Factor 2 "*imagen favorable*". Hay que aclarar que, para los cruces, las puntuaciones de cada eje se han dividido en tres tramos (hasta 2.50, de 2.51 a 3.50, de 3.51 a 5). Cada tramo ha representado una de las posturas: poco, bastante o muy (favorable o desfavorable).

Tabla 7.5. Relación entre el eje 1 "Imagen desfavorable" y diversas variables relativas al uso de videojuegos (Porcentajes verticales)

	Poco desfavorable	Bastante desfavorable	Muy desfavorable	Total
¿Por qué no has seguido jugando?				
No me interesan los videojuegos	62.7	64.2	78	69.9
No me dejan mis padres	5.4	7.5	2.8	4.9
No tengo tiempo	26.5	22	16.1	20.5
No tengo dinero	3.1	5.1	1.7	3.1
Otros motivos	2.3	1.2	1.3	1.5
¿Te gustaría jugar aunque no hayas probado?				
No existen diferencias significativas				
¿Con qué frecuencia juegas con videojuegos en la actualidad?				
Nunca o rara vez	1.9	1.5	6.8	3.1
Alguna vez al mes	18.5	15.8	25.9	19.9
1 ó 2 veces a la semana	40.2	35.3	27.5	34.9
3 ó más días a la semana	18.5	27.7	20.9	22.5
Todos los días	20.8	19.6	18.9	19.6
¿Cuánto tiempo sueles dedicar a jugar en un día entre semana?				
Nada	9.4	5.2	11	8.2
Menos de 1 hora	37.5	33.9	32.9	34.8
De 1 a 2 horas	42	45.2	38.8	42.4
De 2 a 3 horas	7.8	12.1	11	10.4
3 horas o más	3.4	3.6	6.4	4.3
¿Y un día de fin de semana?				
Nada	7.9	12.2	20.5	13.1
Menos de 1 hora	29.5	23.3	26.2	26.2
De 1 a 2 horas	40.9	36.6	23.8	34.4
De 2 a 3 horas	14.5	17.7	17.6	16.6
3 horas o más	7.2	10.3	12	9.7
¿Pertenece a algún club o asociación relacionado con videojuegos?				
Sí	9	10.6	15	11.3
No	91	89.4	85	88.7
¿Normalmente, lees revistas o publicaciones periódicas relacionadas con videojuegos?				
Nunca	36.1	39.3	45.5	40
Casi nunca	31.7	24.7	25.7	27.3
A veces	23.6	25	15.4	21.9
Con bastante frecuencia	4.9	7.4	8.4	6.9
Con mucha frecuencia	3.7	3.7	4.9	4
¿Utilizan Internet para consultar páginas, participar en foros de discusión o realizar consultas relacionadas con videojuegos?				
No existen diferencias significativas				

Tabla 7.6 Relación entre el eje 2 "Imagen favorable" y diversas variables relativas al uso de videojuegos (Porcentajes verticales)

	Poco favorable	Bastante favorable	Muy favorable	Total
¿Por qué no has seguido jugando?				
No me interesan los videojuegos	73.1	62.1	33.3	69.9
No me dejan mis padres	4.1	7.9	10	4.9
No tengo tiempo	19.3	23.8	36.7	20.5
No tengo dinero	1.9	5.4	16.7	3.1
Otros motivos	1.7	0.8	3.3	1.5
¿Te gustaría jugar aunque no hayas probado?				
Sí	14.8	46.7	-	19.2
No	85.2	53.3	100	80.8
¿Con qué frecuencia juegas con videojuegos en la actualidad?				
Nunca o rara vez	5.4	1.4	-	3.1
Alguna vez al mes	24.9	17.9	6.3	19.9
1 ó 2 veces a la semana	38.6	33.7	25.4	34.9
3 ó más días a la semana	17.3	28	27.3	22.5
Todos los días	13.8	19	41	19.6
¿Cuánto tiempo sueles dedicar a jugar en un día entre semana?				
Nada	11	6.6	2.4	8.2
Menos de 1 hora	39.4	33.5	23.8	34.8
De 1 a 2 horas	39.5	45.8	42.9	42.4
De 2 a 3 horas	7.6	11.3	17.1	10.4
3 horas o más	2.4	2.8	13.9	4.3
¿Y un día de fin de semana?				
Nada	16	11.4	8.4	13.1
Menos de 1 hora	29.5	26.2	15.1	26.2
De 1 a 2 horas	37.5	34.5	24.7	34.4
De 2 a 3 horas	12.8	19.2	21.5	16.6
3 horas o más	4.2	8.8	30.3	9.7
¿Pertenece a algún club o asociación relacionado con videojuegos?				
Sí	5.9	12.8	24.8	11.3
No	94.1	87.2	75.2	88.7
¿Normalmente, lees revistas o publicaciones periódicas relacionadas con videojuegos?				
Nunca	53.2	33.1	14.4	40
Casi nunca	24.1	31.4	26.8	27.3
A veces	18.5	26	23	21.9
Con bastante frecuencia	2.9	7.2	18.7	6.9
Con mucha frecuencia	1.3	2.3	17.1	4
¿Utilizas Internet para consultar páginas, participar en foros de discusión o realizar consultas relacionadas con videojuegos?				
Sí	19.8	27.2	43.5	26.1
No	80.2	72.8	56.5	73.9

En la lectura de las tablas es preciso proceder con cautela. Como puede apreciarse, los porcentajes son porcentajes verticales. De esta manera, se refieren a la proporción de personas que, teniendo una determinada imagen de los videojuegos, muestran una postura diferenciada en la variable correspondiente de uso de videojuegos. Sin embargo, es preciso señalar que la

dirección de la influencia no está del todo clara. Así, por ejemplo, es posible que la opinión hacia los videojuegos determine la frecuencia de su uso, pero también es plausible la interpretación contraria: se genera una determinada opinión como consecuencia de la frecuencia mayor o menor con que el entrevistado juega. El mismo argumento puede aplicarse a la lectura de revistas, y en general a la mayoría de las relaciones recogidas en la tabla.

En cualquier caso, los datos expuestos sugieren ciertos procesos relevantes. Quizá el más importante de todos es que, a pesar del mayor acuerdo que suscita la opinión desfavorable, la interpretación se hace más rica si atendemos a los resultados para el segundo eje, *Imagen favorable*. Esta afirmación cobra especial sentido para determinadas asociaciones. En concreto, nos estamos refiriendo a la relación entre el eje-factor 1 y las razones por las cuales el entrevistado no ha seguido jugando a pesar de haber experimentado con algún videojuego. El primer dato relevante es la alta frecuencia con la que no se juega por falta de interés o por falta de tiempo. Se trata de una auto-restricción, proceso que cobra toda su significado si se contempla a la luz de la información incluida en la tabla para el factor 2. En los datos podemos apreciar cómo las razones para no seguir jugando que caracterizan a aquéllos que tienen una opinión muy favorable tienen carácter coercitivo. O mejor dicho, se trata de restricciones externamente impuestas: falta de tiempo, de dinero o por prohibición expresa de los padres. Ante una alta puntuación en el factor 2, es decir, ante una actitud que destaca los aspectos positivos de los videojuegos, tan sólo la imposición por factores no controlables por el individuo parece justificar la extinción del uso.

Por otro lado, no podemos decir que la imagen de los videojuegos se relacione de forma lineal con su utilización. En un principio, cabría esperar que aquellos que tienen una actitud muy desfavorable mostrasen porcentajes decrecientes a medida que aumentamos las categorías de frecuencia de utilización de videojuegos. Sin embargo, vemos (tabla 7.5) que el mayor porcentaje se da entre aquellos que juegan una o dos veces a la semana. Se trata del 27.5%, frente al 25.9% de los que juegan alguna vez al mes y el 6.8 de los que no juegan nunca o casi nunca. Esta relación no lineal no tiene su réplica en el cruce de eje de opinión favorable con frecuencia de uso de videojuegos (tabla 7.6). Al contrario, aquí sí encontramos una asociación de tipo cuasilineal: el mayor porcentaje es el correspondiente al uso diario de videojuegos (un 41% de los que tienen una opinión favorable declaran hacerlo así). El patrón se reproduce cuando consideramos el tiempo diario empleado en jugar, sobre todo en el caso del fin de semana.

Para evitar una mera traslación de los datos recogidos en las tablas, destacaremos como resumen dos conclusiones fundamentales:

En primer lugar, nuestros datos sugieren que una alta consideración de los aspectos negativos de los videojuegos no implica una falta de familiaridad con los mismos. Al contrario, parece que al menos una parte de la opinión se fragua en el uso (o que este uso no se anula en muchos casos aunque la opinión sea

mala). En este sentido, cabe mencionar que el 23.8% de los que tienen una opinión altamente desfavorable de los videojuegos dedican entre una y dos horas a jugar durante el fin de semana, y que el 50% de los que mantienen dicha opinión reconoce jugar una o dos veces por semana. Una imagen desfavorable, tal y como aquí se ha definido, es decir, como el reconocimiento de los aspectos potencialmente negativos de los videojuegos, no implica una falta de uso. No debe olvidarse que nuestra muestra (y por tanto nuestra población objeto de estudio) está constituida por jóvenes hasta 18 años, un intervalo de edad en el cual los videojuegos parecen haber pasado a formar parte de lo cotidiano como forma de ocio. Dicho de otra manera: el hecho de que los jóvenes jueguen con mucha frecuencia no implica necesariamente una opinión favorable, es posible que se atribuyan efectos negativos a otros juegos distintos a los que se usan.

En segundo lugar, no debemos olvidar que cuando hablamos de ejes de opinión, no nos referimos a compartimentos estancos. Todo lo contrario: el reconocimiento de aquellos rasgos o características de los videojuegos que pueden ser nocivos para la persona no impide el reconocimiento de otros rasgos o características que, por el contrario, están teñidos de un tinte positivo. No se trata de polos excluyentes, sino de continuos diferentes. En el continuo propio de eje 1 los polos irían desde la 'Opinión poco desfavorable' hasta la opinión 'Muy desfavorable', mientras que en el eje 2 se trataría de la 'Opinión poco favorable' hasta la opinión 'Muy favorable'. Y, al menos en teoría (y como hemos visto también en la práctica), es posible para una misma persona puntuar alto o bajo en ambos continuos a la vez.

Teniendo en cuenta ambas indicaciones, la lectura e interpretación de las tablas se facilita, y nos permite una comprensión más completa de la relación entre las actitudes hacia los videojuegos y los diversos aspectos de su utilización.

7.2 PROBLEMAS RELACIONADOS CON LOS VIDEOJUEGOS

Uno de los aspectos más controvertidos de los videojuegos como alternativa de ocio son sus posibles consecuencias negativas sobre el individuo y sus relaciones sociales (familiares, de amistad, escolares, etc.). Como hemos visto en el apartado anterior, los propios entrevistados reconocen dicho efecto potencialmente negativo. En el presente apartado se intenta desvelar los problemas que los entrevistados han identificado en alguna persona perteneciente a su entorno próximo y los problemas que han sufrido ellos mismos. Nos ocupamos, por tanto, de los problemas *percibidos* en otros y de los problemas *experimentados* por los sujetos.

En nuestro cuestionario se introdujeron sendas baterías de preguntas para aproximarnos a la cuestión enunciada. En primer lugar, se preguntaba a los entrevistados si conocían a alguien perteneciente a su entorno próximo (amigos o familiares) que hubiera tenido alguna dificultad por el uso de videojuegos. En segundo lugar, se interrogaba acerca de las dificultades que el propio

mala). En este sentido, cabe mencionar que el 23.8% de los que tienen una opinión altamente desfavorable de los videojuegos dedican entre una y dos horas a jugar durante el fin de semana, y que el 50% de los que mantienen dicha opinión reconoce jugar una o dos veces por semana. Una imagen desfavorable, tal y como aquí se ha definido, es decir, como el reconocimiento de los aspectos potencialmente negativos de los videojuegos, no implica una falta de uso. No debe olvidarse que nuestra muestra (y por tanto nuestra población objeto de estudio) está constituida por jóvenes hasta 18 años, un intervalo de edad en el cual los videojuegos parecen haber pasado a formar parte de lo cotidiano como forma de ocio. Dicho de otra manera: el hecho de que los jóvenes jueguen con mucha frecuencia no implica necesariamente una opinión favorable, es posible que se atribuyan efectos negativos a otros juegos distintos a los que se usan.

En segundo lugar, no debemos olvidar que cuando hablamos de ejes de opinión, no nos referimos a compartimentos estancos. Todo lo contrario: el reconocimiento de aquellos rasgos o características de los videojuegos que pueden ser nocivos para la persona no impide el reconocimiento de otros rasgos o características que, por el contrario, están teñidos de un tinte positivo. No se trata de polos excluyentes, sino de continuos diferentes. En el continuo propio de eje 1 los polos irían desde la 'Opinión poco desfavorable' hasta la opinión 'Muy desfavorable', mientras que en el eje 2 se trataría de la 'Opinión poco favorable' hasta la opinión 'Muy favorable'. Y, al menos en teoría (y como hemos visto también en la práctica), es posible para una misma persona puntuar alto o bajo en ambos continuos a la vez.

Teniendo en cuenta ambas indicaciones, la lectura e interpretación de las tablas se facilita, y nos permite una comprensión más completa de la relación entre las actitudes hacia los videojuegos y los diversos aspectos de su utilización.

7.2 PROBLEMAS RELACIONADOS CON LOS VIDEOJUEGOS

Uno de los aspectos más controvertidos de los videojuegos como alternativa de ocio son sus posibles consecuencias negativas sobre el individuo y sus relaciones sociales (familiares, de amistad, escolares, etc.). Como hemos visto en el apartado anterior, los propios entrevistados reconocen dicho efecto potencialmente negativo. En el presente apartado se intenta desvelar los problemas que los entrevistados han identificado en alguna persona perteneciente a su entorno próximo y los problemas que han sufrido ellos mismos. Nos ocupamos, por tanto, de los problemas *percibidos* en otros y de los problemas *experimentados* por los sujetos.

En nuestro cuestionario se introdujeron sendas baterías de preguntas para aproximarnos a la cuestión enunciada. En primer lugar, se preguntaba a los entrevistados si conocían a alguien perteneciente a su entorno próximo (amigos o familiares) que hubiera tenido alguna dificultad por el uso de videojuegos. En segundo lugar, se interrogaba acerca de las dificultades que el propio

entrevistado hubiera podido sufrir. En ambos casos los sujetos debían elegir entre las siguientes opciones, con un formato de respuesta múltiple:

- Dormir menos por jugar
- Saltarse comidas o cenas por jugar
- Dejar de ir a clase por jugar o por realizar actividades relacionadas con los videojuegos
- No realizar tareas escolares por jugar
- Discutir con sus padres por causa de los videojuegos
- Discutir o dejar de ver a sus amigos por causa de los videojuegos
- Gastarse demasiado dinero en juegos o actividades relacionadas con ellos
- Olvidarse de algún compromiso por causa de los videojuegos
- Que alguien le haya dicho que juega demasiado o que puede tener problemas a causa de los videojuegos.

7.2.1 Problemas percibidos en otros

Comencemos por los problemas que los entrevistados y entrevistadas identifican en los otros. El 18% de los mismos declara conocer a alguna persona cercana (familiar o amigo) que ha tenido dificultades causadas por los videojuegos. Así, casi una quinta parte de los jóvenes afirman conocer a alguien en una situación más o menos problemática originada por jugar. La tabla 7.7 muestra las características sociodemográficas que sobresalen entre ese grupo de jóvenes. Por su parte, la tabla 7.8 muestra el perfil del 81% que declara no conocer a nadie que haya tenido problemas.

Tabla 7.7 PROBLEMAS POR LOS VIDEOJUEGOS:
Características sociodemográficas que destacan entre quienes *SÍ conocen* a alguien que haya tenido problemas por el uso de videojuegos

		Total
		18.0
		%
Tamaño de municipio	De 10.001 a 50.000	22
	De 50.001 a 100.000	21.2
Género	Varón	20.5
Grupo de edad	ND	
Ocupación	Estudio y trabajo esporádico	27.7
	Estudio y trabajo habitual	25.7
	Trabajo	23.4
	En paro	22.2
Nivel de estudios	Primarios	29.0
	EGB, ESO, BUP	20.6
Nivel de estudios de los padres	ND	
Posición en el aula	ND	
Posición religiosa	ND	
Posición ideológica	Extrema derecha	42.5
	Derecha	27.7
	Extrema izquierda	20.8
Posición ideológica de los padres	Extrema derecha	36.4
	Extrema izquierda	24.5

Nuevamente aparece la variable sexo como protagonista de nuestro análisis. Son los varones los que, en mayor proporción, tienen algún contacto con personas que experimentan dificultades causadas por los videojuegos. Este dato, tomado en conjunto con los anteriores, dibuja un escenario netamente masculino en nuestro estudio de los videojuegos. Por otra parte, son aquellos que están más cerca del mundo laboral (trabajando en alguna medida o en paro) y cuya ocupación principal no es el estudio los que tienen un mayor conocimiento de personas en apuros. Además, parece que los problemas son más frecuentes en los entornos sociales de aquellos cuyos estudios no superan el nivel primario y entre aquellos que se encuentran en la EGB o la ESO. En cuanto a la ideología, tanto la propia como la de los padres muestra un papel significativo: los entrevistados que se sitúan en los extremos ideológicos y aquéllos que se sitúan en la derecha política están sobrerrepresentados, entre los que conocen a gente con problemas. Por su parte, el situar en los extremos ideológicos a los padres también parece relacionarse con un mayor contacto con personas que experimentan problemas en su relación con los videojuegos.

Tabla 7.8 PROBLEMAS POR LOS VIDEOJUEGOS
Características sociodemográficas que destacan entre quienes NO conocen a alguien que haya tenido problemas por el uso de videojuegos

		Total
		81.5
		%
Tamaño de municipio	Hasta 10.000 habitantes	87.2
Género	Mujer	83.5
Grupo de edad	ND	
Ocupación	Trabajo esporádico	88.9
Nivel de estudios	Superiores y medios	94.4
	Sin estudios	85.7
	COU o Bachillerato	85.2
Nivel de estudios de los padres	ND	
Posición en el aula	ND	
Posición religiosa	ND	
Posición ideológica	Izquierda	83.4
Posición ideológica de los padres	Centro	83.8
	Izquierda	83.7

El perfil delineado en la tabla 7.8. (aquella que se refiere al porcentaje de la muestra que no conoce a nadie con problemas) es claramente complementario: mujeres, residentes en municipios pequeños, aquéllos cuyo nivel de estudio es de COU, Bachillerato o Universitario y los que no tienen estudios, los entrevistados de izquierda y aquellos cuyos padres se sitúan en el centro o la izquierda política.

Ahora bien, una vez diseñado el mapa básico de los problemas percibidos, ¿qué tipo de problemas son los más frecuentes y cuál es su relación con nuestras variables sociodemográficas?. La tabla 7.9 refleja los porcentajes en que los

diferentes problemas son percibidos y su distribución por género de quién conteste.

A la hora de leer los datos, es preciso recordar que se trata de preguntas de respuesta múltiple y, por tanto, la suma no es necesariamente el 100%. El problema que con más frecuencia se percibe son las discusiones con los padres (50.7%), no realizar las tareas escolares (46.7%), dormir menos por jugar (46%), gastar demasiado dinero en juegos (43%) discutir o dejar de ver a los amigos (34.9%) y dejar de ir a clase por jugar (31.2%). A mayor distancia se encuentra saltarse comidas o cenas por jugar (28%), olvidar algún compromiso (22.7%) y que alguien le haya dicho que juega demasiado (22.3%).

El N de 542 que supone la base de la tabla es porque, lógicamente, sólo incluye a los encuestados que dijeron conocer a alguien que había tenido problemas (18% del total de la muestra)

Tabla 7.9 Problemas que se sabe que otros han experimentado por causa de los videojuegos, según el género (en % de los que conocen a alguien con problemas)

	Total	Varón	Mujer
Dormir menos por jugar	46	50.3	40.5
Saltarse comidas o cenas	28	29.4	26.2
Dejar de ir a clase	31.2	33.3	28.4
No realizar tareas escolares	46.7	45.2	48.5
Discutir con los padres	50.7	42.2	61.6
Discutir o dejar de ver a los amigos	34.9	37.3	31.8
Gastarte demasiado dinero en juegos	43	43.9	42
Olvido de algún compromiso o cita	22.7	23.3	21.8
Alguien haya dicho que juega demasiado	22.3	22.7	21.7

N= 542

Porcentajes suman más de 100, por ser respuesta múltiple

Conviene volver a recordar que los datos que a continuación se comentan se refieren exclusivamente a la *percepción* de problemas sufridos por alguna persona del entorno del entrevistado, y no a problemas experimentados por los encuestados. De ahí el N de 542 que supone la base de la tabla, ya que sólo se incluyen aquellos individuos que declararon conocer alguien en dicha situación y de ahí que los porcentajes no están referidos al total de la muestra sino a ese subgrupo (N=542; 18% del total de la muestra).

Nuevamente encontramos notables diferencias entre varones y mujeres, en esta ocasión por el tipo de problema que perciben en su entorno. Los porcentaje son mayores para los varones, con dos excepciones: las discusiones con los padres y la no realización de tareas escolares. Mientras que el 42.2% de los varones (del subgrupo que analizamos) afirma haber observado discusiones con los padres en algún amigo o familiar, el porcentaje se eleva hasta el 61.6%

en las mujeres: se trata, sin duda, del problema más mencionado por estas últimas; en cambio, es la reducción de las horas de sueño por jugar la categoría que encabeza el ranking de problemas percibidos por los varones.

El cruce de los problemas percibidos en el entorno con el resto de las variables no muestra un patrón definido. Ni siquiera la edad resulta ser una variable significativa en este aspecto. Parece que el tipo de problema se distribuye de forma más o menos aleatoria. En resumen, a pesar de que existen ciertas diferencias en la probabilidad de conocer a alguna persona que experimenta dificultades a causa de los videojuegos en función de variables como el sexo, tamaño de municipio, ocupación, nivel de estudios e ideología, los problemas *concretos* que se perciben en el contexto social cercano (familia y amigos) parecen distribuirse de forma más o menos aleatoria, siendo difícil identificar un patrón claro salvo para el caso del sexo.

7.2.2. Problemas experimentados

Una vez analizada la percepción de problemas en otras personas, conviene dirigir la mirada hacia los problemas experimentados por la relación propia con los videojuegos. Nuevamente, es preciso recordar que las tablas se basan en preguntas de respuesta múltiple, así como que el tamaño de la muestra se reduce al referirse esta cuestión exclusivamente a aquellas personas que utilizan videojuegos.

El primer aspecto a tener en cuenta es el porcentaje de jóvenes que experimenta algún tipo de problema. Dicho dato se recoge en la tabla 7.10.

Tabla 7.10. PROBLEMAS EXPERIMENTADOS, en % de los que juegan

	Porcentaje
Dormir menos por jugar	15.3
Saltarse comidas o cenas	11.2
Dejar de ir a clase	3.8
No realizar tareas escolares	21.4
Discutir con los padres	20.6
Discutir o dejar de ver a los amigos	4.7
Gastarte demasiado dinero en juegos	9.8
Olvido de algún compromiso o cita	14.3
Alguien haya dicho que juega demasiado	10.8
No ha tenido ningún problema	56.1

N=1731

Los porcentajes suman más de 100. Respuesta múltiple.

El primer dato que llama la atención es el elevado porcentaje de jóvenes que ha sufrido alguno de los problemas recogidos en nuestro cuestionario. De hecho, tan sólo el 56.1% de los jóvenes que juegan declara no haber tenido ningún problema en este sentido. Es decir, casi el 45% dice haber sufrido uno o más problemas cuyo origen debe cifrarse en los videojuegos. De entre ellos, los más frecuentes consisten en no realizar las tareas escolares (21.4%), discusiones con los padres (20.6%), dormir menos por jugar (15.3%) y el olvido de algún

compromiso (14.3%). La relevancia de estos datos es obvia y en sí mismos suponen una información especialmente valiosa. No debe perderse de vista que estos cuatro problemas, los más frecuentes, afectan tanto a las relaciones sociales y familiares como a la distorsión de la vida cotidiana de los jóvenes, sobre todo teniendo en cuenta que el siguiente problema más frecuente consiste en saltarse comidas o cenas por jugar (11.2%).

Por tanto, nos encontramos, en primer lugar, con un elevado porcentaje de jóvenes que, a causa de los videojuegos, experimentan dificultades: un 43.9% de los que los utilizan. En segundo lugar, la gama de problemas experimentados afecta a aspectos vitales de la interacción social (como son la escuela y la familia) y a la vida cotidiana, al día a día de los jóvenes que los sufren; afortunadamente, el absentismo escolar es el problema menos reconocido, y afecta tan sólo al 3.8%. Además, en tercer y último lugar, es preciso recordar que nos encontramos ante una respuesta múltiple, de forma que los problemas no se dan de forma aislada, sino que en un número importante de casos se producen de *forma simultánea*.

Hay que aclarar además que, por razones metodológicas, de construcción de la encuesta, en este no es posible describir en una tabla las características sociodemográficas que destacan en los que han tenido problemas. Por tanto, conviene indagar en este aspecto del uso de los videojuegos, tratando de identificar las variables que se relacionan con los problemas experimentados. Para tal objetivo se han elaborado las tablas 6.13 a 6.19. En ellas se pone en relación los problemas experimentados por los "jugadores" con sus características sociodemográficas fundamentales.

Tabla 7.11. PROBLEMAS EXPERIMENTADOS POR LOS VIDEOJUEGOS, según género y edad, en % de los que juegan

	Total	Varón	Mujer	14 y 15 años	16 y 17 años	18 años
Dormir menos por jugar	15.3	19.2	8.6	13.4	16.7	16.8
Saltarse comidas o cenas	11.2	13.4	7.4	12.4	9.9	11.8
Dejar de ir a clase	3.8	4.7	2.1	3.1	3.3	6.8
No realizar tareas escolares	21.4	24.8	15.2	22.8	20.4	20.2
Discutir con los padres	20.6	23.4	15.6	21.7	20.6	17.8
Discutir o dejar de ver a los amigos	4.7	5.9	2.7	4.1	4.7	6.5
Gastarte demasiado dinero en juegos	9.8	12.1	5.7	9.6	10.3	9.3
Olvido de algún compromiso o cita	14.3	16.9	9.8	14.3	14	15.3
Alguien haya dicho que juega demasiado	10.8	13.9	5.3	12.4	10.2	8.1
No ha tenido ningún problema	56.1	48.7	69.3	55.6	55.7	58.8

N=1731

Los porcentajes suman más de 100. Respuesta múltiple.

El género constituye la variable protagonista de las diferencias más notables. Los datos de la tabla muestran que el porcentaje de mujeres que, jugando, experimenta algún tipo de dificultad es patentemente menor que el de varones. De hecho, el 69.3% de las mujeres afirma no haber experimentado problema alguno cuya causa sean los videojuegos. Este porcentaje apenas alcanza el 49% entre los varones. De manera que, como primer dato, podemos señalar que los problemas son mucho más frecuentes entre los varones que entre las mujeres. Además, el porcentaje de mujeres que experimenta los problemas particulares es sistemáticamente menor que el de los varones, en todos y cada uno de los ítems de nuestro cuestionario. De nuevo aparece un perfil de usuario 'problemático' claramente asociado a los varones.

La claridad en el patrón no se reproduce en el caso de la edad. Ciertamente, el menor porcentaje de jóvenes que experimenta algún problema se da entre los mayores de edad (18 años), pero las diferencias son escasas. En cualquier caso, es complicado establecer conexiones (mucho menos, tendencias) entre la edad y el tipo de dificultades originadas por los videojuegos.

Aunque no vamos a describir más tablas de cruces, que harían la lectura farragosísima y que supondrían graves dificultades de interpretación, no podemos evitar señalar la sobrerrepresentación (entre los que tienen problemas) de los autoposicionados en el segmento de la derecha política y de los que se consideran ateos o no creyentes (tablas 7.12 y 7.13).

Tabla 7.12. PROBLEMAS EXPERIMENTADOS, según posición religiosa, en % de los que juegan

	Católico practicante	Católico no practicante	Otras religiones	Indiferente Agnóstico	No creyente, ateo	Total
Dormir menos por jugar	11.3	12.7	24.9	16.3	31.7	15.1
Saltarse comidas o cenas	10	9.5	13.3	14.7	16.5	11
Dejar de ir a clase	2.9	2.3	6.8	6.1	10.7	3.8
No realizar tareas escolares	18.9	18.1	19.6	26.8	35.9	21.2
Discutir con los padres	21.5	16.9	3.2	24.6	30.2	19.8
Discutir o dejar de ver a los amigos	5.2	4.4	3.2	5	6.8	4.8
Gastarte demasiado dinero en juegos	15.5	7.6	6.3	10	14.4	9.8
Olvido de algún compromiso o cita	20.7	12.1	15.8	14.3	18.6	14.4
Alguien haya dicho que juega demasiado	12.8	8.8	6.7	12	16.2	10.6
No ha tenido ningún problema	56.9	62.9	51.5	49.1	32.3	56.9

N= 1731

Los porcentajes suman más de 100. Respuesta múltiple

Tabla 7.13. PROBLEMAS EXPERIMENTADOS, según autopoicionamiento político, en % de los que juegan

	Extrema izquierda	Izquierda	Centro	Derecha	Extrema derecha	Total
Dormir menos por jugar	19.5	15.3	15.6	19.8	16.3	16.4
Saltarse comidas o cenas	9.5	9.6	8.8	14.5	7.7	9.7
Dejar de ir a clase	5.1	4.7	3.6	3.1	2	4
No realizar tareas escolares	19.7	22.8	20	32.6	46.3	23.2
Discutir con los padres	18.5	17.1	17.8	31.2	31.6	19.6
Discutir o dejar de ver a los amigos	4	4.3	3.4	5.4	15.2	4.4
Gastarte demasiado dinero en juegos	13.6	6.9	10.9	11.9	30	10.7
Olvido de algún compromiso o cita	14.2	14.8	14.6	23.3	35.5	16.3
Alguien haya dicho que juega demasiado	10.5	7.7	9.1	15.6	30.3	10.3
No ha tenido ningún problema	56.5	56.8	60.2	46.1	25.2	55.9

N= 1731

Los porcentajes suman más de 100. Respuesta múltiple

7.2.3. Opinión sobre los videojuegos y problemas experimentados

A priori, los problemas relacionados con los videojuegos se presentan como un importante factor a considerar para explicar la imagen que los jóvenes desarrollan con respecto a los mismos. Por este motivo, cerraremos esta sección con un breve comentario en torno a las relaciones entre problemas experimentados por los usuarios y opinión hacia los videojuegos. El resultado de nuestro análisis se recoge en la tabla 7.14.

Como se recordará, el análisis factorial mostraba la existencia de dos ejes actitudinales básicos, que hacían referencia a los aspectos positivos y negativos de los videojuegos. Para la elaboración de la tabla se han cruzado cada uno de los tipos de problemas experimentados por los usuarios con las tres distintas posturas en relación con cada eje, en los tramos ya contemplados con anterioridad. Como puede apreciarse, el 47.4% de los que han discutido o dejado de ver a sus amigos y el 43.3% de los que afirman gastarse demasiado dinero muestran una actitud muy desfavorable hacia los videojuegos. Tras este epígrafe, el 40.8% de los que han sufrido relaciones familiares conflictivas también mantiene una actitud bastante desfavorable hacia los videojuegos. En cualquier caso, parece interesante resaltar que las discusiones con los progenitores no parece uno de los determinantes más importantes de la imagen negativa de los videojuegos, siendo claramente superado por problemas como los mencionados anteriormente, y por otros como los de ruptura de las funciones cotidianas: dormir menos por jugar y saltarse comidas.

Mientras que la conflictividad familiar no es central en el caso de la imagen negativa, sí ocupa un papel fundamental en el bloqueo de la aparición de una actitud netamente positiva.

En cualquier caso, los resultados de la tabla refuerzan nuestra advertencia anterior: imagen positiva y negativa no suponen polos de un mismo continuo, sino procesos paralelos, aunque interconectados, de manera que distintas circunstancias pueden tener un impacto netamente diferente en uno y otro. Es significativo en este sentido el hecho de que tan sólo un 8.5% de aquéllos que no han sufrido problema alguno muestre una actitud muy favorable hacia los videojuegos, mientras que el 23.2% desarrolla una opinión muy desfavorable y un 37.3% se caracteriza por una actitud poco desfavorable. También, como hemos visto, es posible haber experimentado problemas con los videojuegos pero resaltar sus aspectos positivos, estando todo ello entremezclando diversas experiencias y valoraciones personales en un panorama complejo y lleno de matices.

Tabla 7.14. Relación entre los problemas experimentados *por los entrevistados* (que juegan) y las diferentes posturas respecto a los dos ejes de "Imagen de los videojuegos", en %

N= 1731	Dormir menos por jugar	Saltarse comidas o cenas	Dejar de ir a clase	No realizar tareas escolares	Discutir con los padres	Discutir o dejar de ver a los amigos	Gastarte demasiado dinero en juegos	Olvido de algún compromiso o cita	Alguien haya dicho que juega demasiado	No ha tenido ningún problema
Eje 1: Imagen desfavorable										
Poco desfavorable	21.5	21.9	44.4	29.3	22.9	17.6	20.5	26.8	21	37.3
Bastante desfavorable	40.8	39.3	27.6	38.3	40.8	35	36.1	36.3	42.6	39.6
Muy desfavorable	37.7	38.8	28	32.4	36.4	47.4	43.4	36.9	36.5	23.2
Eje 2: Imagen favorable										
Poco favorable	29.4	34.6	44.6	34.1	36.3	15.4	29.1	36.7	32	56.6
Bastante favorable	39.2	37.4	32.6	43.4	40.5	46.4	39.5	39.3	43.4	34.9
Muy favorable	31.4	28	22.8	22.5	23.1	38.2	31.4	24	24.6	8.5

CAPÍTULO 8

PROBLEMAS ASOCIADOS A LOS VIDEOJUEGOS, EN LOS DISCURSOS GRUPALES

A partir de los discursos emergentes en los grupos de discusión, podemos realizar un análisis cualitativo respecto a las diversas percepciones existentes en torno a los jugadores de videojuegos y a los problemas que pudieran estar asociados a esta forma de ocio. Además, al desarrollar este análisis acaso puedan aportarse algunos elementos relacionados con la perspectiva de género.

8.1 EL ESTEREOTIPO DEL JUGADOR DE VIDEOJUEGOS

Como vimos en el capítulo dedicado a analizar las expectativas y motivaciones ante los videojuegos, en líneas generales, los jugadores habituales tratan de desligarse de una imagen que tiende a encasillar a las personas que, igual que ellos, disfrutan jugando a videojuegos (imagen que “pinta” individuos tan *absorbidos* por su afición que no reparan en otras muchas cosas que les rodean). Así, se apresuran a minimizar la teórica importancia que el mundo *virtual* de los videojuegos, y todo lo que conlleva, adquiere en el transcurso de su tiempo de ocio y, más aún, en el desarrollo de su vida cotidiana. Para ello insisten en señalar a los videojuegos como una alternativa más de ocio, apropiada para muchas ocasiones pero, en la mayoría de los casos, supeditada a la inexistencia de otras opciones. Este planteamiento parece incidir de manera clara en un sentido: el mundo de los videojuegos articula toda una serie de referentes que dan lugar a ciertos estereotipos, que tienden a definir a las personas que *pertenecen* a ese mundo.

En primer lugar, la imagen del jugador de videojuegos se asienta sobre dos pilares, se nutre de hombres y jóvenes. Parece existir acuerdo generalizado respecto a la idea de que los aficionados a esta forma de ocio son, en su inmensa mayoría, hombres. Esto es así, según nos cuentan los jóvenes (chicos y chicas), y coincidiendo con lo que aportan los datos de la encuesta y lo que, en su momento, nos relataron los representantes de diversos sectores de la industria que entrevistamos, porque la propia industria elabora su producto (los videojuegos) pensando en que su público potencial está compuesto, casi exclusivamente, por hombres. Así, las temáticas (deportes, luchas, coches, disparos...) y personajes (luchadores forzudos, chicas despampanantes, deportistas de élite...) que protagonizan los mismos están considerados como parte del universo de cosas que gustan a los hombres, mientras las mujeres apenas encuentran referentes a partir de los cuales consolidar su posible afición. Bien es cierto, y esto es algo que también mencionan todas las partes, que el número de chicas que se aficionan a los videojuegos aumenta, lenta pero progresivamente. En cualquier caso, hoy por hoy, los videojuegos son *cosa de chicos*.

- *"La mayoría de los juegos están pensados para chicos... porque como son los que más...*
 - *Los que juegan más...*
 - *Y los que no están pensados para... los pensados para chicos son los de deportes y los violentos, y luego están los pensados para niños... que son a los que jugamos nosotras, que son para niños."*
- (Mad/Muj/16-17)
-

- *"Yo creo que una chica y un chico pueden jugar a lo mismo si les gusta*
 - *Sí, pero hay ciertos juegos que están muy enfocados, ¿eh? Al tipo de...*
 - *Sí, es triste decirlo pero...*
 - *Pero hay veces que, por ejemplo, los de lucha, a muchas chicas no les gustan. Simplemente porque no les parece femenino y todas estas cosas.*
 - *No, por eso tampoco...*
 - *¡Pasa!, ¡Pasa!"*
- (Bar/Mix/16-17)
-

Que esta idea responda a la realidad, o que los gustos de chicos y chicas puedan estar menos diferenciados de lo que se plantea, no discute el hecho de que el imaginario y las representaciones sociales asociadas al mundo de los videojuegos adopte como algo incuestionable tal planteamiento. Por ello, por la aceptación general de la creencia de que los videojuegos son *cosa de chicos*, el asunto deviene en consideraciones educacionales. Si las mujeres no gustan de jugar con ellos, y si las que sí gustan pueden llegar a sentirse incómodas por ello (pues las considerarán *raras* o poco femeninas), es porque la educación que han vivido les conduce a aceptar esa idea: a las chicas les interesan otras cosas, y los videojuegos están pensados para los chicos.

- "...de pequeña nunca tus padres le van a decir a una chica "juega con el videojuego"*
- *Claro, yo creo que es eso. Van dirigidos como a los chicos. Es como los coches. Casi ninguna niña se pide por su cumpleaños un coche, o unas pistolas, ¿sabes? de esas de los juguetes. Se piden muñecas y cosas de esas, pues es lo mismo yo creo. (...)*
 - *No es que no les guste, es que no sé... los chicos lo tienen más desde pequeños. Si sus padres se los regalan... A las chicas, si se lo regalaran desde un poco más pequeñas...*
 - *No, no jugarían.*
 - *Sí. Es cambiar la mentalidad.*
 - *Pero porque la mentalidad se la han puesto así."*
- (Mad/Mix/16-17/No usuarios)
-

El segundo de los pilares básicos sobre los que se sustenta la imagen del jugador de videojuegos, el relacionado con la edad (aspecto ya abordado en el capítulo 5.3), asienta su planteamiento en la idea de que la afición a esta forma de ocio se inicia en épocas infantiles y adolescentes y que, pese a poder continuar en el tiempo, tiende (*debe tender*) a diluirse a medida que la persona *madura* y adquiere una serie de indeterminadas responsabilidades que le conducen a organizar su tiempo libre (menor que antes) de otra manera: "*Yo lo hacía cuando tenía 13, 14 años ¿sabes? Ahora que se supone que eres consciente... que tienes cosas mejores que hacer...*". (Bar/Hom/16-17)

En función de este planteamiento, un adulto (o joven maduro) que muestre de forma explícita su gran afición a los videojuegos, será observado desde un prisma bastante concreto: si lo normal es que al madurar se vaya abandonando la afición por formas de ocio como ésta, quien, teniendo edad para haber completado tal proceso, demuestre seguir disfrutando con los videojuegos y todo lo que los rodea, o es que es algo *inmaduro*, o es que es un poco *raro* o cuanto menos diferente. En cualquier caso, cada vez existe un mayor grado de discrepancia respecto a este planteamiento, pues el mercado de los videojuegos viene observando en los últimos años cómo crece la media de edad de los jugadores (y ya se sabe que cuando la excepción deja de ser tan minoritaria, pierde parte de su *excepcionalidad*). Pero, para un joven *maduro*,¹ la imagen de persona que hace cosas que no corresponden con su edad se constituye en un reflejo que le persigue, así como en una idea que rondará el imaginario social respecto a personas como él.

La consideración de que un determinado tipo de jugador de videojuegos corresponde con alguien *raro*, suele explicarse en función de la capacidad que éstos tienen para *aislar* al jugador de todo lo que le rodea, creando un mundo propio ajeno a factores externos. Como ya señalamos en su momento, uno de los principales atractivos de los videojuegos descansa, según explican los jugadores, en su poder de abstracción, que posibilita "meterse en el juego" de forma muy intensa. Cuando esto deviene en práctica habitual, y una persona pasa sus horas libres (y no tan libres) frente a una pantalla, los momentos de relacionarse con otras personas y de dedicarse a otras actividades quedarán considerablemente reducidos. En ese sentido se manifiesta el estereotipo: el jugador de videojuegos que no controle su afición será una persona con escasas relaciones

¹ Independientemente de que, socialmente, se pueda o no considerar a un joven de 16-17 años como maduro (los componentes de casi todos los grupos de discusión tenían esa edad), lo cierto es que, desde su prisma, sí viven su edad como consecuencia de un proceso en el que han madurado. Maduros, o más maduros que antes, por tanto. Ni que decir tiene que en el grupo de jóvenes de 20 a 23 años tal sentimiento estará muchísimo más desarrollado.

interpersonales, excesivamente aislado en un mundo principalmente compuesto por los escenarios y personajes virtuales que evoca la pantalla. Este estereotipo puede articularse en dos sentidos: Una persona *normal* (permítase la expresión) que, por su afición a los videojuegos, ha evolucionado hacia posiciones que le han aislado de su entorno, de sus amigos, transformándose en alguien *raro*, incluso "infeliz"; o una persona que, en el ejercicio de escapar de una serie de carencias personales en cuanto a su capacidad para relacionarse con su entorno, se refugia en el mundo de los videojuegos, creado a su medida. Posiciones que llevan al extremo las consecuencias más negativas de una afición, y que con ello escenifican la imagen más prototípica de un cliché que, en muchos momentos, ronda el imaginario colectivo.

- *"Si puedes salir y puedes irte con los amigos, es triste quedarte en casa jugando a la consola*
- *No, juegas cuando no tienes mejores opciones...*
- *No, tampoco es eso*
- *Si, yo sí, yo por ejemplo estoy una tarde en casa, pues...*
- *Yo además sí lo que dice... muy poco, o sea... en épocas anteriores pues a lo mejor sí que habría jugado más. Ahora... es que juegos actuales y todo eso..."*

(Bar/Hom/16-17)

- *"Hombre, no está mal (jugar a videojuegos), mientras no se pasen todas las tardes. No sé... Que jueguen un día, dos. Mientras no estén todo el rato ahí... enganchados así..."*
- *Claro, jugar un poco. Pero no, "no, no puedo salir porque me tengo que pasar esta pantalla o lo que sea"."*

(Mad/Mix/16-17/No usuarios)

Sin embargo, los jugadores huirán de ser encasillados en función de tal estereotipo, haciendo hincapié en los aspectos personales que les alejan de los tópicos sobre los que descansa. Por un lado, casi nunca reconocerán que juegan demasiado tiempo, al menos no una cantidad de tiempo que les impida hacer otras muchas cosas, desatender sus responsabilidades y, sobre todo, pasar tiempo con los amigos y relacionarse con otras personas. Como ya señalamos con anterioridad, los jóvenes sostienen que han *crecido, madurado*, adquiriendo más responsabilidades y adoptando diferentes criterios sobre la mejor manera de pasar el tiempo libre.

- *"¿Cuántas horas jugáis seguidas? Como pregunta así... (...)"*

- *Hace tiempo... más, pero ahora como mucho una horita o dos. A veces sí me pilla en vena por la noche... bueno, con el Final sí que me he tirado ahí horas toda la noche... vamos... (...) Eso era de pequeño, si no tenía nada que hacer."*

(Bar/Hom/16-17)

Por otro lado, en la gran mayoría de los casos, muestran su preferencia por jugar con gente o en compañía de gente, bien a juegos colectivos o en red, bien a juegos individuales pero en sesiones colectivas (reuniones en casas de amigos, donde se van turnando para jugar partidas, por ejemplo). Así, tienen la posibilidad de reconocer y afirmarse en su afición a los videojuegos, sin por ello caer en el estereotipo de persona que no se relaciona con el entorno, estereotipo que ellos mismos enuncian: me gustan los videojuegos y paso bastante tiempo jugando con ellos, pero tengo amigos y no estoy aislado, pues comparto la afición con muchas otras personas (aunque los juegos se jueguen individualmente, estoy con más gente).

- *"Yo me echo partidas al Teken en casa de un colega y es que nos juntamos diez, nos echamos partidas de Teken y acabamos... o sea, en los sofás aquí... (...) Que es lo que mola, quedar con tus amigos y jugar y echarte unas risas, no estar ahí tú... yo qué sé... Yo cuando estoy sola juego poco, ¿sabes?*
- *Claro*
- *O sea, yo no soy aquí viciosa de estarme... ¿sabes? todos los días enganchada, no. Yo juego a la Play cuando estoy con... Cuando me apetece me voy a casa de un colega, nos enchufamos ahí..."*

(Mad/Mix/20-23)

Este discurso les conduce a asumir un planteamiento que recuerda posturas adoptadas respecto a otros muchos temas que, como este, ponen en juego estereotipos socialmente mal vistos: yo juego con videojuegos, y me gusta, y paso tiempo con ellos, pero *controlo*, no como otros, que *no controlan*. Y esos otros que no controlan están personificados, fundamentalmente, en las nuevas generaciones (en función del interlocutor, la generación posterior a la suya). En una industria en continuo cambio, como es la de los videojuegos, los más jóvenes serán los abanderados de los avances, por ser los que primero y de forma más rápida los captan, pues el lenguaje de los videojuegos forma parte de su propio lenguaje y lo asimilan con total naturalidad. Como contrapartida, esas nuevas generaciones serán también abanderadas del lado más negativo de los videojuegos: serán los que más jueguen, los que menos control establezcan sobre el tiempo que dedican a ese juego, los que más *absorbidos* estén por una forma de ocio de formará parte de su vida cotidiana. En definitiva, el aficionado a los videojuegos tendrá un lugar

donde *descargarse* de culpa: sí, yo juego, pero los que vienen detrás de mí juegan más, mejor, y, sobre todo, con menor control.

- *"Los niños de ahora han llegado directamente a la Playstation.*
- *Y con lo que les vayan sacando fliparán. (...)*
- *¡A saber lo que tendrán nuestros hijos!*
- *Y cuando tengan nuestra edad, imagínate cuando les entre un juego, imagínate cómo lo controlan, ¿sabes lo que te digo?*
- *...un chavalillo de ocho años, y nos pega una sobá a cualquier juego a... a los que estamos aquí, pero increíble.*
- *Pero porque se desarrollan mucho más. (...)*
- *Hombre, también es un poco chungo que utilicen la capacidad de aprendizaje de un niño de ocho años en la consola, en vez de otras cosas.*
- *No, pero es que eso es mecánico.*
- *Hombre, los niños dejan de hacer muchas otras cosas por jugar a la Play.*
- *Yo no creo que sea solo mecánico. Los niños son muy receptivos y...*
- *Yo he jugado al... al Quake, y es que había uno que siempre se ponía en el mismo sitio porque sabía que, tarde o temprano, yo iba a pasar por ahí. Y yo intentando buscarle, y el niño que me... me toreaba como quería."*

(Mad/Mix/20-23)

A pesar de este planteamiento, en bastantes casos, muy especialmente en los referidos a los jugadores de afición más habitual y asentada, se produce un reconocimiento explícito de que es en la actualidad, y no en épocas anteriores, cuando más tiempo se dedica a jugar a videojuegos. El hecho de que se acepten como reales y naturales los datos que indican que la media de edad de los jugadores de videojuegos aumenta progresivamente, les conduce a reconocer abiertamente la situación (eso sí, si yo juego más que antes, a saber cuánto jugarán los que ahora son más pequeños cuando sean mayores...).

- *"Yo, de pequeño... de pequeño no... ¿sabes? no tenía tanta afición, a lo mejor, a las consolas como tengo ahora. Yo de pequeño...*
- *No, yo ahora más*
- *A mí me pasa igual."*

(Mad/Mix/20-23)

En cualquier caso, cualquier argumento que resalte los aspectos más nocivos de los videojuegos, se enfrentará a un planteamiento que adoptan los aficionados como marco general a partir del cual analizarán cualquier elemento relacionado con el tema: los videojuegos, como todo lo relacionado con la tecnología, los ordenadores o Internet, forman parte, de manera absolutamente natural, de la realidad de nuestros días, y en función de tal marco han de ser afrontados. Habrán

de ser aceptados, por tanto, como una parte más del ocio juvenil. Pero no sólo eso, pues además de constituirse en una alternativa más (alternativa relativamente nueva), resultará ser la opción que más se ajusta a las características (tecnológicas, temáticas, estéticas, funcionales...) de los *tiempos que corren*. En este aspecto, el argumento no sólo *naturaliza* el uso de videojuegos, sino que además le atribuye toda una serie de ventajas en lo relativo a la adecuación de una forma de ocio a la necesidad que existe, hoy en día, de adquirir toda una serie de conocimientos técnicos relacionados con la informática y el manejo de ordenadores. En definitiva, los videojuegos no sólo serán una forma de ocio más, sino que serán la forma de ocio que más se adecua a las características de la sociedad en que vivimos, y que anticipa futuras formas de trabajo y diversión. Como señalan, "*podemos ser nostálgicos*" (rememorando antiguas formas de diversión, ya olvidadas), pero ello no debe impedir que haya que "*vivir en nuestro tiempo*" sin tener que "*rasgarse las vestiduras*".

- *"Te digo una cosa, o sea, ahora mismo en la sociedad en la que vivimos quizás es más interesante tener soltura con un aparato, que tener soltura con un libro. Aunque sea muy fuerte decirlo y la gente se pueda rasgar las vestiduras, ¿eh? O sea, que cada niño aprende en su mundo y en su tiempo ¿sabes? Y eso es complicado, llegar a hacer eso de esa manera, que... vete tú a saber ¿eh?"*
- *Sí; o sea, ahora mismo un niño que desde tan pequeño le ponen delante de un ordenador es muy bueno. O sea, es malo en el sentido de que pasan de los libros, pero, por lo menos...*
- *Pero, vamos, que hoy, los niños de hoy en día ¿sabes?, que mi tía tiene un ordenador y ¿sabes? el niño maneja mejor el ordenador que mi tía, y le dice: "A ver, enséñame esto" Yo flipo ¿sabes?"*
- *Y eso le va a ser más útil para encontrar trabajo el día de mañana que... saber literatura y los Reyes Godos. Está... es muy triste, ¿no? pero...*
- *Es que probablemente es una evolución más... yo lo veo como una evolución más."*

(Mad/Mix/20-23)

Alrededor del estereotipo relativo al jugador habitual de videojuegos, se forma una idea ya apuntada en su momento por las personas entrevistadas por su estratégica posición en el mercado: la existencia de lo que se podría entender como una *Comunidad*, asentada sobre el mundo de los videojuegos pero que también se manifiesta más allá del mismo. Ciertamente, en el transcurso de los grupos de discusión, la idea no se manifestó de forma tan explícita como ocurrió durante muchas de las entrevistas individuales (en las cuales se enunció el término "comunidad" de forma textual), aunque sí se pudieron apreciar muchos planteamientos coincidentes con algunas de las características sobre las que se asentaba tal planteamiento. Por ejemplo, el hecho de que los aficionados a los

videojuegos compartan similares inquietudes, especialmente en lo referido a la forma de divertirse y a la manera de emplear su tiempo de ocio, y que gusten de poner en práctica esas inquietudes en el contexto de reuniones grupales. Así, es frecuente que grupos de amigos (y amigas) se junten y organicen con el pretexto de realizar partidas multitudinarias, aunque en las mismas intervengan elementos ajenos al mundo de los videojuegos que, como el resto, estarán supeditados al verdadero objeto del encuentro: estar en grupo, juntos, compartiendo momentos de ocio.

- *"Lo que hacemos mis colegas y yo es montarnos nuestras propias redes. Se van a lo mejor los padres y nos montamos la... la red en casa. Llevamos todos los ordenadores, y estamos ahí cuatro o cinco días. (...) Comida pizza y todo el mundo tiene su coca-cola de dos litros al lado, para comer y para beber."*

(Mad/Mix/20-23)

- *"Yo creo que también a los que les gusta los videojuegos, les gustan también los ordenadores y eso... y ese tipo de cosas, y los juegos de rol... No sé... (...)*
- *Yo creo que te haces... o sea, los amigos suelen tener muchas veces las aficiones, o sea... más o menos parecidas a las tuyas, entonces pues si te gusta mucho jugar a los ordenadores y todo eso, pues la mayoría de tus amigos, no todos, no tienen por qué, pero muchos de ellos... hombre, siempre puede haber compañeros de clase o algo así, que son tus amigos y no tiene qué ver lo que hagan luego, pero no sé..."*

(Mad/Mix/16-17/No usuarios)

Comunidad que, por otro lado, trasciende más allá del contacto físico, y puede llegar a adquirir características *virtuales*. Esto ocurre por las posibilidades que ofrecen los juegos en red e Internet en general. La posibilidad de jugar (a tiempo real) con personas que no conoces, y que pueden estar realmente lejos e incluso pertenecer a otras culturas, puede dar lugar a que se establezcan fuertes lazos entre personas que, pese a pertenecer a contextos completamente distintos, se sienten cercanos por una pasión compartida. A partir de ahí, la relación (*virtual..* y no tan virtual) que se establezca derivará en otros muchos aspectos que no tienen por qué ceñirse al mundo de los videojuegos: en la multitud de chats y foros que, teniendo como origen algún videojuego o revista especializada, circulan por el *ciberespacio*, las conversaciones que se originan entre los participantes abordan los más diversos aspectos que pueden interesar a un colectivo de jóvenes (y no tan jóvenes). Evidentemente, que sea la afición a los videojuegos el nexo de unión original y el que se ha dotado de identidad a ese grupo, será algo que siempre estará presente y lo diferenciará del resto.

- *"Tú ahora mismo puedes conocer gente de otros países a través de Internet, y antes no podías. Y también gente que está... está en tu onda, con tus mismos gustos, con tu edad... porque no es lo mismo estar con el grupo de amigos del barrio, que, vale, sí, os habéis criado juntos, pero no tienen tus mismos intereses. Entonces... sin embargo, te metes en Internet y te metes en el chat, y tienes el chat de tal juego, porque a mí me gusta este juego y sé que todos los que se metan ahí, como mínimo, lo han tenido que jugar, porque si no ¿de qué se meten?"*

(Mad/Mix/20-23)

8.2 POSIBLES PROBLEMAS ASOCIADOS AL USO DE VIDEOJUEGOS

Resulta interesante observar cómo uno de los elementos que es señalado como fundamental para que los videojuegos resulten tan atractivos, su capacidad para "enganchar", resulta ser la misma que se enuncia como causante de las principales consecuencias más negativas de su uso. No es raro escuchar a un aficionado a los videojuegos explicar que está "enganchado" o "viciado" con tal o cual juego, sin que por ello asome ningún atisbo de preocupación entre sus interlocutores o en él mismo, sino, muy al contrario, incidiendo tales manifestaciones sobre lo bueno del videojuego concreto que ha logrado que el jugador se mantenga "enganchado" con su uso. Como ya señalamos, el videojuego bueno será aquél que "enganche", incluso antes de ser jugado (es decir, que despierte una expectativa de "engancharse"). Será necesario, por tanto, preguntarse por los motivos que ocasionan que "engancharse" o "viciarse" pasen de ser palabras que resalten las virtudes de un videojuego que cumple su objetivo, para pasar a estar connotadas de elementos negativos referidos a la pérdida de *control* del jugador respecto a una afición que, en tal situación, sobrepasará los límites de lo meramente lúdico.

La explicación a tal cambio de significado suele darse en dos sentidos. Por un lado, la frontera de lo tolerable respecto al grado de "enganche" con un videojuego se situará en la misma aceptación de los videojuegos como una forma más de ocio. Es decir, cuando jugar con ellos traspasa la frontera de lo que se considera como tiempo ocioso, todo el tiempo empleado para ello se situará bajo la sospecha de haber estado motivado por impulsos que escapan al control de una afición que ha de estar restringida al tiempo libre. En definitiva, cuando, por jugar a videojuegos, se desatienden responsabilidades y deberes (se deja de asistir a clase, se desatiende el trabajo, no se realizan las tareas domésticas...); será entonces cuando estar "enganchado" a los videojuegos pasará a estar considerado como algo esencialmente negativo. Ello, a pesar de que no pocos jugadores

- *"Tú ahora mismo puedes conocer gente de otros países a través de Internet, y antes no podías. Y también gente que está... está en tu onda, con tus mismos gustos, con tu edad... porque no es lo mismo estar con el grupo de amigos del barrio, que, vale, sí, os habéis criado juntos, pero no tienen tus mismos intereses. Entonces... sin embargo, te metes en Internet y te metes en el chat, y tienes el chat de tal juego, porque a mí me gusta este juego y sé que todos los que se metan ahí, como mínimo, lo han tenido que jugar, porque si no ¿de qué se meten?"*

(Mad/Mix/20-23)

8.2 POSIBLES PROBLEMAS ASOCIADOS AL USO DE VIDEOJUEGOS

Resulta interesante observar cómo uno de los elementos que es señalado como fundamental para que los videojuegos resulten tan atractivos, su capacidad para "enganchar", resulta ser la misma que se enuncia como causante de las principales consecuencias más negativas de su uso. No es raro escuchar a un aficionado a los videojuegos explicar que está "enganchado" o "viciado" con tal o cual juego, sin que por ello asome ningún atisbo de preocupación entre sus interlocutores o en él mismo, sino, muy al contrario, incidiendo tales manifestaciones sobre lo bueno del videojuego concreto que ha logrado que el jugador se mantenga "enganchado" con su uso. Como ya señalamos, el videojuego bueno será aquél que "enganche", incluso antes de ser jugado (es decir, que despierte una expectativa de "engancharse"). Será necesario, por tanto, preguntarse por los motivos que ocasionan que "engancharse" o "viciarse" pasen de ser palabras que resalten las virtudes de un videojuego que cumple su objetivo, para pasar a estar connotadas de elementos negativos referidos a la pérdida de *control* del jugador respecto a una afición que, en tal situación, sobrepasará los límites de lo meramente lúdico.

La explicación a tal cambio de significado suele darse en dos sentidos. Por un lado, la frontera de lo tolerable respecto al grado de "enganche" con un videojuego se situará en la misma aceptación de los videojuegos como una forma más de ocio. Es decir, cuando jugar con ellos traspasa la frontera de lo que se considera como tiempo ocioso, todo el tiempo empleado para ello se situará bajo la sospecha de haber estado motivado por impulsos que escapan al control de una afición que ha de estar restringida al tiempo libre. En definitiva, cuando, por jugar a videojuegos, se desatienden responsabilidades y deberes (se deja de asistir a clase, se desatiende el trabajo, no se realizan las tareas domésticas...); será entonces cuando estar "enganchado" a los videojuegos pasará a estar considerado como algo esencialmente negativo. Ello, a pesar de que no pocos jugadores

(fundamentalmente aquéllos de afición más fuerte y consagrada) reconocen que, alguna vez, fueron protagonistas de situaciones como las explicadas (faltar a clase, no hacer los *deberes*...). Eso sí, en épocas pasadas, pues ahora todos se consideran lo suficientemente mayores (*maduros*) como para saber (y poder controlar) cuándo se debe jugar a videojuegos y cuándo no.

- *"Yo tengo un compañero en clase que lo primero que hace para salir los viernes... en vez de ir por ahí, pues..."*
- *Eso es triste... (...)*
- *Qué infeliz*
- *Hacen campana de clase y se van a jugar también*
- *Eso todos lo hacemos, y no vas a jugar..."*

(Bar/Hom/16-17)

- *"Estar enganchado pues sería..."*
- *No ir al colegio y jugar a la consola, no ir con tus amigos y jugar a la consola..."*

(Mad/Hom/16-17)

Por otro lado, estar "enganchado" de esta manera a los videojuegos derivará en consecuencias claramente negativas cuando se desatiendan otro tipo de responsabilidades, las referidas a las personas que te rodean. Es decir, cuando dejas de prestar atención a las personas que tienes a tu alrededor, cuando dejas de relacionarte y de salir con los amigos, todo por aislarte en el mundo *virtual* que ofrecen los videojuegos (así lo explican). Por eso, todos los aficionados se apresuran en supeditar el uso de videojuegos a que los amigos no propongan otras cosas que hacer (o a que esos amigos jueguen contigo), o a que no existan otras cosas que hacer *fuera de casa*. En este sentido, la casa, más concretamente la habitación de cada cual (cuando se cuenta con el equipo necesario), se constituye en el escenario paradigmático del jugador "viciado", en su hábitat natural, del cual no saldrá: alguien "enganchado" se tirará las horas inmerso en *su mundo*, sin salir de casa, solo, sin apenas contacto con otras personas que no sea con las que comparten chat o foro en Internet. Por el contrario, el jugador que afirma no estar enganchado defiende lo *sagrado* e *irrenunciable* del fin de semana como el momento básico para poner en práctica todas sus estrategias y necesidades socializadoras, algo a lo cual habrá de supeditarse el uso de videojuegos (tal *control* no será tan severo el resto de la semana).

- *"Tú cada día, ¿cuántas horas estás?, a ver si me superas..."*
- *Pues pocas, pero el fin de semana estoy... todo el día*
- *¿Cuánto es pocas?*

- *No sé, los días normales a lo mejor me estoy una horita o media horita jugando, pero los fines de semana... estoy todo el día allí*
- *Es que yo lo de tirarte así el fin de semana...*
- *Yo el fin de semana aprovecho para... todo menos para estar en casa (...)*
- *...te enganchas, pero a la mínima que me llama alguien o eso...*
- *Pero hay que salir, eso está claro."*

(Bar/Mix/16-17)

- *"...siempre que no te quite tiempo para hacer las cosas. No sé... cosas más importantes.*
- *¿Cómo qué?*
- *Los amigos.*
- *Claro.*
- *iHombre, ya!*
- *Pues eso. No sé. Yo creo que es más importante, no sé, salir con tus amigos, o hacer algo así más divertido... que pasarte toda la tarde jugando...*
- *Pero eso es según el criterio de cada uno... Igual para uno es más importante salir que quedarse en casa jugando...*
- *Bueno ya, pero no sé... quedarte solo todos los fines de semana en tu casa, jugando... Pues al final no sé...*
- *Hombre ya...*
- *¿Sabes? Se acaban cansando de ti, te dejan de llamar..."*

(Mad/Mix/16-17/No usuarios)

El jugador que lleva su afición "a un extremo" (está excesivamente "viciado"), construirá su mundo alrededor de lo videojuegos, o al menos así lo creen quienes lo observan desde fuera: sólo se relacionará con personas que compartan su pasión, sólo hablará de videojuegos, sólo dedicará su tiempo libre (y no tan libre) a jugar a videojuegos. En definitiva, y como explican los jóvenes, intentará "evadirse de la realidad" creándose su propia realidad. Muchos de los aficionados reconocen lo cierto de este último aspecto que, como se ha comentado en otros apartados, es uno de los objetivos que se espera de un videojuego para que sea "bueno", aunque puntualizan la diferencia respecto a los verdaderamente enganchados: ellos sabrán diferenciar entre la realidad y la ficción que, recreada por los videojuegos, les permite evadirse (momentáneamente) de esa realidad.

- *"Hoy en día cualquier persona juega a los videojuegos, o sea, no hay ninguna característica fundamental de la persona que juega a los videojuegos.*
- *Es que no se puede... y aparte como hay tantos, y tantos tipos, y tantas clases, y tantos soportes...*

- *Imaginación, gente a la que le gustan los juegos aunque solamente cinco minutos, evadirse un pelín de la realidad, porque le gusta imaginar cosas. Los hay más radicales, los freakies, que están en un mundo paralelo, y hay gente... gente normal que está... que sólo quiere jugar un poco."*

(Mad/Mix/20-23)

- *"Yo he tenido algún amigo que es un fanático de eso... Se pasa todo el día jugando, tal... Llega... le ves, "Eh, ya lo he pasado, no sé qué, no sé cuántos, ahora voy a conseguir no sé qué... Ha salido un nuevo juego en japonés. Me lo voy a coger..."*
- *Sí, además, sí. El tema de conversación que siempre tiene es ese.*
- *Claro, sólo hablan de eso. Y bueno, te empiezan a contar "bla, bla, bla, bla, no sé qué..." pero bueno, te entretiene. Sí, es verdad... No te aburres...*
- *Sí, en el cibercafé donde van, donde iban, vamos, mis amigos pues... hay cada loco ahí, macho, que está todo el día. Que te lo encuentras desde por la mañana hasta por la tarde y está todo el día jugando y luego igual te están hablando todo el rato de lo que tienen en casa y no sé qué, y de lo que se van a contar y no sé que... y son un poco pesados, entonces ya... (...)*
- *Joé, yo conozco a un pibe que no tiene otro tema de conversación que videojuegos y videojuegos y, tío, me aburre (...)* A mí me cuenta, me empieza a contar y ya... vale me aburre. Pero bueno... no me importa si se pone a hablar de eso.
- *Pero si solo sabe hablar de eso...*
- *Claro...*
- *Bueno, pero que no hay nadie que nada más que sepa hablar de eso. Por narices hablas de otras cosa, digo yo."*

(Mad/Mix/16-17/No usuarios)

Todo ello nos remite directamente a uno de los principales estereotipos asociados a los jugadores "enganchados": solitarios, *raros*, carentes de muchas de las habilidades sociales que posibilitan relacionarte con la gente, retraídos, un tanto asociales... Esta imagen, excesivamente estereotipada (incluso se aventuran a realizar someras descripciones físicas), responde al prototipo extremo del jugador de videojuegos, el cual, en muchos casos, presenta grandes similitudes con otros estereotipos sociales en torno a diferentes adicciones (como pudiera ser a las drogas, salvando las distancias), fundamentalmente en lo que se refiere al estar *enganchado* como pérdida de toda una serie de valores que sí tienen quienes no lo están. Por residir en el imaginario social de la manera en que lo hace (tan prototípica), permite a los aficionados a los videojuegos escapar de la misma, pues no se reconocen en ella: me gustan los videojuegos, pero yo *salgo* con amigos, me relaciono, y sé cuál es el límite de "enganche" que no hay que traspasar.

- *"Un enganchado... es que yo creo que un enganchado...*
- *Le daría igual el tipo de juego. Yo le vería como... yo me imagino un enganchado, o sea, yo me imagino pues los ojos todos rojos...*
- *La boca...*
- *El cigarro sin soltarlo, si fuma, claro; si no fuma mejor para él... es un vicio muy malo... y aquí... pero todo el día, o sea, bum, bum, bum, bum, me lo he pasado, otro, pum, me lo he pasado, paf, o sea...*
- *Yo por lo menos no me puedo tirar todo el tiempo ...*
- *Yo tampoco*
- *Hay momentos que la vista se cansa."*

(Mad/Hom/16-17)

Todos estos estereotipos suelen mantener una relación bastante estrecha con uno de los problemas que, asociado a los videojuegos, crea mayor alarma social, especialmente en los últimos tiempos y a raíz de determinados acontecimientos aparecidos en las crónicas de sucesos: la posibilidad de que determinados tipos de videojuegos se comporten como detonante o catalizador de actitudes violentas entre algunos de sus usuarios habituales. Esta consideración, sea oportuna o no, sea parte de una explosión mediática o esté basada en una relación causal real, lo cierto es que ha *calado* en el imaginario social, alimentando un debate en ocasiones apasionado.

Las voces que se levantan esgrimiendo el peligro de determinado tipo de videojuegos para niños y adolescentes inmersos en pleno período de desarrollo personal, argumentan su planteamiento en los contenidos excesivamente violentos de éstos, que muestran y ensalzan actitudes, actos y comportamientos violentos, de forma *gratuita* y directamente asociada con la diversión y el premio: puntuar más cuantas más personas atropelles, ganar tras matar al rival, etc., y todo ello mostrado a través de escenas tremendamente reales y explícitas.

Pero no es la valoración de los contenidos el aspecto que origina la polémica entre los aficionados y aquéllos que critican la excesiva violencia mostrada en los videojuegos, sino el mecanismo de causa-efecto que conduciría a que esos contenidos violentos se tradujeran en actitudes negativas en la vida cotidiana y real. Así, los aficionados reconocen lo cierto de que muchos de los videojuegos con los que pasan su tiempo están basados en argumentos y acciones que muestran actitudes violentas de forma explícita y continuada, pero no sólo no penalizan tal aspecto, sino que señalan lo necesario de tal elemento como uno de los pilares sobre los que se fundamenta la diversión ("*entretiene que sean así*"). Incluso se interrogan sobre la necesidad y apropiación de *enmascarar* tal violencia: "*Hasta cierto punto dices, ¿qué es mejor, enmascarar la realidad bajo una... apariencia*

absurda como es eso, o mostrar la... más realista?". Siendo así, y atendiendo a la necesidad, ya enunciada, de que los videojuegos se muestren de la manera más *real* posible para así poder "entrar" mejor en ellos, parece lógico que reclamen que la representación de la violencia sea explícita y realista.

- *"¿Son violentos los videojuegos?*
- *Hay de todo*
- *Lo justo y necesario*
- *...ahora en las cajas sale la edad y eso*
- *¿Pero tú le haces caso?"*

(Bar/Hom/16-17)

Sin embargo, tal aspecto tiende a ser del todo desculpabilizado por parte de los aficionados (y también desde muchos no tan aficionados), que no advierten el riesgo de transmisión de los elementos violentos que aparecen en pantalla a situaciones de la vida real. Esto es así porque todos sabrán diferenciar entre la realidad y la ficción, entre donde acaba la afición y comienza la vida real, pues son personas "normales". Quien no lo haga así, quien traslade situaciones de sus videojuegos más allá de los límites de la pantalla y no sea capaz de discernir entre la ficción y la realidad, es porque no es "normal", porque tiene un problema y porque está "loco", y eso es algo que nada tiene que ver con su afición a los videojuegos: el que está "loco" lo está juegue o no a videojuegos, y éstos nunca podrán ser una causa de su locura, sino el pretexto para manifestarla. Que el uso de un determinado juego (como la visión de una determinada película o serie de televisión, o la lectura de un libro) pueda dar lugar a reflejos violentos o fuera de lo normal en la vida cotidiana será cuestión, según apuntan, de la "personalidad" de cada cual, y no de los propios contenidos del videojuego (o película, o serie, o libro...). Así se manifiestan todos los aficionados a los videojuegos, a partir de un discurso unitario y enunciado de forma muy vehemente, pues ninguno quiere ser asociado con gente así, ni que se descalifique una forma de ocio con la que tanto disfrutan.

- *"Yo creo que quien es violento, lo es.*
- *Claro, y se vuelve...*
- *Ya, pero eso a lo mejor... no sé, le hace ser más violento todavía de lo que es.*
- *Sí, eso sí.*
- *Pero, hombre, si te hacen matar a alguien es que no estás bien de la cabeza.*
- *Claro, porque igual aunque no jugases, igual también matabas a todos... o no matabas pero, yo que sé, tendrías problemas mentales.*

- *No, eso es que, quien es agresivo, es agresivo y quien no, pues... no le afecta a su forma de ser (...)*
- *Si desde muy pequeños están jugando con videojuegos sí puede cambiar una persona (...)*
- *Pero desde pequeño. Si luego ya has tenido tu forma de ser y juegas normal, no pasa nada.*
- *Hombre, el que tiene un desequilibrio mental...*
- *Hombre, ya.*
- *Ya claro, es que... es eso. Al que es normal no le afecta, pero a alguien que ya está un poquito así raro... no sé, le puede provocar que esté peor. O que haga algo así raro."*

(Mad/Mix/16-17/No usuarios)

Si los videojuegos muestran situaciones violentas será, según explican los aficionados, porque la sociedad es violenta en sí ("*hay violencia en todos sitios... no sólo en los videojuegos*"), y los videojuegos, como el cine, la televisión o el deporte, no son más que un pequeño reflejo del contexto social que los crea. Contexto que ensalza valores como la competitividad, precisamente uno de los elementos destacado como más atractivo de los videojuegos, y que hace que éstos "enganchen" y "diviertan".

- *"Bueno, nosotros no hemos venido a vender... a defender los videojuegos. Yo lo único que decimos es que... la gente es agresiva.*
- *Pero mira, es agresiva en los videojuegos, en el fútbol...*
- *En todos lados...*
- *...en mi barrio hay cada pibe en los partidos de fútbol que no te lo puedes ni imaginar, o sea, que no es porque los videojuegos generen esa violencia, ¿eh? La competitividad en cualquier juego la genera. Un partido de fútbol, la genera. En mi barrio hasta con las bicis nos pegábamos."*

(Mad/Mix/20-23)

Siendo así, los aficionados tienden a arremeter contra los medios de comunicación, a los que acusan de *satanizar* una forma de ocio como consecuencia del temor y las expectativas que despierta lo desconocido de una práctica de ocio relativamente nueva y, por ello, víctima propiciatoria de situaciones que se escapan a la explicación del conjunto de la sociedad, como son todas las relacionadas con los tremendos e inexplicables casos de violencia juvenil.

- *"Yo creo que van como en contra de las consolas o algo*
- *No, es que los medios de comunicación tienen que vender y demás, pues hala, de algún lado hay que sacar (...)*

- ... cualquier asociación que saque ahí cualquier cosa de videojuegos, ya lo sacan ahí...
 - Igual que lo que estaban diciendo también que como los videojuegos dicen que nos comen la cabeza, no sé qué, que nos van a dejar aquí tontos..."
- (Mad/Hom/16-17)

- "Creo que lo que... intentan decir las televisiones de los niños estos que se vuelven locos y tal... eso es porque... no porque jueguen a la... ¿sabes? a la videoconsola; eso es porque los niños ya están tocados porque sí o por sus padres. Pero a mí que no me digan que...
- ¡El asesino de roles!
- El asesino de roles...
- Ya, pero uno que se mata haciendo el Hakatana porque lo ha visto en un vídeo...
- Porque lo ha visto en el Final Fantasy.
- Pero eso es la excusa
- Seguro que ya está tocado, pero el vídeo...
- Y eso vete tú a saber cuál es la verdad, porque luego los medios de comunicación con tal de vender un periódico a saber tú lo que ponen.
- Eso no es por el juego."

(Mad/Mix/20-23)

Aceptando tal planteamiento, también asumen la necesidad de que exista un cierto "control", especialmente en lo que se refiere a determinadas edades en las que la persona está menos capacitada para discernir entre realidad y ficción. Todos conocen la existencia de un código de regulación de los videojuegos por edades, pero todos aseguran lo sencillo que supone a cualquier joven acceder a juegos indicados para edades superiores a la propia. Así, la situación quedará delegada a la "responsabilidad personal" de cada cual, y a su capacidad de analizar desde su grado de madurez aquello con lo que pasa su tiempo libre. El problema se presenta cuando la persona que accede a determinados videojuegos no cuenta con el grado de madurez necesario que le permita enfrentarse a ellos de la manera adecuada, y es entonces cuando los propios aficionados señalan la importancia del control que se debe realizar desde dos posiciones: los padres, respecto a sus hijos, y los vendedores, respecto a sus clientes. Especialmente dura es la crítica realizada a los padres y adultos en general, pues se entiende que, al tiempo que arremeten contra las hipotéticas consecuencias violentas de determinados videojuegos, no se preocupan por conocer y entender qué videojuegos usan sus propios hijos.

- "Hombre, los padres deberían vigilar un poco...
- No, pero hay veces que no lo ven los padres...
- O que les engañan... (...)

- *Claro, es que ellos no lo saben.*
- *Yo creo que tienen la culpa un poco los de la tienda*
- *No es que claro, los de la tienda... van a vender.*
- *Sí, pues que te pidan el carnet*
- *Pero no porque... no es como si fuera una droga o el alcohol, los videojuegos. No te pueden pedir el carnet. Es como si te pidieran en el videoclub el carnet para coger una película de mayores de dieciocho años. Pues no sería normal (...)*
- *El que vende los juegos o el que los fabrica como mucho puede hacer como el tabaco, que te ponga "este producto perjudica seriamente la salud". Pues lo mismo, "este juego es violento y punto". Te avisan y ya decides tú.*
- *Pero con 12 años igual no decides...*
- *Sí, pero si lo compras y tu padre no lo sabe, nadie te va a orientar. Eso ya es más... Es que eso no puedes controlarlo, vamos, digo yo.*
- *Yo he tenido juegos violentos cuando era pequeño y mis padres no me han dicho nada...*
- *Pues claro."*

(Mad/Mix/16-17/No usuarios)

Llama la atención, en todo caso, lo elaborado del discurso a este respecto que no deja de ser un reflejo de lo candente que está asentada la polémica a nivel general.

8.3 LAS DIFERENCIAS EN RELACIÓN AL GÉNERO

Como ya señalamos en su momento, existe un acuerdo generalizado en torno a la idea de que, hoy por hoy, el mundo de los videojuegos es *cosa de chicos*: por temáticas, por presencia en los puestos de creación y venta, por mayoría de usuarios y por público *diana*. Ante tal panorama, resulta interesante acercarse al fenómeno adoptando una perspectiva de género, tanto para intentar entender por qué la situación es o se percibe así, como para intuir las posibles diferencias que se establecen entre hombres y mujeres a la hora de acercarse a los videojuegos.

En primer lugar cabe preguntarse, más allá de la mera constatación de que hay más usuarios chicos que chicas, qué factores asociados a los propios videojuegos entran en juego para que tal situación sea y se acepte como cierta e indiscutible. Desde ambas perspectivas (hombres y mujeres), se asume que los videojuegos representan una forma de ocio mucho más cercana a las búsquedas y características del género masculino, convicción que retroalimenta el proceso por el cual el mundo de los videojuegos se convierte en territorio masculino.

- *Claro, es que ellos no lo saben.*
- *Yo creo que tienen la culpa un poco los de la tienda*
- *No es que claro, los de la tienda... van a vender.*
- *Sí, pues que te pidan el carnet*
- *Pero no porque... no es como si fuera una droga o el alcohol, los videojuegos. No te pueden pedir el carnet. Es como si te pidieran en el videoclub el carnet para coger una película de mayores de dieciocho años. Pues no sería normal (...)*
- *El que vende los juegos o el que los fabrica como mucho puede hacer como el tabaco, que te ponga "este producto perjudica seriamente la salud". Pues lo mismo, "este juego es violento y punto". Te avisan y ya decides tú.*
- *Pero con 12 años igual no decides...*
- *Sí, pero si lo compras y tu padre no lo sabe, nadie te va a orientar. Eso ya es más... Es que eso no puedes controlarlo, vamos, digo yo.*
- *Yo he tenido juegos violentos cuando era pequeño y mis padres no me han dicho nada...*
- *Pues claro."*

(Mad/Mix/16-17/No usuarios)

Llama la atención, en todo caso, lo elaborado del discurso a este respecto que no deja de ser un reflejo de lo candente que está asentada la polémica a nivel general.

8.3 LAS DIFERENCIAS EN RELACIÓN AL GÉNERO

Como ya señalamos en su momento, existe un acuerdo generalizado en torno a la idea de que, hoy por hoy, el mundo de los videojuegos es *cosa de chicos*: por temáticas, por presencia en los puestos de creación y venta, por mayoría de usuarios y por público *diana*. Ante tal panorama, resulta interesante acercarse al fenómeno adoptando una perspectiva de género, tanto para intentar entender por qué la situación es o se percibe así, como para intuir las posibles diferencias que se establecen entre hombres y mujeres a la hora de acercarse a los videojuegos.

En primer lugar cabe preguntarse, más allá de la mera constatación de que hay más usuarios chicos que chicas, qué factores asociados a los propios videojuegos entran en juego para que tal situación sea y se acepte como cierta e indiscutible. Desde ambas perspectivas (hombres y mujeres), se asume que los videojuegos representan una forma de ocio mucho más cercana a las búsquedas y características del género masculino, convicción que retroalimenta el proceso por el cual el mundo de los videojuegos se convierte en territorio masculino.

El primer argumento empleado para explicar el panorama planteado es el referido a las temáticas y personajes que, mayoritariamente, protagonizan los videojuegos. Éstos, al contar con un público de amplia mayoría masculina, potencian los argumentos que, tradicionalmente, se asocian a las preferencias de los hombres (deportes, luchas y estrategias), argumentos que contarán con sus respectivos personajes prototípicos, iconos de ficción del mundo masculino (deportistas de élite, forzudos guerreros, militares de camuflaje...). El hecho de que esta situación sea cierta y de que tales argumentos y personajes correspondan, efectivamente, al universo de lo masculino, se acepta con tal claridad, principalmente, a partir del reconocimiento explícito de las mujeres. Tal es la aceptación del planteamiento que incluso los personajes femeninos (pocos, bien es cierto) se interpretan en clave masculina: la heroína de la aventura, respuesta al atlético luchador, es vista como una despampanante mujer diseñada para atraer a los hombres en base a sus encantos físicos, y no como una inteligente, ágil e independiente aventurera con la que se podría identificar una mujer. Sea este argumento discutible o no, lo cierto es que esa imagen de los videojuegos está profundamente asentada, tanto en usuarios como en no usuarios.

- *"Casi todos están hechos para chicos*
- *Para chicos o mixtos. Están planteados...*
- *No, no, no, están planteados.*
- *Jugar luego cualquiera, por supuesto, pero planteados... o mixto o para chicos.*
- *Sí, porque a una niña de 14 años no le interesa matar, le interesa, pues...*
- *Yo creo que están planteados desde un punto de vista, pues, de... directamente de la sociedad. Porque realmente lo que impera es un... vale, parece que machismo. En todos los aspectos, no es un machismo entendido en el... en el...*
- *Pero no es por machismo, es que hay más público que juega a los videojuegos que son tíos. Y es que los creativos no son tontos: "Yo hago juegos para tíos"*
(Mad/Mix/20-23)

-
- *"Los que son para chicos siempre ponen a las chicas ahí súper guapas...*
 - *Sí, sí, sí.*
 - *Y los chicos totalmente normales. Y una chica que va a hacer una misión en bikini (...)*
 - *Yo creo que está bien que haya un juego que salgan chicas. Porque siempre te ponen los chicos, y es como que los chicos pueden todo, tienen más fuerza y que entonces...*
 - *Y sale una que mata a todo el mundo, y dices "anda, chaval. Eso no es nada".*
 - *Ya, pero es un poco sexista.*
 - *Sí, pero es sexista porque podía ser una chica gorda o fea pero..."*

(Mad/Muj/16-17)

- *"Es que últimamente en los juegos se está poniendo de moda que sea una tía*
- *Eso sí, van petadas las tías, ¿eh? ¿Tú lo has visto corriendo las tías en los juegos?"*

(Bar/Mix/16-17)

Ante tal panorama, las mujeres que juegan a videojuegos se encuentran ante una peculiar situación que les plantea dos opciones. Por un lado, pueden jugar con aquéllos supuestamente dirigidos a los hombres: videojuegos que, en función de su propio planteamiento de género, no corresponderían con lo que una mujer busca en una forma de ocio y que, por tanto, siendo consecuentes con tal planteamiento, no *deberían* gustarle. Así, una chica que juegue con videojuegos *de chico* podría ser *mal vista* por hacer cosas "poco femeninas" (por ejemplo). Curiosamente, estando esta impresión bastante generalizada, desde las mujeres se percibe que es entre ellas mimas donde surgen mayores críticas al respecto (críticas de chicas hacia otras que juegan), mientras los hombres se mantendrían en una posición más neutra. Sin embargo, desde los chicos también se perciben, en ocasiones, ciertas reticencias a que las chicas muestren su gusto por determinados videojuegos que responden a estereotipos masculinos.

- *"Se tiende a considerar mal a la mujer en este mundo.*
- *...cada vez hay más chicas que juegan a ello, pero no se os va a mirar raro, lo contrario.*
- *Y son más las tías que discriminan, a lo mejor, ¿sabes? Son más las tías que pueden decir: "Hala, mira esta que... se va con los tíos a jugar a la Play o... se va..." ¿sabes? En ese rollo son más las niñas. O sea, si hay algún problema... Yo creo, que una tía que juegue a la Playstation se va a un campeonato o lo que sea y no va a tener ningún problema con ningún tío. Al revés, si tiene el problema es porque lo gana, o porque... algo así ¿sabes?"*

(Mad/Mix/20-23)

- *"Una de estas amigas, que es feminista perdida... se quejaba de eso, es que ella escribía cartas y todo porque no salían... no salían... personajes... solo salían personajes femeninos. Cuando le recomendé el [nombre de juego]*
- *Ese sí que es un buen juego, ahora que lo pienso*
- *Joder, pues si a una piba le gusta un diablo, colega ... no me jodas."*

(Mad/Hom/16-17)

- *"Es que las chicas también, nosotras estamos pasando al nivel que decimos "Dónde me vais con esto, yo a eso no juego"*

- *Y también dirá alguno que ver a una tía jugando a uno de... de acción, que machoman, tampoco es eso.*
- *Exacto."*

(Bar/Mix/16-17)

Por otro lado, las mujeres que no gusten de los videojuegos *de chicos* (en principio, prácticamente todos), se encontrarán con lo que perciben como un cierto vacío al que, de alguna manera, tratan de adaptarse. Esta adaptación se produce a partir del acercamiento a videojuegos que los chicos *dejan atrás* en función de la variable etaria: juegos simples (plataformas, *marcianitos...*) con los que los hombres jugaban cuando eran más pequeños y que han dejado para dar el paso hacia los juegos con los que ahora practican; videojuegos que, por tanto, ya no son *de chico* pero que, por no ser tampoco *de chica*, no ocasiona en ellas el posible conflicto de estar jugando con juegos *de pequeños* (aunque asumen que lo son). También existen algunos (pocos) videojuegos prototípicamente planteados para mujeres, aunque resultan excesivamente connotados para ser abiertamente aceptados: los chicos se ríen de ellos y las chicas pueden llegar a sentirse excesivamente encasilladas en el prototipo.

- *"Los pensados para chicos son los de deportes y los violentos, y luego están los pensados para niños...*
- *Para niños, sí*
- *...que son a los que jugamos nosotras, que son para niños (...)*
- *...para las chicas saldrá... "Barby".*
- *Que lo único que hay que hacer es elegirle la ropa. Es como que te ponen ahí la ropa y "vale". Esto es la degradación de la persona. Que te pongan ahí la ropa. Es lo único así..."*

(Mad/Muj/16-17)

- *"Los videojuegos van más dirigidos a los chicos que a las chicas, porque...*
- *Hombre, no, hay juegos de Barbies y cosas de esas*
- *Sí, también hay, pero...*
- *Y juegos de bailar y eso pues también le gustan más a las chicas lo que pasa... ahora están haciendo muchísimos más juegos de... para todo tipo de gente... y para gente más pequeña..."*

(Mad/Mix/16-17/No usuarios)

- *"Siempre que decimos el de Mario, se ríen de nosotras. Cuando decimos el del "Spiro" o todo eso dicen, "Ah, ese es de niñas"*
- *Depende del videojuego...*
- *¿A que sí? Siempre. El "Mario Land" todo el mundo se ríe de ti.*
- *Y es el mejor juego. ¿Qué me estás contando?*

- *Es el mejor juego de la historia.*
- *Ellos los de lucha, de fútbol y ya."*

(Mad/Muj/16-17)

Aparte de que los videojuegos puedan estar más o menos diseñados para hombres (todo lo aparte que se pueda poner), lo que sí es cierto es que existe un discurso bastante aceptado que asume que las mujeres tienen unos intereses y preferencias, en cuanto a los modos de emplear su tiempo de ocio se refiere, que no parecen contemplar a los videojuegos. En función de ello, jugar con videojuegos sería considerado como una "pérdida de tiempo" por las mujeres, que prefieren otras cosas, fundamentalmente todas aquéllas que tienen que ver con actividades en las que se requiere un contacto o trato más directo con las personas, salir de casa, hablar, etc.

- *"Hombre, no es lo último, lo último, pero...*
- *Es para cuando te aburres...*
- *Pero es como... para sobrevivir al aburrimiento*
- *No es algo necesario. O sea, yo prefiero mucho más salir por ahí que quedarme en casa jugando.*
- *Y jugando con los amigos, llega un momento que ya te aburres. Estando en una casa o en cualquier sitio, todo el rato jugando...*
- *Pero eso es lo que hacen los tíos.*
- *Se meten todos en una casa todos, toda la tarde...*
- *Sí, sí, sí, sí.*
- *Muy fuerte. Es un coñazo.*
- *Las típicas fiestas también que se van los padres y venga a casa, a jugar a la Play*
- *¿Para eso tienes toda la casa vacía? ¿Para jugar a la Play?*
- *Toda la casa vacía, y ¡hala! a la Play.*
- *Una mierda"*

(Mad/Muj/16-17)

Frente a tal consideración, resulta fácil objetar que, como ya señalamos con anterioridad, los chicos también manifiestan su preferencia por las actividades lúdicas que implican la relación personal y el contacto físico, dejando los videojuegos para los momentos en los que no existe la posibilidad de poner en práctica tal cosa, ya sea cierto, ya sea mera estrategia para escapar del estereotipo más negativo del jugador "enganchado". El caso es que tal observación nos remite directamente a dos formas distintas de afrontar e intentar desligarse de ese estereotipo. Así, mientras los hombres (desde un discurso también aceptado por las mujeres, como pudimos comprobar en los grupos mixtos) encuadran el prototipo en la figura del "raro", aislado y un tanto asocial (el *freak*, empleando un

anglicismo que ellos mismos enuncian), las mujeres tienden a asignar ese estereotipo a la totalidad de los chicos: ellos responden al jugador de videojuegos, son los que se "pican", los que viven la competitividad de manera exagerada, los que juegan demasiadas horas, los que sólo hablan de videojuegos, los que están al tanto de todas las novedades...

- *"Los de chicos son más de...*
- *De deporte o de violencia...*
- *Cuanta más sangre, mejor.*
- *Los de las chicas no.*
- *Cuanta más sangre y más argumentos para matar, mejor.*
- *Sí. Sí.*
- *Como el chico este que mató con la catana...*
- *¿Cómo se llamaba ese juego? "Final Fantasy". A mi no me gusta nada.*
- *Nada, nada, nada.*
- *Pues a todos los chicos les encanta y se tiran horas jugando a eso.*
- *Sí, pero horas, ¿eh? Y se lo pasan de uno a otro, no sé qué... "venga, pásamelo". Muy fuerte, muy fuerte."*

(Mad/Muj/16-17)

En cualquier caso, unos y otras proyectan sobre otros el estereotipo, descargándose con ello del posible encasillamiento en el mismo que podría suponer el reconocimiento propio de que su afición a los videojuegos, en ocasiones, traspasa ciertos límites que lo convierten en un "vicio" del cual es difícil *desengancharse*. Esto queda patente de manera especial en los grupos de chicas aficionadas a los videojuegos, pues cada vez que reconocen su "vicio" o su talante competitivo al respecto, se apresuran en señalar que los videojuegos, esencialmente en lo que a su lado más problemático se refiere, son *cosa de chicos*: respecto al uso de videojuegos, los chicos *siempre más*.

- *"Yo en verano, cuando se acaba el verano... ¿sabes? Te estás todo el verano jugando todo el rato y luego se acaba el verano y de eso que tienes un periodo de una semana o así de eso de estar en clase y "Ahh, tengo que ir a casa a jugar". Pero se pasa rápido. Es como... A mí me pasa eso. Es lo peor del verano. Como todo el mundo se va a la playa, y si te quedas tú en Madrid no tienes nada que hacer, pues te quedas todo el rato a jugar, y luego es como si fuera parte de tu vida.*
- *Claro.*
- *Pero eso les pasa a los chicos durante todo el año, yo creo.*
- *Sí."*

(Mad/Muj/16-17)

La perspectiva del mundo de los videojuegos como un *dominio* de los hombres resulta tan clara y aceptada, que se afirma lo complicado de que una mujer se introduzca por sí misma o por sus amigas en la práctica y afición a ellos. Por tanto, si ellas mismas no acceden (ni parecen querer acceder) a los videojuegos, serán los hombres los que las acerquen: sus hermanos, sus novios, sus amigos. Desde las mujeres, la proyección del estereotipo de jugador hacia los hombres provoca que también les "responsabilicen" de que ellas mismas jueguen a videojuegos: si no llega a ser por mi hermano, mi novio o mi amigo, nunca hubiera jugado.

- *"Yo juego por mi tío.*
- *Claro, porque a lo mejor tienes hermanos o algo, o amigos que juegan... Entonces, ellas si no tienen...*
- *Yo no tengo hermanos...*
- *Pero si fuera por mí sola, yo nunca habría cogido una consola...*
- *No, no, igual que yo. Yo si fuese por mí y no tuviese hermanos, ahí estaba... (...)*
- *Yo las únicas chicas que conozco que juegan es porque sus hermanos pequeños, que les han regalado por Navidades la consola, como les ven jugando, pues se quedan a ver así que hacen y dicen, "a ver, déjame ver que es esto" y ya se vician.*
- *Es que están todo el día hablando de lo mismo, y dices...*
- *"Algo tendrá eso"*
- *...si les gusta tanto...*
- *Si tanto les gusta algo tendrá que tener eso para que les guste, entonces, lo pruebas y como está bien..."*

(Mad/Muj/16-17)

- *"Las pibas no suelen jugar mucho*
- *Conocer pibas (que jueguen) sí, pero por su hermano. Que su hermano tiene la Play... o que el novio le gusta la play*

- *Las chicas lo que más le gusta son las Gameboy*
- *Y las Barbis [RISAS]"*

(Mad/Hom/16-17)

Todo este discurso plantea un panorama claro que deriva en una conclusión que parece lógica: si los videojuegos son *cosa de chicos*, serán ellos quienes más y mejor jueguen, mientras las chicas se mostrarán más *torpes* al respecto. Esto se asume como cierto, lo cual genera una gran presión en los hombres cuando se enfrenten a las mujeres en partidas de determinados videojuegos. Que un chico pierda contra una chica será motivo de risa y burla por parte de otros chicos, al

tiempo que acentuará la competitividad de éste, que se "picará" y buscará resarcirse de la "humillación". Por otro lado, las chicas que dominen una práctica directamente asociada a los hombres, o bien son desacreditadas por éstos por fundamentar su triunfo en la simple fortuna, o bien se rodearán de una aureola que infundirá cierto respeto entre esos mismos hombres, al tiempo que (como ya señalamos anteriormente) es probable que despierte ciertos celos entre las mujeres por el hecho de mostrar cualidades que se asumen como poco femeninas.

- *"Yo juego y me defiende bastante bien en el Quake, y cuando descubren que soy mujer... ¡bueno la que se lío! ¡Dios mío, que me ha ganado una mujer!"*

(Mad/Mix/20-23)

- *"Si les ganas se pican.*
- *Sí, sí, es verdad.*
- *Se pican contigo y dicen "Tengo que ganar", no sé qué.*
- *Sí, se lo toman como si fuera...*
- *"Me ha ganado una tía".*
- *Sí, sí, eso siempre lo dice "Me ha ganado una tía"*
- *Y encima entre ellos se pican: "Hala, que te ha ganado una tía, no sé qué. Que mal lo has hecho".*
- *Sí, sí, siempre.*
- *Y eso es asqueroso...*
- *Es que ellos son... como son los campeones, son los reyes, claro, que les gane una chica..."*

(Mad/Muj/16-17)

CAPÍTULO 9

SITUACIÓN PERSONAL Y VIDEOJUEGOS

En principio, uno de los aspectos más relevantes para evaluar el papel que los videojuegos desempeñan en la vida de los jóvenes es el análisis de su relación con la situación, personal y social, de los individuos. Al manejar el término 'situación personal' estamos haciendo referencia a aquellas dimensiones susceptibles de describir la forma en que el individuo se inscribe en el contexto de la interacción. En nuestro cuestionario, dichas dimensiones se recogen a través de los siguientes ítems:

1. Tengo fama de ser buen amigo/a
2. Me dicen que soy muy agresivo con los demás
3. Tengo muy buenas relaciones con mi familia
4. Cuando hablo en un grupo siempre me escuchan
5. Tengo muchos amigos/as
6. Participo siempre en las actividades que se plantean
7. Me gusta mucho conocer y relacionarme con gente nueva
8. Los demás me ven como a un bicho raro
9. Ayudo mucho a los demás siempre que puedo
10. Mis amigos acuden a mí cuando tienen problemas o les preocupa algo
11. Cuando alguien me molesta me peleo con facilidad
12. Siempre busco apoyo de mi familia cuando me pasa algo importante

Para cada uno de estos ítems los entrevistados tenían que señalar su grado de acuerdo en una escala de 1 a 5 (donde la postura de menor a la de mayor acuerdo con la frase). Como puede apreciarse, a través de estos 12 enunciados se pretende captar las diversas dimensiones (familiares, relaciones de amistad, etc.), fundamentales para una descripción detallada del mundo personal de los jóvenes.

La importancia de una adecuada descripción de la situación personal justifica un análisis detallado que no podemos realizar en el presente capítulo (lo reservamos para el anexo II). Ahora nos ocuparemos exclusivamente de la relación entre este constructo y diversas variables relativas a la imagen y el uso de los videojuegos (incluyendo los problemas o dificultades que estos generan en la vida de los jóvenes). Para tal fin, comenzaremos agrupando los ítems en un número reducido de dimensiones subyacentes, a través de un análisis factorial confirmatorio. A continuación, exploraremos las relaciones existentes entre los factores resultantes y los ejes de opinión hacia los videojuegos anteriormente analizados. Cerraremos considerando la asociación existente entre la situación personal y social y las distintas dimensiones del uso de los videojuegos.

9.1 CUATRO EJES DESCRIPTIVOS DE LA SITUACIÓN PERSONAL

Procediendo de forma similar a ocasiones anteriores, las respuestas a las cuestiones planteadas en la sección del cuestionario dedicada a las dimensiones vitales de los individuos fueron sometidos a un análisis factorial confirmatorio. Los resultados de dicho análisis se reflejan en la tabla 9.1. Al igual que en los análisis factoriales anteriores, la tabla muestra el factor en el cual satura cada ítem, con su coeficiente correspondiente, así como el porcentaje de la varianza explicada por cada uno de los factores.

Tabla 9.1. EJES FACTORIALES "SITUACIÓN PERSONAL"

	Factor 1: Amistad (intensidad de la interacción con el grupo de pares)	Factor 2: Extroversión (amplitud y participación en el grupo de pares)	Factor 3: Agresividad (en la interacción)	Factor 4: Relaciones familiares positivas
VARIANZA EXPLICADA (TOTAL 56.6%)	26.7%	12.4%	8.8%	8.7%
Mis amigos acuden a mí cuando tienen problemas	.785			
Ayudo a los demás siempre que puedo	.727			
Cuando hablo en mi grupo siempre me escuchan	.521			
Tengo fama de ser buen amigo/a	.497			
Tengo muchos amigos/as		.752		
Los demás me ven como un bicho raro		-.637		
Me gusta conocer y relacionarme con la gente		.576		
Participo siempre en las actividades del grupo		.507		
Cuando alguien me molesta me peleo con facilidad			.818	
Me dicen que soy			.812	

muy agresivo con los demás				
Busco apoyo de mi familia cuando tengo problemas				.839
Tengo muy buenas relaciones con mi familia				.788

Nuestros resultados muestran la existencia de cuatro ejes o factores, que en su conjunto explican un 56.6% de la varianza total. A continuación, procedemos a la descripción particularizada de cada eje.

Eje 1. Amistad. Intensidad de la interacción con el grupo de pares.

El primero de nuestros factores incluye aquellos ítems que hacen referencia directa a las relaciones interpersonales que giran en torno a la *amistad*. El concepto de amistad queda definido, de esta forma, a través de la implicación del individuo (el entrevistado) en las necesidades experimentadas por sus amigos, así como el desempeño de un papel relevante en las relaciones grupales. En este sentido, nuestro primer factor puede entenderse como la función de integración que juega el individuo con respecto al resto de sus iguales. En cierta medida, señala al grado de empatía que el individuo despierta en el resto, y que le hace presentarse como “un buen amigo”, una persona digna de confianza y relevante tanto para las actividades grupales (“Cuando hablo en grupo siempre me escuchan) como para las que requieren cierto grado de intimidad (“ayudo a los demás siempre que puedo”). Más aún, a través de este factor se describe la tendencia del individuo a convertirse en una fuente de apoyo para los demás. En resumen, los cuatro ítems que lo constituyen muestran el grado en el cual el individuo se constituye en “el buen amigo”, referencia de la interacción y fuente de apoyo para sus compañeros. En conjunto, explica un 26.7% de la varianza.

Eje 2. Extroversión. Amplitud y participación en el grupo de pares.

Si el factor anterior hacía referencia al contenido de la interacción, el segundo de nuestros ejes llama la atención sobre los aspectos morfológicos de la misma que tienen su origen en el individuo. Refleja la amplitud de la red de interacción (“Tengo muchos amigos”), la expansividad del carácter de la persona (“Me gusta conocer y relacionarme con la gente” y *sensu contrario* “Los demás me ven como a un bicho raro”), así como la participación en la actividades propias de la red de amigos (“Participo siempre en las actividades del grupo”). Como puede apreciarse, este eje no se relaciona con el contenido de la interacción, sino con sus aspectos formales. No incluye, al contrario que el anterior, aspectos funcionales susceptibles

de definir la amistad, sino que capta fundamentalmente la tendencia del individuo a ampliar su círculo de interacción y participar en él. Por tal motivo, hemos elegido la etiqueta "extroversión". Por sí solo, este factor da cuenta del 12.4% de la varianza.

En conjunto, como puede apreciarse, los dos primeros ejes se centran en las relaciones con el grupo de iguales, y describen tanto el contenido como el continente de las mismas: tamaño y expansividad, integración e implicación. Los dos ejes restantes hacen referencia a dimensiones diferentes de la situación personal de los jóvenes.

Eje 3. *Agresividad* (en la interacción).

El tercero de nuestros factores que incluye dos ítems ("Cuando me molestan me peleo con facilidad", "Me dicen que soy muy agresivo") queda definido claramente a través del término agresividad. Se trata del grado en el cual los individuos tienden a mostrar un comportamiento agresivo en su relación con los demás. Gracias a este eje, podemos explicar el 8.8% de la varianza.

Eje 4. *Relaciones familiares positivas*.

El último eje (que explica el 8.7% de la varianza) se centra en el entorno familiar de los jóvenes. Sus dos ítems ("Busco apoyo de mi familia cuando estoy en problemas" y "Tengo muy buenas relaciones con mi familia") recogen en forma positiva las relaciones del individuo con su familia. El primero de ellos describe a la familia como un colchón que amortigua los momentos difíciles de los jóvenes, erigiéndose en fuente de apoyo. El segundo alcanza un mayor nivel de generalidad, y se refiere a unas relaciones positivas sin concretar el aspecto particular.

En conjunto, si excluimos la relaciones escolares (justificadamente) del ámbito personal, nuestros cuatro factores ofrecen una rica información en torno a tres aspectos básicos, para nuestros intereses, de la realidad juvenil: el grupo de amigos (en la doble vertiente descrita), la familia y los elementos conflictivos de sus relaciones personales.

En el anexo II realizaremos un detallado análisis de los correlatos de cada uno de los ejes. Ahora nos interesamos por su relación con la imagen y uso de los videojuegos. ¿En qué medida la situación personal modula las actitudes de los jóvenes hacia los videojuegos y el uso que de ellos hacen? Comenzaremos con nuestro intento por dar respuesta a la primera parte de nuestra pregunta.

9.2. SITUACIÓN PERSONAL Y OPINIONES SOBRE LOS VIDEOJUEGOS

Para ello, nos apoyaremos en los datos mostrados en la Tabla 6.21, en la cual aparecen los cruces de cada uno de los cuatro ejes referentes a la situación personal de los jóvenes con los dos ejes resultantes de nuestro análisis en torno a las opiniones hacia los videojuegos (ver Capítulo 7).

Comencemos por el primero de nuestros ejes de situación personal (*Amistad*). Tal y como puede apreciarse en la Tabla 9.2, a medida que aumenta la implicación en la interacción con los amigos, aumentan las opiniones desfavorables hacia los videojuegos. Así, aquéllos que muestran altas puntuaciones en el eje referido a la amistad, se caracterizan en mayor medida por destacar los aspectos potencialmente negativos del uso de videojuegos (tanto en el eje de *opinión desfavorable* como en el de *opinión favorable*). Ahora bien, es preciso señalar que esta tendencia no es unívoca ni absoluta (si sumamos los porcentajes correspondientes a una actitud bastante y muy desfavorable, son aquéllos que muestran poca implicación en la amistad los que mantienen una opinión desfavorable de los videojuegos, en concreto, el 83.3%). Debe recordarse nuestra argumentación previa, de que es posible considerar a un mismo tiempo como relevantes tanto los aspectos positivos (*Opinión favorable*) como los negativos (*Opinión desfavorable*). Por ejemplo, en el caso de una baja implicación en la amistad éste es el proceso que encontramos: el 30% de los jóvenes que se caracterizan por una baja integración con sus amigos muestra una actitud muy desfavorable a los videojuegos y el 17.8% mantiene una opinión muy favorable de los mismos. De esta manera, vemos cómo nuestro primer factor se relaciona de una forma compleja con la opinión hacia los videojuegos. Como tendremos ocasión de comprobar en las siguientes páginas, esta complejidad tiende a reproducirse en el resto de factores.

De hecho, el análisis que puede realizarse con respecto al segundo factor (*Extroversión*) coincide en gran medida con lo dicho hasta ahora (tabla 9.3). Como vemos, el 42.4% de aquellos que muestran altos niveles de extroversión mantienen a la vez una opinión muy desfavorable de los videojuegos, por tan sólo un 37.9% de los sujetos cuya red de amigos está más restringida. Ahora bien, en términos generales (al sumar las categorías bastante desfavorable y muy desfavorable), dichas diferencias se difuminan casi por completo, y los porcentajes se igualan notablemente (75% frente a 74.5%). En cualquier caso, no es menos cierto que la extroversión se relaciona claramente con una opinión poco favorable hacia los videojuegos, de manera que un 62.5% de los que disfrutan de una amplia red de amigos se sitúa en dicha posición.

Quizá la interpretación menos compleja sea la relativa al tercero de nuestros factores, *Agresividad* (tabla 9.4). Como ponen de manifiesto nuestros datos, a medida que aumenta la agresividad, aumentan tanto las opiniones positivas como las opiniones negativas para con los videojuegos. Es decir, se incrementa el reconocimiento de los posibles problemas que pueda causar el uso de los videojuegos, pero también se maximizan los potenciales “beneficios”. Todo ello se traduce, como veremos posteriormente, en una mayor frecuencia de utilización de los juegos: se reconocen sus problemas, pero la alta valoración de sus dimensiones lúdicas y positivas justifica su uso frecuente.

Por último, en cuanto a las *Relaciones familiares positivas* (tabla 9.5), hay que señalar que muestran una relación en cierto sentido paradójica. Aquellos que muestran una alta satisfacción con su familia y aquellos en la situación contraria (poca satisfacción con sus relaciones familiares) alcanzan porcentajes notablemente similares en su evaluación de los aspectos negativos de los videojuegos. Ahora bien, el grupo de individuos que declara mantener una relación muy satisfactoria con su familia es el que muestra el menor porcentaje en la valoración de los aspectos favorables: 8.2%, (37% al sumar los porcentajes de personas con una opinión bastante y muy favorable). Dicho de otra manera, las relaciones familiares poco funcionales no impiden apreciar las aristas “peligrosas” de los videojuegos, pero incrementan el énfasis en los aspectos positivos. De esta manera, es de esperar que, en general, la frecuencia de uso de videojuegos sea mayor entre aquellos jóvenes cuyas relaciones familiares no son positivas. A la vez, aquellos que se caracterizan por relaciones satisfactorias, destacan los aspectos negativos de los videojuegos, pero al tiempo valoran en menor medida las dimensiones positivas. Por ello, es de esperar que usen los videojuegos con cierta frecuencia, pero en menor medida que el grupo anterior. Como veremos, ambos supuestos serán confirmados por nuestros datos.

Tabla 9.2. Relación entre el eje “Amistad” (Intensidad de la interacción con el grupo de pares) con los ejes de “Opinión sobre los videojuegos”. Porcentajes verticales.

	FACTOR 1: Amistad		
	Intensidad en la interacción con el grupo de pares		
Opinión desfavorable hacia videojuegos	Poca intensidad	Bastante intensidad	Mucha intensidad
Poco desfavorable	16.7	28.9	30.1
Bastante desfavorable	53.3	38.9	33.4
Muy desfavorable	30	32.2	36.5
Opinión favorable hacia videojuegos			
Poco favorable	43.3	56.8	61.3
Bastante favorable	38.9	32.1	29.8
Muy favorable	17.8	11.1	8.9

Tabla 9.3. Relación entre el eje "Extroversión" (Amplitud de la red de amigos y participación en el grupo de pares) con los ejes de "Opinión sobre los videojuegos". Porcentajes verticales.

	FACTOR 2: Extroversión		
	Amplitud y participación en el grupo de pares		
Opinión desfavorable hacia videojuegos	Poca amplitud	Bastante amplitud	Mucha amplitud
Poco desfavorable	25.6	33	25
Bastante desfavorable	36.6	37.2	32.8
Muy desfavorable	37.9	29.8	42.2
Opinión favorable hacia videojuegos			
Poco favorable	50.4	58.6	62.5
Bastante favorable	37.8	32.2	27.2
Muy favorable	11.7	9.2	10.2

Tabla 9.4. Relación entre el eje "Agresividad" (Tendencia a la agresividad en la interacción) con los ejes de "Opinión sobre los videojuegos". Porcentajes verticales.

	FACTOR 3: Agresividad		
	Tendencia a la agresividad en la interacción		
Opinión desfavorable hacia videojuegos	Poca agresividad	Bastante agresividad	Mucha agresividad
Poco desfavorable	31.4	22.1	15.4
Bastante desfavorable	35.8	37.8	27.4
Muy desfavorable	32.8	40.1	57.1
Opinión favorable hacia videojuegos			
Poco favorable	61.7	50.3	47.2
Bastante favorable	29.9	35.5	32.4
Muy favorable	8.4	14.2	20.5

Tabla 9.5. Relación entre el eje "Relaciones familiares positivas" con los ejes de "Opinión sobre los videojuegos". Porcentajes verticales

	FACTOR 4: Relaciones familiares positivas		
	Poco positivas	Bastante positivas	Muy positivas
Opinión desfavorable hacia videojuegos			
Poco desfavorable	25.7	34.2	27.8
Bastante desfavorable	33	35.4	36.1
Muy desfavorable	41.4	30.4	36
Opinión favorable hacia videojuegos			
Poco favorable	56.3	53.8	63
Bastante favorable	29.8	35.1	28.8
Muy favorable	13.9	11.1	8.2

9.3. SITUACIÓN PERSONAL, USO DE VIDEOJUEGOS Y PROBLEMAS.

Hasta aquí, el análisis de las conexiones entre la situación personal de los jóvenes y su opinión sobre los videojuegos. Dicho análisis, obviamente, no agota las posibilidades que ofrecen los datos del cuestionario. Es posible que las preferencias por uno u otro tipo de juegos se relacione con las características del escenario vital del que es protagonista la persona. A este último aspecto se dedican las siguientes tablas (9.6, 9.7, 9.8 y 9.9). En ellas se ofrecen los resultados del cruce de los cuatro factores sobre 'situación personal' (*Amistad, Extroversión, Agresividad y Relaciones familiares positivas*) con los cuatro ejes que agruparon a los videojuegos según su tipología (*Deporte, Rol, estrategia y aventura, Combate, y Plataforma*). Se intenta definir el perfil, en términos de relaciones de amistad, extroversión, agresividad y relaciones familiares, para los usuarios de cada tipo de juego.

Tabla 9.6. Relación entre el eje "Amistad" (Intensidad de la interacción con el grupo de pares) con los ejes de "tipos de videojuegos más utilizados". Porcentajes verticales

	FACTOR 1: <i>Amistad</i>		
	Intensidad en la interacción con el grupo de pares		
<i>Deporte</i> Frecuencia de uso	Poca intensidad	Bastante intensidad	Mucha Intensidad
Poca frecuencia	41.3	32.1	38.6
Bastante frecuencia	34.9	34.7	29.1
Mucha frecuencia	23.8	33.1	32.3
<i>Rol, Estrategia y Aventura</i> Frecuencia de uso			
Poca frecuencia	37.1	38.2	47.1
Bastante frecuencia	33.9	36	28.7
Mucha frecuencia	29	25.8	24.2
<i>Combate</i> Frecuencia de uso			
No existen diferencias significativas.			
<i>Plataforma</i> Frecuencia de uso			
Poca frecuencia	44.4	50.2	41.9
Bastante frecuencia	25.4	26	29.6
Mucha frecuencia	30.2	23.8	28.5

Tabla 9.7. Relación entre el eje "Extroversión" (Amplitud de la red de amigos y participación en el grupo de pares) con los ejes de "tipos de videojuegos más utilizados". Porcentajes verticales

FACTOR 2: Extroversión			
Amplitud de la red de amigos y participación en el grupo de pares			
Deporte Frecuencia de uso	Poca amplitud	Bastante amplitud	Mucha amplitud
Poca frecuencia	38.9	35.9	37.5
Bastante frecuencia	34.4	33.4	26.8
Mucha frecuencia	26.7	30.7	35.7
Rol, Estrategia y Aventura Frecuencia de uso			
Poca frecuencia	40.5	45.4	43.3
Bastante frecuencia	38.9	32	28.2
Mucha frecuencia	20.6	22.6	28.5
Combate Frecuencia de uso			
Poca frecuencia	44.6	44.8	36.5
Bastante frecuencia	37.7	31.4	29.3
Mucha frecuencia	17.7	23.7	34.2
Plataforma Frecuencia de uso			
No existen diferencias significativas			

Tabla 9.8. Relación entre el eje "Agresividad" (Tendencia a la agresividad en la interacción) con los ejes de "tipos de videojuegos más utilizados". Porcentajes verticales

FACTOR 3: Agresividad			
Tendencia a la agresividad en la interacción			
Deporte Frecuencia de uso	Poca agresividad	Bastante agresividad	Mucha agresividad
No existen diferencias significativas			
Rol, Estrategia y Aventura Frecuencia de uso			
No existen diferencias significativas			
Combate Frecuencia de uso			
Poca frecuencia	44.3	34.4	21.6
Bastante frecuencia	32.1	30.8	19.8
Mucha frecuencia	23.6	34.8	58.6
Plataforma Frecuencia de uso			
Poca frecuencia	43	44.5	60.6
Bastante frecuencia	29.1	29.3	18.3
Mucha frecuencia	27.8	26.2	21.1

Tabla 9.9. Relación entre el eje “Relaciones Familiares satisfactorias” con los ejes de “Tipos de videojuegos más utilizados”. Porcentajes verticales

FACTOR 4: Relaciones familiares positivas			
Deporte	Poca positivas	Bastante positivas	Muy positivas
Frecuencia de uso			
Poca frecuencia	45.6	27.9	39.2
Bastante frecuencia	27	38.3	28.1
Mucha frecuencia	27.4	33.8	32.7
Rol, Estrategia y Aventura			
Frecuencia de uso			
Poca frecuencia	37.4	41.2	47.5
Bastante frecuencia	31.5	33.7	29.6
Mucha frecuencia	31.1	25.1	23
Combate			
Frecuencia de uso			
Poca frecuencia	37.7	34.2	46.4
Bastante frecuencia	25.4	37.2	29.3
Mucha frecuencia	36.9	28.6	24.3
Plataforma			
Frecuencia de uso			
Poca frecuencia	52.7	44.6	42.2
Bastante frecuencia	22.4	27.3	30.5
Mucha frecuencia	24.9	28.1	27.3

Juegos deportivos. Las características fundamentales de los jóvenes que utilizan juegos deportivos con mucha frecuencia son las siguientes: un buen nivel de implicación en *Amistad*: bastante (33.1%) o mucho (32.3%); tendencia a la *Extroversión* y unas *Relaciones familiares positivas*, ya sea en un nivel medio (33.8%) o alto (32.7%). El componente de agresividad en las relaciones sociales no implica diferencia en la frecuencia de utilización de los juegos deportivos. Como puede apreciarse, por tanto, estos juegos son más propios de aquellos individuos que gozan de altos niveles de integración entre sus amigos, buenas relaciones familiares y además tienen una tendencia a la extroversión. Se trata, por tanto, de juegos asociados con la interacción social, con la cooperación multilateral. De esta forma, el matiz de competencia asociado a los juegos deportivos se ve inmerso en una red cooperativa, integrada, en la cual los individuos interactúan intensamente tanto en el contenido de la relación como en su forma.

Juegos de Rol, estrategia y aventura. Para este tipo de juegos, el perfil de los usuarios se modifica ligeramente. La *Agresividad* sigue sin marcar diferencias significativas, y siguen siendo aquellos jóvenes con una marcada *Extroversión* (28.5%) los que utilizan estos juegos de forma más frecuente. Ahora bien, en las

otras dos dimensiones la relación es inversa a la establecida con los juegos de Deporte. Son aquéllos que experimentan bajos niveles de integración en su grupo de amigos (29%) y aquéllos cuyas relaciones familiares (31.1%) son poco satisfactorias los que prefieren en mayor medida los juegos de aventura. Por tanto, su uso no se relaciona con una reducida red o con una tendencia al aislamiento social, más bien al contrario: son aquéllos que afirman tener un amplio grupo de amigos y disfrutar conociendo gente nueva los que más se acercan a este tipo de juegos. Es la calidad de las relaciones sociales (pobre implicación en la amistad, pobres relaciones familiares) lo que marca la diferencia con respecto al factor anterior. En resumen, los individuos con amplias redes de interacción pero poco integrados en ellas son los que con mayor asiduidad utilizan los juegos de rol, estrategia y aventuras.

Juegos de Combate. El perfil de los usuarios de juego de combate es el que cabría esperar de forma intuitiva. El eje *Amistad* no alcanza el grado de significación estadística necesario. Son los individuos más extrovertidos o expansivos en sus relaciones los que en mayor medida utilizan los juegos de combate (34.2%; si sumamos los porcentajes de uso con bastante y mucha frecuencia, el porcentaje alcanza el 63.5%). Además, las *Relaciones familiares* poco satisfactorias se relacionan de forma clara con los juegos de combate: casi el 37% de los que afirman no obtener apoyo de su familia y no tener buenas relaciones con ella utiliza con mucha frecuencia este tipo de juegos; el porcentaje desciende hasta el 24.3% para aquellos que encuentran en su familia una interacción satisfactoria. En este sentido encontramos un escenario parecido al descrito para los juegos de aventura: una tendencia a la extroversión con un resultado poco satisfactorio. Con un añadido: como no podía ser de otra manera, aquellos que muestran un alto componente de agresividad en sus relaciones sociales utilizan con una frecuencia patentemente superior estos juegos. En realidad, casi el 60% de los jóvenes con un fuerte contenido agresivo en su interacción utiliza este tipo de juegos.

Al evaluar esta relación es preciso proceder con absoluta cautela. No se está afirmando aquí que el uso de juegos de combate genere violencia o incremente la agresividad en las relaciones de los jóvenes. De hecho, la lectura de los porcentajes no permite tal tipo de conclusión. Es muy difícil establecer relaciones de causalidad, sobre todo en ausencia de datos longitudinales, de manera que no podemos concluir en un sentido u otro: ¿es la agresividad lo que lleva a elegir juegos de combate o es el uso de este tipo de juegos lo que incrementa la agresividad en los jóvenes? La cautela necesaria nos lleva a concluir que existe una relación entre ambas variables, que en términos porcentuales resalta, pero que no se refiere a todos los jóvenes que usan estos juegos; es más cierto que un alto porcentaje de los jóvenes que muestran un alto grado de agresividad en sus

relaciones con los otros usan con frecuencia juegos de combate. De forma que la relación es clara, de hecho la más clara de las últimas tablas, y sugiere la necesidad de prestar especial atención a las conexiones entre ambos aspectos.

Juegos de Plataforma. Hay que señalar que el uso de juegos de plataforma se relaciona con unas *Relaciones familiares* bastante o muy satisfactorias (28.1 y 27.3% respectivamente) y con un reducido componente de *Agresividad* en la vida del usuario (en el 27.8% de los casos). De hecho, más del 60% de los jóvenes cuya interacción está caracterizada por la *Agresividad* declaran jugar con poca frecuencia a este tipo de juegos. En cuanto a la *Extroversión*, no se trata de un eje significativo. Por último, señalar que la implicación en las relaciones de *Amistad* muestra una relación paradójica con el uso de los juegos de plataforma: el 30.2% de los individuos que declaran poca integración en su entorno declara utilizarlos, al tiempo que un 28.5% de los individuos que señalan una alta implicación en sus relaciones amistosas lo hace de la misma forma. Así, parece que tanto altas como bajas puntuaciones en el factor *Amistad* se relacionan con un uso frecuente de los juegos de plataforma.

9.4. SITUACIÓN PERSONAL, FRECUENCIA Y FORMA DE USO Y PROBLEMAS RELACIONADOS CON LOS VIDEOJUEGOS

Continuando el análisis de las correlaciones que se establecen a partir de los ejes de situación personal, se ha procedido a cruzarlos con las variables que tienen que ver con la frecuencia y forma de uso de los videojuegos, así como con el tipo de problemas experimentados a causa de los mismos. Las variables de uso de videojuegos utilizadas son las siguientes: frecuencia de juego, lugar habitual de juego, forma de juego y problemas causados por el uso de videojuegos. También han sido trabajadas las variables "razones para no volver a jugar tras haber probado algún videojuego" y "deseo de jugar en aquellos que no han probado videojuego alguno" pero no se reflejan en las tablas porque no son discriminantes para ningún eje. Las tablas 9.10, 9.11, 9.12 y 9.13 ofrecen los resultados. Como puede apreciarse, la información es abundante y especialmente rica. Por nuestra parte, trataremos de sistematizarla en cuatro grandes bloques, coincidentes con los cuatro factores o ejes: *Amistad*, *Extroversión*, *Agresividad* y *Relaciones familiares*.

relaciones con los otros usan con frecuencia juegos de combate. De forma que la relación es clara, de hecho la más clara de las últimas tablas, y sugiere la necesidad de prestar especial atención a las conexiones entre ambos aspectos.

Juegos de Plataforma. Hay que señalar que el uso de juegos de plataforma se relaciona con unas *Relaciones familiares* bastante o muy satisfactorias (28.1 y 27.3% respectivamente) y con un reducido componente de *Agresividad* en la vida del usuario (en el 27.8% de los casos). De hecho, más del 60% de los jóvenes cuya interacción está caracterizada por la *Agresividad* declaran jugar con poca frecuencia a este tipo de juegos. En cuanto a la *Extroversión*, no se trata de un eje significativo. Por último, señalar que la implicación en las relaciones de *Amistad* muestra una relación paradójica con el uso de los juegos de plataforma: el 30.2% de los individuos que declaran poca integración en su entorno declara utilizarlos, al tiempo que un 28.5% de los individuos que señalan una alta implicación en sus relaciones amistosas lo hace de la misma forma. Así, parece que tanto altas como bajas puntuaciones en el factor *Amistad* se relacionan con un uso frecuente de los juegos de plataforma.

9.4. SITUACIÓN PERSONAL, FRECUENCIA Y FORMA DE USO Y PROBLEMAS RELACIONADOS CON LOS VIDEOJUEGOS

Continuando el análisis de las correlaciones que se establecen a partir de los ejes de situación personal, se ha procedido a cruzarlos con las variables que tienen que ver con la frecuencia y forma de uso de los videojuegos, así como con el tipo de problemas experimentados a causa de los mismos. Las variables de uso de videojuegos utilizadas son las siguientes: frecuencia de juego, lugar habitual de juego, forma de juego y problemas causados por el uso de videojuegos. También han sido trabajadas las variables "razones para no volver a jugar tras haber probado algún videojuego" y "deseo de jugar en aquellos que no han probado videojuego alguno" pero no se reflejan en las tablas porque no son discriminantes para ningún eje. Las tablas 9.10, 9.11, 9.12 y 9.13 ofrecen los resultados. Como puede apreciarse, la información es abundante y especialmente rica. Por nuestra parte, trataremos de sistematizarla en cuatro grandes bloques, coincidentes con los cuatro factores o ejes: *Amistad*, *Extroversión*, *Agresividad* y *Relaciones familiares*.

Tabla 9.10. Relación entre el eje "Amistad" (Intensidad de la interacción con el grupo de pares) con diversas variables relativas al uso de videojuegos. Porcentajes verticales.

Frecuencia con que se juega	FACTOR 1: <i>Amistad</i>			
	Intensidad en la interacción con el grupo de pares			
	Poca intensidad	Bastante intensidad	Mucha intensidad	Total
Nunca o rara vez	1.6	1.8	3.7	3.1
Alguna vez al mes	19.4	21.5	19.2	19.9
1 ó 2 veces a la semana	29	31.7	36.5	34.9
3 ó más días a la semana	32.3	26.3	20.5	22.5
Todos los días	17.7	18.7	20.1	19.6
Dónde se juega				
En casa	87.3	81.1	74.3	76.7
En casa de un amigo	3.2	9.2	10.7	10
En salones recreativos	7.9	8	13.8	11.9
En la calle u otros lugares públicos	-	0.4	1.1	0.9
En otros lugares	1.6	1.4	0.1	0.5
Cómo se juega (Respuesta múltiple)				
Solo	78.6	66.9	62.3	64.2
Solo pero en red	6	7.2	4.8	5.5
Con amigos presentes	45.4	55.8	66.2	62.5
Con amigos en red	2	5.5	4.2	4.5
Con los padres presentes	1.1	4.7	2.7	3.2
Problemas experimentados (respuesta múltiple)				
Dormir menos por jugar	20.4	17.6	14.2	15.4
Saltar comidas o cenas	12.2	13.1	20.5	11.3
Dejar de ir a clase	6.1	3.3	3.9	3.8
No realizar tareas escolares	31.5	28.9	17.6	21.3
Discutir con los padres	38	25.5	17.5	20.5
Discutir con los amigos	8.4	7.2	3.5	4.8
Gastar demasiado dinero	18.4	9	9.8	9.8
Olvidar algún compromiso	24.8	15.7	13.2	14.4
Le han dicho que juega demasiado	15.4	14.9	8.8	10.8
Ningún problema	35.3	48	60.8	56.2

Tabla 9.11. Relación entre el eje “Extroversión” (Amplitud de la red de amigos y participación en el grupo de pares) con diversas variables relativas al uso de videojuegos. Porcentajes verticales.

	FACTOR 2: <i>Extroversión</i>			
	Amplitud de la red de amigos y participación en el grupo de pares			
Frecuencia de uso	Poca amplitud	Bastante amplitud	Mucha amplitud	Total
Nunca o rara vez	-	3.5	3	3.1
Alguna vez al mes	24.4	18.7	20.5	19.9
1 ó 2 veces a la semana	33.9	38.8	29.1	34.9
3 ó más días a la semana	27.6	22.4	22.4	22.5
Todos los días	14.2	16.6	25	19.6
Dónde se juega				
En casa	84.7	74.7	78.2	76.7
En casa de un amigo	7.6	11.7	8	10
En salones recreativos	6.9	12.8	11.6	11.9
En la calle u otros lugares públicos	-	0.1	2.1	0.9
En otros lugares	0.8	0.7	-	0.5
Cómo se juega (Respuesta múltiple)				
Solo	71	64.9	62.2	64.2
Solo pero en red	5.5	5	6.1	5.5
Con amigos presentes	48.4	64.5	62	62.5
Con amigos en red	6.2	4.6	3.9	4.5
Con los padres presentes	3.4	2.7	3.8	3.2
Problema experimentados (Respuesta múltiple)				
Dormir menos por jugar	14.9	14.8	16.3	15.4
Saltar comidas o cenas	9.9	11.2	11.6	11.3
Dejar de ir a clase	2.4	3.4	4.6	3.8
No realizar tareas escolares	28.5	20.5	21.2	21.3
Discutir con los padres	8.1	4.2	4.9	20.5
Discutir con los amigos	8.1	4.2	4.9	4.8
Gastar demasiado dinero	10.8	9.4	10.3	9.8
Olvidar algún compromiso	13.6	15.1	13.3	14.4
Le han dicho que juega demasiado	14.2	10.3	10.8	10.8
Ningún problema	49.7	57.2	56	56.2

Tabla 9.12. Relación entre el eje "Agresividad" (Tendencia a la agresividad en la interacción) con diversas variables relativas al uso de videojuegos. Porcentajes verticales.

FACTOR 3: Agresividad				
Tendencia a la agresividad en la interacción				
Frecuencia de uso	Poca agresividad	Bastante agresividad	Mucha agresividad	Total
Nunca o rara vez	3.3	2.2	0.9	3.1
Alguna vez al mes	19.9	20.4	15.6	19.9
1 ó 2 veces a la semana	36.7	28.3	24.8	34.9
3 ó más días a la semana	22.3	23.9	27.5	22.5
Todos los días	17.8	25.2	31.2	19.6
Dónde se juega				
En casa	77.3	75.3	73.9	76.7
En casa de un amigo	9	15.2	11.7	10
En salones recreativos	12.6	8.7	9.9	11.9
En la calle u otros lugares públicos	0.9	0.4	0.9	0.9
En otros lugares	0.2	0.4	3.6	0.5
Cómo se juega (respuesta múltiple)				
Solo	66.5	57.1	52.1	64.2
Solo pero en red	5.3	7.2	4.1	5.5
Con amigos presentes	63	58.8	61.1	62.5
Con amigos en red	4.7	3.8	2.9	4.5
Con los padres presentes	3.1	3.6	2.4	3.2
Problemas experimentados (Respuesta múltiple)				
Dormir menos por jugar	13.8	23.5	17.9	15.4
Saltar comidas o cenas	9.3	19.4	19.2	11.3
Dejar de ir a clase	3	7.2	7.1	3.8
No realizar tareas escolares	19.2	25.7	40	21.3
Discutir con los padres	17.9	33.4	28	20.5
Discutir con los amigos	4	6.3	10.3	4.8
Gastar demasiado dinero	8.3	13.9	19.9	9.8
Olvidar algún compromiso	13.3	15.7	24.9	14.4
Le han dicho que juega demasiado	10.1	14.4	11.4	10.8
Ningún problema	60.4	42.2	31.7	56.2

Tabla 9.13. Relación entre el eje “Relaciones familiares satisfactorias” con diversas variables relativas al uso de videojuegos. Porcentajes verticales.

Frecuencia de uso	FACTOR 4: <i>Relaciones Familiares positivas</i>			
	Poco positivas	Bastante positivas	Muy positivas	Total
Nunca o rara vez	4.2	2.3	3.2	3.1
Alguna vez al mes	20.2	21.8	18.7	19.9
1 ó 2 veces a la semana	27.7	39.7	33.8	34.9
3 ó más días a la semana	28.2	20.8	22.5	22.5
Todos los días	19.7	15.4	21.7	19.6
Dónde se juega				
No existen diferencias significativas				
Cómo se juega (Respuesta múltiple)				
Solo	66.6	64.3	63.8	64.2
Solo pero en red	6.8	8.8	3.4	5.5
Con amigos presentes	51.5	62.5	64.8	62.5
Con amigos en red	6.6	3.6	4.4	4.5
Con los padres presentes	2.4	3.7	3.2	3.2
Problemas experimentados (Respuesta múltiple)				
Dormir menos por jugar	22.8	16.4	13	15.4
Saltar comidas o cenas	17.3	13	8.9	11.3
Dejar de ir a clase	5.5	5.3	2.6	3.8
No realizar tareas escolares	35.6	24.2	16.4	21.3
Discutir con los padres	32.9	21.2	17.3	20.5
Discutir con los amigos	7.4	5.9	3.5	4.8
Gastar demasiado dinero	11.3	11.1	8.8	9.8
Olvidar algún compromiso	19.8	16.6	11.8	14.4
Le han dicho que juega demasiado	19.6	11.6	8.2	10.8
Ningún problema	32.5	51.2	64.5	56.2

Eje 1. Amistad. Como puede apreciarse en los datos de la tabla 9.10, altas puntuación en este factor no implican baja frecuencia de juego. De hecho, el 20.1% de los individuos que se caracterizan por una alta implicación en las relaciones de amistad juegan diariamente, y un 36.5% juegan una o dos veces por semana. Ciertamente, utilizan, en general, con menor frecuencia los videojuegos en relación a los individuos con una implicación media y baja. Pero, repetimos, en ningún caso los porcentajes son despreciables. Las principales diferencias se dejan sentir en la forma de jugar y en los problemas experimentados. En general, mayores puntuaciones en este factor se relacionan con una mayor tendencia a evitar la soledad para jugar (66.2%). Más de un 24% de los jóvenes altamente integrados en su red de amistad juega en casa de un amigo o en salones

recreativos, y el porcentaje de juego en soledad es el menor de todos, (un 62.3%). Al contrario, los individuos caracterizados por una baja implicación afectiva con los amigos juegan en mayor medida en casa (87.3%) y en soledad (78.6%). Además, son éstos los que experimentan problemas en mayor medida. Tan sólo un 35.3% declara no haber sufrido dificultad alguna con origen en los videojuegos y, además, la gama de problemas experimentados es bastante amplia: discusiones con los padres (38%), no realizar tareas escolares (31.5%), absentismo escolar (6.1%), dormir menos por jugar (20.4%), gastar demasiado dinero en juegos (18.4%), etc. De esta forma, podemos concluir que una escasa integración en las relaciones de amistad tiene su reflejo en un aislamiento a la hora de jugar y en el incremento de los problemas en las relaciones sociales de todo tipo.

Eje 2. Extroversión. El patrón de relación de nuestro segundo factor sigue, a grandes rasgos, el descrito para el eje 1 como puede verse en la tabla 9.11. De esta manera, tampoco una tendencia a ampliar la red de amigos y a participar en las actividades del grupo aboca a una menor frecuencia de juego. Al contrario, nuestros resultados muestran que a medida que aumenta la extroversión, incrementa el porcentaje de jóvenes que juegan diariamente, hasta alcanzar el 25% (el 47.4% si incluimos a aquellos que juegan 3 ó más días a la semana). De nuevo, el principal matiz se introduce en la consideración de las formas en que se realiza la actividad. Así se repite el guión anteriormente marcado: los jóvenes con menor tendencia a la extroversión juegan en mayor medida en casa (84.7%), más en soledad (71%) y menos compartiendo con otros amigos (48.8%). La principal desviación con respecto al eje 1 *Amistad* se centra en los problemas experimentados a causa de los videojuegos. En este punto, las diferencias en los porcentajes de jóvenes que han sufrido algún tipo de dificultad se reducen (si bien el mayor sigue siendo para aquéllos cuyas relaciones interpersonales son menos satisfactorias), y varía notablemente el rango de problemas experimentado. De hecho, el porcentaje de absentistas entre los jóvenes menos extrovertidos es el menor (2.4%), y los más extrovertidos muestran el porcentaje más elevado (4.6%). En el otro extremo, descuidar las tareas escolares y discutir con amigos y con los padres son los problemas originados en el uso de videojuegos más frecuentes entre los jóvenes que disponen de una red de amigos más limitada y participan menos en ella.

Eje 3. Agresividad. A diferencia de los anteriores factores, el uso de videojuegos muestra una clara relación directa con la agresividad (tabla 9.12). Así, a medida que esta última aumenta, lo hace también la frecuencia de juego. El 31.2% de los jóvenes más agresivos en sus relaciones sociales juega todos los días, y el 58.7% lo hace tres o más días a la semana. Es significativo que menos de un 1% juegue nunca o rara vez. Además, es interesante señalar que estos jóvenes juegan en un alto porcentaje solos (66.5%), pero también con amigos presentes (63%). Ambos

porcentajes son los más elevados, y ponen de manifiesto que la agresividad no aísla necesariamente a los sujetos, sino que más bien planea sobre sus relaciones sociales. Igualmente sobresaliente es la relación existente con los problemas experimentados, una fuerte asociación con un signo claro: la agresividad, cualquier grado (*bastante o mucha* en nuestra tabla) viene acompañada, indefectiblemente, por un incremento de los problemas originados en los videojuegos. Además, este incremento de problemas se da en prácticamente todos los problemas acerca de los cuales fueron interrogados los sujetos, destacando el alto porcentaje de absentismo escolar (7.2 y 7.1%), de discusiones con los padres (33.4 y 28%), discusiones con los amigos (6.3 y 10.3%), el descuido de las tareas escolares (25.7 y 40%) y de alguna cita o compromiso (15.7 y 24.9%). En resumen, los jóvenes caracterizados por relaciones sociales agresivas juegan más, en cualquier contexto, solos o acompañados y presentan los mayores niveles de dificultades relacionadas con los videojuegos. Como en el apartado anterior, la agresividad aparece como un correlato del uso de videojuegos. Y al igual que en el apartado anterior, nuestra reflexión trata de evitar la polémica de la relación causal para centrarse en una necesaria llamada de atención a la importancia que la conducta agresiva cobra en nuestro estudio sobre videojuegos.

Eje 4. Relaciones familiares positivas. Como puede observarse en la tabla 9.13 de las diversas variables de uso de videojuegos incluidas en nuestro análisis, tan sólo tres mostraron una relación significativa con la dimensión familiar de la situación personal de los jóvenes: la frecuencia, la forma de jugar y los problemas asociados. En primer lugar, señalar que, nuevamente, las relaciones familiares muestran un papel aparentemente paradójico: los datos para los individuos menos satisfechos y para los individuos más satisfechos tienden a la convergencia, y son aquellos que ocupan un lugar intermedio los que con menos frecuencia juegan. Así, un ambiente familiar “hostil” para el joven lleva a un mayor uso de los videojuegos, mientras que un entorno satisfactorio lo facilita. La principal diferencia se da en la forma de jugar y en los problemas experimentados. En concreto, los individuos cuyas relaciones familiares son poco satisfactorias juegan más en soledad (66.6%) y menos con amigos presentes (51.5%). Además, experimentan un mayor número de problemas y en ámbitos vitales: duermen menos por jugar (22.8%), obvian comidas o cenas (17.3%), no realizan tareas escolares (32.6%), y discuten con padres (32.9%) y amigos (7.4%), todo ello en mayor medida que el resto de jóvenes.

En resumen, podemos comprobar cómo la situación personal de los jóvenes ha demostrado un importante papel a la hora de analizar la opinión, el uso y los problemas asociados a los videojuegos. En especial, destaca la importancia de una implicación en las relaciones de amistad y de la disponibilidad de una amplia red de amigos en la cual el individuo participe activamente. Asimismo, las relaciones familiares constituyen uno de los correlatos más importantes desde el punto de

vista de los posibles programas de intervención, dada su relación – fundamentalmente – con la frecuencia con la que se juega y los problemas que encaran los jóvenes a causa de los videojuegos. Por último, destacar que agresividad y ciertas características de los juegos aparecen claramente conectadas en nuestros datos, si bien reiteramos nuestra anterior advertencia: la cautela necesaria para no incurrir en errores al establecer la dirección de la asociación.

CAPÍTULO 10

LOS JUEGOS POLÉMICOS

A lo largo de todo el estudio hemos venido analizando las preferencias de los jóvenes hacia algunos tipos genéricos de videojuegos. Hemos visto también las características más sobresalientes de los usuarios de unos y otros tipos, así como las relaciones que se observan entre el uso frecuente de este tipo de juegos y las formas de jugar, preferencias, situaciones personales de los jóvenes, percepción de problemas asociados, etc.

Sin embargo, en el momento de hacer el estudio, existe una predisposición social a mantener una cierta prevención hacia el uso de videojuegos. Una predisposición que se hace patente tanto en la polémica no resuelta, en los discursos generales y en los técnicos que ya hemos reflejado en la introducción del estudio, sobre los posibles efectos nocivos de dicho uso, como en la concreción y adopción de una serie de medidas formales para delimitar el uso de videojuegos en determinadas circunstancias, especialmente entre los menores de edad.

Lógicamente en el planteamiento de la polémica están presentes algunos elementos formales de los videojuegos que afectan a determinados formatos y contenidos y que, en definitiva, tienen expresión directa en videojuegos concretos.

Aunque nuestro estudio no tiene como objetivo profundizar en el análisis de los efectos de los videojuegos, sí es oportuno, desde nuestra perspectiva de análisis (es decir, la distribución de usuarios, frecuencias y características del uso), aportar alguna información respecto al uso de algunos de esos juegos que, de forma concreta y particular, han recibido algún tipo de crítica sobre sus contenidos, formatos o cualquier otra característica que los convierten en “polémicos” o potencialmente nocivos.

A estos efectos incluimos en el cuestionario una batería de preguntas sobre frecuencias de uso de siete videojuegos:

- *Guardián de la Mazmorra*
- *Alundra*
- *Koudelka*
- *Prisioneros de guerra*
- *El Mesías*
- *Blade*
- *Carmaggedon*

La selección de estos en particular, que es en todo caso limitada, se realizó a partir de las menciones que se recogieron de algunos de los representantes de las entidades sociales y comerciales que fueron entrevistados en la primera fase del

estudio. Alguno de estos videojuegos había requerido modificaciones en su formato original para que se permitiera su comercialización, a causa de la polémica que suscitó.

La información que reflejamos sobre estos juegos es de dos tipos. En un primer momento vamos a analizar las frecuencias de uso de cada uno de ellos, así como las características más sobresalientes de los usuarios más frecuentes, tal como hemos hecho con el resto de tipos de videojuegos. En un segundo apartado presentamos los resultados de una prueba de valoración de estos juegos, en comparación con otros que no han sido objeto de polémica formal, realizada a partir de un grupo nominal y en función de una batería específica de indicadores.

10.1. USO DE JUEGOS POLÉMICOS

Una primera conclusión que resulta de la lectura de las tablas siguientes es que cinco de los siete juegos contemplados son desconocidos, como mínimo, por el 54.6% de los jóvenes que juegan con videojuegos (es el caso de *El Mesías*), porcentaje que se eleva al 66.6% de los jugadores en el caso del *Guardián de la Mazmorra*. Los otros dos juegos, *Blade* y *Carmaggedon*, resultarían claramente más cercanos a los usuarios jóvenes de videojuegos, de tal manera que la proporción de los que no los conocen se reduce al 33.7% en el caso de *Blade* y al 29.4% en el de *Carmaggedon*.

Lógicamente la frecuencia de uso está condicionada por el dato anteriormente señalado, de tal manera que el uso bastante o muy frecuente no supera el 5% de los jóvenes jugadores en lo que respecta a esos cinco primeros juegos: es el 1.9% de los jugadores en el caso del *Guardián de la Mazmorra*; el 2.8% en el de *Alundra*; el 2.3% en el de *Koudelka*; el 3.2% en el caso de *Prisioneros de Guerra* y el 4.1% de jóvenes jugadores usan con bastante o mucha frecuencia *El Mesías*. En lo que respecta a *Blade* y *Carmaggedon*, encontramos un 12%, para el primero, y un 17.1% para el segundo de jugadores que los usan con bastante o mucha frecuencia (tabla 10.1).

Tabla 10.1. Frecuencia de uso de distintos juegos polémicos entre los jóvenes que juegan con videojuegos (%)

Juego	No conoce	Nunca/casi nunca	A veces	Bastante/mucho	Total (N)
Guardián de la Mazmorra	66.6	27.0	4.5	1.9	1717
<i>Alundra</i>	59.1	31.4	6.7	2.8	1712
Koudelka	65.5	27.0	5.3	2.3	1710
Prisioneros de guerra	61.9	26.8	8.1	3.2	1712
El Mesías	54.6	33.7	7.6	4.1	1716
Blade	33.7	35.1	19.2	12.0	1722
Carmaggedon	29.4	31.6	21.8	17.1	1720

Base: los que juegan en la actualidad

Estos resultados expresan claramente el uso extremadamente minoritario de cinco de los siete juegos contemplados, minoría que es aún más contundente si tomamos como referencia a la totalidad de los jóvenes, incluidos los que no usan videojuegos en la actualidad (tabla 10.2). En este supuesto el porcentaje de usuarios frecuentes de estos juegos, dentro del conjunto de los jóvenes entre 14 y 18 años, es tan sólo del 2.3% en el caso de El Mesías, el más conocido y usado de esos cinco primeros juegos, e inferior al 2% en los otros cuatro (Guardián de la Mazmorra 1,1%, Alundra 1.6%, Koudelka 1.3% y Prisioneros de Guerra 1.8%).

Tabla 10.2. Diferencias según género y edad en el uso con bastante o mucha frecuencia de los distintos juegos polémicos

	% sobre la muestra	% sobre total de jugadores	Género*		Edad*		
			Varón	Mujer	14-15	16-17	18
Guardián de la Mazmorra	1.1	1.9	ND		ND		
Alundra	1.6	2.8	3.9	0.9	ND		
Koudelka	1.3	2.3	3.1	0.9	ND		
Prisioneros de guerra	1.8	3.2	4.1	1.7	ND		
El Mesías	2.3	4.1	5.4	1.5	ND		
Blade	6.9	12.0	15.1	6.4	ND		
Carmaggedon	9.8	17.1	23.4	7.6	ND		

* Base: los que juegan en la actualidad.

ND: p>.05

Centrándonos en los dos juegos que cuentan con una mayor proporción de seguidores frecuentes, Blade y Carmaggedon, podemos resaltar algunos de los perfiles más relevantes.

Como ya hemos avanzado, *Carmaggedon* es el más conocido y usado de los siete juegos polémicos que hemos analizado. Un 9.8% de los jóvenes entre 14 y 18

años son usuarios bastante o muy frecuentes de este videojuego, porcentaje que se eleva al 17.1% tomando como referencia sólo a los jóvenes que juegan en la actualidad con algún tipo de videojuego. Como en casi todos los juegos estudiados las diferencias por género son importantes, de tal manera que la proporción de usuarios frecuentes es del 23.4% entre los chicos que juegan, más del triple que entre las chicas (7.6%), sin que se reflejen diferencias significativas por edad.

Respecto a otras características sociodemográficas (tabla 10.3), el porcentaje de este tipo de jugadores más frecuentes es significativamente superior en los municipios de mayor tamaño (en todos los hábitats por encima de los 50.000 habitantes) y entre los que se consideran de la segunda mitad de la clase. Alcanza el 26% entre los que se declaran no creyentes y el 20% entre los agnósticos; sobresalen también los jóvenes que se ubican en los extremos políticos (26% en la extrema izquierda y el 25% en la extrema derecha) o en la derecha (23.5%).

En lo que respecta a las características generales del uso de videojuegos no parece muy extraño observar que es entre los que juegan con más frecuencia (todos los días) o quienes dedican un mayor número de horas por sesión, tanto en laborables como en festivos, donde se encuentren los porcentajes mayores de usuarios frecuentes, también de este juego: un 24.7% entre los que juegan todos los días; un 25.7% entre los que dedican 3 horas o más como media en un día laborable a jugar y un 32.4% entre los que dedican ese mismo tiempo, por termino medio, en un día festivo.

Por otro lado, la proporción supera el 30% entre quienes juegan habitualmente con los amigos, bien sea en red (33.5%) o presencialmente (31.1%), y es muy superior entre aquellos jugadores que refuerzan su afición mediante la pertenencia a clubes o asociaciones específicas sobre videojuegos (34.5%), los que leen con bastante (41.2%) o mucha (44.3%) frecuencia revistas especializadas y los que utilizan Internet para seguir información sobre los videojuegos (30.7%).

Finalmente, tal como hemos resaltado con el conjunto general de videojuegos, hay porcentajes superiores de jugadores frecuentes, también en este caso, entre los que señalan haber experimentado distintos problemas relacionados con el uso de videojuegos, a pesar de que, como ya señalamos en su momento, no se trata de que se experimenten más problemas cuando se usan más unos juegos u otros, sino que el porcentaje de usuarios frecuentes es más alto entre los que señalan esos problemas concretos. En el caso de Carmaggedon este porcentaje de usuarios supera la media del 17.1%, fundamentalmente, entre los que señalan que alguien les ha advertido en alguna ocasión de que pueden tener problemas por su afición (32.5%), entre los que dicen haber olvidado algún compromiso en alguna ocasión

(28.9%), los que dicen haberse saltado comidas o cenas por jugar (28.3%) o haber gastado demasiado (27.0%).

El otro juego más conocido y usado de entre los polémicos contemplados es *Blade*. Como se reflejaba en la tabla 10.2. el porcentaje de usuarios frecuentes es el 6.9% del total de jóvenes estudiados, y el 12% de los que juegan actualmente con videojuegos.

También para este juego la proporción de chicos es muy superior a la de chicas en el uso bastante o muy frecuente: el 15.1% de ellos frente al 6.4% de ellas.

En el caso de *Blade* las diferencias de edad tampoco son estadísticamente significativas, como no lo son respecto al tamaño del hábitat, la ocupación o el nivel de estudios (tabla 10.4). Sin embargo sí se aprecian diferencias relevantes respecto a otras características sociodemográficas generales: el porcentaje de usuarios frecuentes alcanza el 21% entre los que se autoposicionan entre los últimos de la clase (también es superior entre los que se consideran de los primeros pero en una proporción bastante inferior, el 14%). Representan el 17.8% entre los que, en materia religiosa, se definen como ateos o no creyentes y en relación a la ideología política, tanto entre los que se sitúan en la extrema izquierda como en la derecha, encontramos un 15.8% de jugadores frecuentes.

Al igual que ocurre con *Carmaggedon* el porcentaje de los usuarios más habituales es superior entre los que dedican más días y más tiempo, por término medio, a cada sesión de juego: el 19% entre los que juegan todos los días; el 20.9% entre los que dedican entre 2 y 3 horas en los días laborables y el 24.4% entre los que dedican 3 o más horas en los días festivos por término medio.

En este caso la forma de jugar en la que se aprecian mayores porcentajes de jugadores frecuentes es en la red, bien sea sólo (24%) o con amigos (19.7%), y, como en otros casos, el uso más frecuente es proporcionalmente más elevado entre los jugadores que pertenecen a clubs o asociaciones específicas (23.9%), que leen con bastante o mucha frecuencia revistas especializadas (33.1% y 32.9%, respectivamente) y entre los que siguen informaciones sobre videojuegos a través de la red (19.7%).

Los tipos de problemas mencionados en los que resaltan más los porcentajes de usuarios frecuentes de *Blade* son: haber dejado de ir a clase por jugar (entre los que lo mencionan la cuarta parte son jugadores con bastante o mucha frecuencia), gastar demasiado dinero (23.1%), que alguien le haya advertido de que puede tener problemas por jugar (21.5%) o haber olvidado algún tipo de compromiso (21.4%).

Respecto a los cinco juegos más minoritarios que hemos mencionado al comienzo no resulta muy relevante abundar en las características y perfiles diferenciales de los usuarios frecuentes, que en todo caso ofrecemos como referencia en las tablas 10.5 a 10.9. Tan sólo señalaremos algunos aspectos comunes entre todos ellos. En primer lugar, excepto en el caso del Guardián de la Mazmorra, para el que la bajísima proporción no presenta diferencias significativas entre chicos y chicas, el porcentaje de varones que son usuarios frecuentes triplica en casi todos los casos al de mujeres; también hay que resaltar que para ninguno de estos juegos las diferencias entre los grupos de edad contemplados resultan estadísticamente significativas.

Prácticamente todos ellos cuentan con una proporción mayor de jugadores habituales o frecuentes en los municipios de mayor tamaño, excepto Koudelka que es más usado entre los jóvenes de hábitats más pequeños.

En aquellos casos en los que la posición religiosa es significativa los porcentajes son, generalmente superiores, entre los que se declaran agnósticos o ateos. El *Guardian de la Mazmorra* y *Prisioneros de Guerra* parecen tener más seguidores entre los jóvenes que se sitúan en la extrema izquierda, mientras que *Alundra* y *El Mesías* contarían con porcentajes superiores de jugadores frecuentes entre los que se ubican en la derecha, el centro y la extrema derecha política.

Al igual que en el resto de los juegos, para estos cinco también la proporción de usuarios más frecuentes es superior entre los jóvenes que juegan más días a la semana y los que dedican más tiempo medio por sesión; los que están conectados a la información a través de revistas especializadas o Internet que son, en definitiva, indicadores del nivel afición y es lógico por tanto que así sea.

Finalmente, también en todos los casos el porcentaje es más alto entre los que dicen jugar habitualmente con los amigos en red; en algunos casos entre los que suelen jugar en red aunque sea solos y también entre los que comparten los juegos con los amigos estando todos juntos.

Tabla 10.3. Otras características diferenciales en el uso bastante o muy frecuente de *Carmaggedon*. (% medio total entre los jugadores: 17.1)

CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS	% sobresale
Tamaño del hábitat	De 100.000 a 250.000 hab. (21.5) De 50.000 a 100.000 hab. (21.3) Más de 250.000 hab. (19.0)
Ocupación	ND
Nivel de estudios	ND
Posición en el aula	De la segunda mitad (19.6)
Posición religiosa	No creyentes/ateos (26.0) Indiferentes/agnósticos (20.2)
Posición Ideológica	Extrema Izquierda (26.0) Extrema derecha (25.0) Derecha (23.5)
CARACTERÍSTICAS DE JUEGO	% sobresale
Frecuencia de juego en general	Juegan todos los días (24.7)
Tiempo de juego en laborables	3 ó más horas (25.7) 2-3 horas (25.4) 1-2 horas (18.6)
Tiempo de juego en fin de semana	3 ó más horas (32.4) 2-3 horas (18.7)
Con quién juega habitualmente	Con amigos en red (33.5) Con amigos presentes (31.1)
Pertenece a club o asociación	Sí (34.5)
Lee revistas especializadas	A veces (22.0), Con bastante (41.2) o mucha frecuencia (44.3)
Utiliza Internet	Sí (30.7)
Problemas con videojuegos	Alguien le ha advertido (32.5) Olvidar compromisos (28.9) Saltar comidas o cenas (28.3) Gastar demasiado (27.0) Dormir menos por jugar (26.5) Dejar de ir a clase (25.9) Discutir con los padres (20.1) No realizar tareas escolares (18.3)

Base: los que juegan en la actualidad; p<.05

Tabla 10.4. Otras características diferenciales en el uso bastante o muy frecuente de *Blade* (% medio total entre los jugadores: 12.0)

CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS	% sobresale
Tamaño del hábitat	ND
Ocupación	ND
Nivel de estudios	ND
Posición en el aula	Primera mitad (14.3) De los últimos (21.0)
Posición religiosa	Indiferentes/agnósticos (14.2) No creyentes/ateos (17.8) Católicos practicantes (13.2)
Posición ideológica	Extrema izquierda (15.8) Derecha (15.8)
CARACTERÍSTICAS DE JUEGO	% sobresale
Frecuencia de juego en general	Juegan todos los días (19.0) 3 ó más días/semana (15.3)
Tiempo de juego en laborables	2-3 horas (20.9) 3 ó más horas (13.7) 1-2 horas (13.5)
Tiempo de juego en fin de semana	3 ó más horas (24.4) 2-3 horas (15.2)
Con quién juega habitualmente	Sólo en red (24.0) Con amigos en red (19.7)
Pertenece a club o asociación	Sí (23.9)
Lee revistas especializadas	Con bastante (33.1) o mucho frecuencia (32.9)
Utiliza Internet	Sí (19.7)
Problemas con videojuegos	Dejar de ir a clase (25.5) Gastar demasiado (23.1) Alguien le ha advertido (21.5) Olvidar compromisos (21.4) Dormir menos por jugar (19.7) Saltar comidas o cenas (18.8) Discutir con los padres (17.8) No realizar tareas escolares (14.1)

Base: los que juegan en la actualidad; p<.05

**Tabla 10.5. Otras características diferenciales en el uso bastante o muy frecuente de *El Guardián de la Mazmorra*.
(% medio total entre los jugadores: 1.9)**

CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS	% sobresale
Tamaño del hábitat	Más de 250.000 hab. (3.0) Menos de 10.000 hab. (2.5)
Ocupación	ND
Nivel de estudios	FP/Módulos profesionales (4.2)
Posición en el aula	De los últimos (2.6)
Posición religiosa	Practicantes otras religiones (5.3) No creyentes/ateos (3.6)
Posición ideológica	Extrema izquierda (3.0)
CARACTERÍSTICAS DE JUEGO	% sobresale
Frecuencia de juego en general	Juegan todos los días (3.0)
Tiempo de juego en laborables	1 - 2 horas (2.1)
Tiempo de juego en fin de semana	2 - 3 horas (4.7)
Con quién juega habitualmente	Con amigos en red (3.9) Sólo en red (3.6)
Lee revistas especializadas	Con bastante (4.3) o mucho frecuencia (4.7)
Utiliza Internet	Sí (2.7)

Base: los que juegan en la actualidad; p<.05

Tabla 10.6. Otras características diferenciales en el uso bastante o muy frecuente de *Alundra*. (% medio total entre los jugadores: 2.8)

CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS	% sobresale
Tamaño del hábitat	Más de 250.000 hab. (3.9)
Ocupación	ND
Nivel de estudios	FP/Módulos profesionales (5.6) Primarios (8.3)
Posición en el aula	De los primeros (4.5) Primera mitad (3.8) De los últimos (3.5)
Posición religiosa	Católicos practicantes (5.2) No creyentes/ateos (3.6)
Posición Ideológica	Extrema derecha (9.7) Derecha (9.2)
CARACTERÍSTICAS DE JUEGO	% sobresale
Frecuencia de juego en general	Juegan todos los días (7.0)
Tiempo de juego en laborables	3 ó más horas (12.5) 2-3 horas (5.1)
Tiempo de juego en fin de semana	3 ó más horas (7.2) 2-3 horas (4.8)
Con quién juega habitualmente	Con amigos en red (4.9) Con amigos presentes (3.3)
Lee revistas especializadas	Con bastante (8.5) o mucho frecuencia (13.3)
Utiliza Internet	Sí (5.4)

Base: los que juegan en la actualidad; p<.05

Tabla 10.7. Otras características diferenciales en el uso bastante o muy frecuente de *Koudelka*. (% medio total entre los jugadores: 2.3)

CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS	% sobresale
Tamaño del hábitat	Menos de 10.000 hab. (3.4)
Ocupación	ND
Nivel de estudios	FP/Módulos profesionales (5.5) Primarios (15.4)
Posición en el aula	ND
Posición religiosa	ND
Pos. Ideológica	ND
CARACTERÍSTICAS DE JUEGO	% sobresale
Frecuencia de juego en general	Juegan todos los días (3.9) 3 ó más días/semana (3.3)
Tiempo de juego en laborables	3 ó más horas (5.7) 2-3 horas (7.4)
Tiempo de juego en fin de semana	3 ó más horas (4.2) 2-3 horas (5.4)
Con quién juega habitualmente	Con amigos en red (6.8) Sólo en red (5.1)
Lee revistas especializadas	Con bastante (5.1) o mucho frecuencia (11.5)
Utiliza Internet	Sí (4.3)

Base: los que juegan en la actualidad; p<.05

Tabla 10.8. Otras características diferenciales en el uso bastante o muy frecuente de *Prisioneros de guerra*. (% medio total entre los jugadores: 3.2)

CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS	% sobresale
Tamaño del hábitat	Más de 250.000 habitantes (3.6) De 10.000 a 50.000 hab. (3.6)
Ocupación	ND
Nivel de estudios	EGB/BUP/ESO (4.0)
Posición en el aula	De los primeros (5.8) De los últimos (4.4)
Posición religiosa	Indiferentes /agnósticos (4.8)
Posición ideológica	De extrema izquierda (4.0)
CARACTERÍSTICAS DE JUEGO	% sobresale
Frecuencia de juego en general	Juegan todos los días (5.7) 3 ó más días/semana (4.1)
Tiempo de juego en laborables	3 ó más horas (4.3) 2-3 horas (6.0)
Tiempo de juego en fin de semana	3 ó más horas (4.8) 2-3 horas (6.5)
Con quién juega habitualmente	Con amigos en red (6.3) Con amigos presentes (3.7)
Lee revistas especializadas	Alguna vez (6.8), Con bastante (8.6) o mucho frecuencia (12.9)
Utiliza Internet	Sí (5.0)

Base: los que juegan en la actualidad; p<.05

Tabla 10.9. Otras características diferenciales en el uso bastante o muy frecuente de *El Mesías*. (% medio total entre los jugadores: 4.1)

CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS	% sobresale
Tamaño del hábitat	Más de 250.000 habitantes (4.7)
Ocupación	ND
Nivel de estudios	ND
Posición en el aula	ND
Posición religiosa	Indiferentes /agnósticos (8.1) No creyentes/ateos (7.2)
Posición ideológica	De derecha (9.1) De centro (5.1)
CARACTERÍSTICAS DE JUEGO	% sobresale
Frecuencia de juego en general	Juegan todos los días (8.2)
Tiempo de juego en laborables	2-3 horas (8.0) 1- 2 horas (5.6)
Tiempo de juego en fin de semana	3 ó más horas (9.1) 2-3 horas (6.4)
Con quién juega habitualmente	Con amigos en red (13.5) Sólo en red (5.1)
Lee revistas especializadas	Con bastante (10.4) o mucho frecuencia (15.7)
Utiliza Internet	Sí (7.5)

Base: los que juegan en la actualidad; p<.05

10.1.1. Uso de juegos polémicos y situación personal de los jóvenes.

Más allá de las características generales apuntadas de los jóvenes que usan con mayor frecuencia los videojuegos a los que nos estamos refiriendo en este capítulo, podemos establecer también los resultados más relevantes de las relaciones entre dicha frecuencia de uso y la situación personal de los usuarios de videojuegos, tal como se ha desarrollado en el capítulo anterior.

Recordaremos que, al analizar la "situación personal" establecimos cuatro ejes factoriales que dan cuenta de las siguientes características: la intensidad en la interacción con el grupo de pares (esto es, en qué medida son más o menos intensas las relaciones de amistad); la extroversión o grado de amplitud de la participación en las redes de amigos; la tendencia a manifestar agresividad en las interacciones y, finalmente, el grado de satisfacción con las relaciones familiares.

Pues bien, al igual que se hizo en el capítulo 9 respecto a la frecuencia de uso de los tipos generales de videojuegos, hemos rescatado en las tablas 10.10 a 10.13, la relación entre la mayor o menor frecuencia de uso de los dos juegos más populares de los siete incluidos en este capítulo (*Blade* y *Carmaggedon*) con la

mayor o menor presencia o intensidad de las características personales mencionadas.

Hay que insistir de nuevo en el hecho de que un mayor grado de relación en los cruces no implica determinaciones causales entre las cuestiones tratadas, además de que, como veremos, estas relaciones ni siquiera reflejan tendencias lineales.

Respecto a la primera cuestión (tabla 10.10.), no se aprecian diferencias significativas en el mayor o menor uso de *Blade* en relación con la mayor o menor intensidad de las relaciones de amistad. En el caso de *Carmaggedon* nos encontramos con que hay un menor porcentaje de usuarios (sea con la frecuencia que sea) entre los que reflejan mayores niveles de intensidad en las interacciones. De hecho los que muestran una mayor interacción con el grupo de pares son los que en mayor proporción no conocen el juego, mientras que entre los que la intensidad de las relaciones de amistad es más bien escasa, la proporción de usuarios del juego es mayor.

Tabla 10.10. Frecuencia de uso de *Blade* y *Carmaggedon* en relación con el eje "Amistad" (Intensidad de la interacción con el grupo de pares). Porcentajes verticales

		FACTOR 1: <i>Amistad</i>		
		Intensidad en la interacción con el grupo de pares*		
<i>Blade</i>	%	Poca	Bastante	Mucha
Frecuencia de uso	total	Intensidad	intensidad	Intensidad
No hay diferencias significativas				
<i>Carmaggedon</i>				
Frecuencia de uso				
Nunca/casi nunca	31.6	31.6	38.1	29.0
A veces	21.9	35.0	21.7	21.3
Bastante/ Mucha	17.1	18.3	16.8	17.1
No conoce	29.4	15.0	23.4	32.7

Base: los que juegan en la actualidad; $p < .05$

Los tres intervalos reflejan las posiciones en el eje que van hasta 2.5 ("poca intensidad"), de 2.51 a 3.5 ("bastante") y de 3.51 a 5 ("mucho").

Si en vez de la intensidad de las relaciones tomamos como referencia la extroversión o amplitud de las redes de amistad (factor 2), los jóvenes con mayores grados de extroversión juegan en mayor proporción tanto con un juego como con el otro. Pero en este caso, al igual que encontramos porcentajes superiores en de los jugadores más frecuentes también hay porcentajes superiores de jóvenes que juegan con ambos juegos con poca frecuencia entre los que gozan de amplias redes de amistad (tabla 10.11.)

Tabla 10.11. Frecuencia de uso de *Blade* y *Carmaggedon* en relación con el eje “Extroversión” (Amplitud de la red de amigos y participación en el grupo de pares) . Porcentajes verticales

		FACTOR 2: <i>Extroversión</i>		
		Amplitud de la red de amigos y participación en el grupo de pares		
<i>Blade</i> Frecuencia de uso	% total	Poca amplitud	Bastante amplitud	Mucha amplitud
Nunca/casi nunca	35.1	40.3	33.7	36.1
A veces	19.2	16.9	19.1	19.7
Bastante/ Mucha	12.1	10.4	11.5	13.2
No conoce	33.6	32.3	35.7	31.0
<i>Carmaggedon</i> Frecuencia de uso				
Nunca/casi nunca	31.6	20.6	33.5	31.5
A veces	21.9	32.5	21.7	19.7
Bastante/ Mucha	17.1	16.6	15.8	18.9
No conoce	29.4	30.2	29.2	29.8

Base: los que juegan en la actualidad; p<.05

Otra cosa es lo que se observa en relación con la tendencia a la agresividad en las interacciones (tabla 10.12). También para los dos juegos se observa claramente que la proporción de usuarios más frecuentes es superior entre los que manifiestan mayores niveles de agresividad (un 15.8% de los jugadores frecuentes de *Blade*), frente al 11.1% entre los que se muestran poco agresivos; y un 23.7% de jugadores frecuentes de *Carmaggedon* entre los que se muestran más agresivos frente al 15.7% de los que no se manifiestan de esta manera.

Hay que recordar que esta misma tendencia es la que se reflejó en general para los juegos de combate en el capítulo anterior, por lo que no parece que añada gran cosa al particularizar en estos dos juegos o, visto de otra manera, desde el punto de vista de nuestros indicadores no parece que la polémica respecto a estos dos juegos pueda tener una justificación más contundente que la que pueden suscitar el conjunto de juegos de las mismas características. Sobre esta cuestión trata el apartado siguiente, por lo que no insistiremos más por el momento.

Tabla 10.12. Frecuencia de uso de *Blade* y *Carmaggedon* en relación con el eje "Agresividad" (Tendencia a la agresividad en la interacción). Porcentajes verticales

		FACTOR 3: Agresividad		
		Tendencia a la agresividad en la interacción		
<i>Blade</i> Frecuencia de uso	% total	Poca agresividad	Bastante agresividad	Mucha agresividad
Nunca/casi nunca	35.1	36.6	27.8	30.6
A veces	19.2	19.1	20.3	18.5
Bastante/ Mucha	12.1	11.1	16.3	15.8
No conoce	33.6	33.3	35.7	35.2
<i>Carmaggedon</i> Frecuencia de uso				
Nunca/casi nunca	31.6	22.6	21.0	20.9
A veces	21.9	21.6	26.6	13.6
Bastante/ Mucha	17.1	15.7	17.5	23.7
No conoce	29.5	30.1	29.4	31.8

Base: los que juegan en la actualidad; $p < .05$

Finalmente, las relaciones familiares parecen ser más satisfactorias entre los jóvenes que, o no conocen estos juegos o, en todo caso, entre los que juegan con menor frecuencia. Se encuentran porcentajes superiores de usuarios poco frecuentes o de los que no conocen los juegos, entre los que consideran que la relación con su familia es muy positiva frente a los que las consideran poco positivas (tabla 10.13).

Tabla 10.13. Frecuencia de uso de *Blade* y *Carmaggedon* en relación con el eje "Relaciones Familiares satisfactorias". Porcentajes verticales

		FACTOR 4: Relaciones familiares positivas		
<i>Blade</i> Frecuencia de uso	% total	Poco Positivas	Bastante positivas	Muy Positivas
Nunca/casi nunca	35.1	33.2	32.4	37.0
A veces	19.2	20.9	23.3	16.6
Bastante/ Mucha	12.1	12.3	13.4	11.3
No conoce	33.6	33.6	31.0	35.1
<i>Carmaggedon</i> Frecuencia de uso				
Nunca/casi nunca	31.6	32.1	31.3	31.8
A veces	21.9	29.4	23.4	20.1
Bastante/ Mucha	17.1	19.0	19.8	15.1
No conoce	29.5	24.1	25.3	32.9

Base: los que juegan en la actualidad; $p < .05$

10.2. LA VALORACIÓN DE LOS JUEGOS “POLÉMICOS”.

El planteamiento que hemos venido realizando respecto a los juegos polémicos corresponde, como ya se ha comentado, a algunos casos concretos de videojuegos que han sido criticados e incluso denunciados por algunas entidades sociales o instituciones, bien por cuestiones relacionadas con violencia, con el fomento de los malos tratos o torturas, el sexismo, etc. Los que se incluyeron en el cuestionario son, de hecho, una relación de los que nos fueron señalados por esas entidades o los informantes clave de la industria, como algunos de los más notorios en la polémica suscitada.

En todo caso, aunque la polémica que suscitan los videojuegos se refiere a algunos de ellos, la duda sobre los potenciales efectos negativos se proyecta por extensión a todos, y en este sentido, en el marco del Código de Autorregulación suscrito por ADESE y el Ministerio de Sanidad y Consumo en diciembre de 2000, se acordó someter a los videojuegos comerciales a un etiquetado que explicita la edad adecuada para su uso en función de un formulario de clasificación diseñado al efecto.

Ya hemos analizado las grandes diferencias teóricas y reales que existen entre los innumerables videojuegos que existen en el mercado. Además de sus diferentes características, la amplitud del mercado y las formas de adquisición de los juegos también suponen una gran dificultad para considerar globalmente a todos los productos, para valorarlos como conjunto y, en todo caso, para controlar el uso y la difusión de aquellos que puedan saltarse las normas, explícitas o implícitas, de uso y comercio libre según edades.

Además de esas dificultades está claro que la valoración de determinados parámetros que limiten, desde un punto de vista ético o legal, la comercialización de determinados productos es muy difícilmente objetivable. De hecho existe una gran barrera cultural para establecer estándares homogéneos a nivel europeo que determinen qué productos son válidos para la comercialización o disfrute de cada grupo etario. Algunas de las personas entrevistadas nos comentaron cómo en cada uno de los estados miembros de la Unión Europea hay una serie de requisitos básicos que no son siempre coincidentes con los demás, claramente mediados por la “sensibilidad” cultural en cada caso.

Esa misma dificultad se traslada a la intersubjetividad entre dos personas de la misma cultura, a todos los niveles, y así, también en España, los argumentos esgrimidos a favor y en contra respecto a la polémica suscitada corresponden al

punto de vista de cada cual, en definitiva a una parte de su sensibilidad e intereses al respecto.

En nuestro estudio no hemos querido pasar por alto esta cuestión, aunque la aportación sea limitada. Por eso hemos sometido a una valoración "intersubjetiva" a algunos juegos concretos, según una serie de indicadores que un poco más adelante detallamos.

Para ello hemos tomado como referencia algunos de esos juegos polémicos que hemos venido analizando y otros que sin estar en ese "punto de mira", corresponden a tipologías y contenidos similares y, por tanto, comparables. En parte la elección de los juegos de contraste tiene que ver con los resultados ofrecidos en los capítulos anteriores, en los que hemos podido constatar la escasa diferencia entre unos y otros juegos a la hora de correlacionar con los indicadores sobre situación personal que hemos objetivado en el cuestionario.

Los nueve juegos con los que hemos trabajado para esta última valoración son:

1. Comandos: más allá del deber
2. Tekken
3. Tomb Raider V: Chronicles
4. Quake
5. Koudelka
6. Metal Gear Solid
7. Carmaggedon
8. Blade: The edge of darkness
9. Alundra

Como se puede observar hemos seleccionado algunos de los incluidos en el apartado anterior, que son Alundra (aventura gráfica con mezcla de rol y plataforma), Blade (aventura gráfica, rol y lucha), Carmaggedon (simulador de coches y disparo), Metal gear Solid (aventura gráfica y rol) y Koudelka (aventura gráfica y estrategia). Como contraste incluimos también en la valoración los otros cuatro, representativos de similares tipos de juegos, pero que dentro de sus propias categorías (o tipos) incorporan referencias bélicas, de lucha o peleas, etc. Son Comandos (estrategia con argumento bélico), Tekken (lucha), Quake (disparo) y Tomb Raider (aventura gráfica y lucha).

El proceso realizado es complejo y, a los efectos de nuestro estudio no tenía sentido plantearlo a los niveles exigibles para obtener conclusiones estadísticamente representativas, es decir, fiables y precisas. Por tanto los resultados habrán de tomarse tan sólo como ejemplificadores del funcionamiento

de esa intersubjetividad a la hora de establecer parámetros comparables de valoración relativos a conceptos difusos.

El procedimiento consistió en realizar dos sesiones demostrativas de juego real con cada uno de los videojuegos seleccionados, en las que participaron un grupo de 12 personas de distintas características (distintas edades y género, distinta formación profesional, distinta ocupación, con hijos y sin ellos, jugadores y no jugadores), de tal manera que, aunque no sea posible extrapolar los resultados estadísticamente, al menos la composición del grupo fuera lo más variada posible. Lógicamente el "experimento" tampoco es viable con un grupo mucho mayor de personas, al menos con los objetivos estrictamente exploratorios que nos planteamos.

Una vez realizada la demostración de cada juego, cada participante cumplimentó una ficha en la que tenía que valorar, en una escala de 1 a 7 (máximo desacuerdo a máximo acuerdo), los 30 indicadores siguientes:

1	Es necesario ser muy hábil para jugar a este juego.
2	Es necesario tener muchos reflejos para jugar a este juego.
3	Es necesario tener mucha imaginación para jugar a este juego.
4	Es necesario tener buena memoria para jugar a este juego.
5	Aparecen muchos actos de mutilación o tortura de humanos o animales.
6	Hay muchas agresiones a personas, animales o cosas.
7	En el juego se reflejan amenazas o violencia sexuales.
8	Los personajes cometen delitos sistemáticamente.
9	Se muestran técnicas que pueden ser utilizadas para cometer delitos.
10	Los personajes fuertes agreden a otros más débiles
11	Se establecen relaciones de sumisión /dominación entre los personajes.
12	Aparecen sonidos o efectos gráficos desagradables e incluso repugnantes.
13	La combinación de imágenes y sonidos provoca miedo.
14	Los diálogos son muy violentos.
15	Los personajes son muy violentos desde el inicio
16	Las acciones mostradas son muy crueles.
17	La representación de la violencia que se muestra en el juego es muy realista.
18	El concepto del juego cambiaría radicalmente si se elimina la violencia.
19	En el juego se manifiestan actitudes machistas.
20	Los personajes femeninos del juego reflejan estereotipos machistas.

21	Las relaciones que muestra entre hombres y mujeres son inaceptables
22	El juego está claramente dirigido a usuarios masculinos.
23	El juego fomenta el racismo o la xenofobia.
24	El juego incita al consumo de tabaco, alcohol u otras drogas.
25	El juego fomenta el uso de blasfemias y tacos
26	El juego es muy violento
27	El juego genera mucha agresividad en el jugador
28	El juego es muy entretenido (divertido)
29	El juego es muy absorbente
30	El juego es muy estresante

Como se puede comprobar todos estos indicadores reflejan una gran variedad de los aspectos sometidos a consideración a la hora de regular la venta por edades de los videojuegos. Algunos de ellos se corresponden con otros tantos criterios de valoración incorporados al formulario de clasificación que diseñó ADESE para establecer los límites de edad en la comercialización de cada juego.

A efectos de análisis hemos agrupado la información en varios bloques, que reflejan contenidos homogéneos:

- Indicadores sobre los requisitos o habilidades personales para jugar con cada juego.
- Indicadores sobre violencia, crueldad y malos tratos
- Indicadores sobre sexismo, xenofobia y consumos de drogas
- Indicadores de carácter general

Las páginas siguientes tienen como objetivo mostrar las principales diferencias que se observan en las valoraciones obtenidas de los nueve juegos analizados, a partir de los distintos tipos de indicadores. No vamos a repasar todas y cada una de las puntuaciones, que en todo caso se ofrecen en las tablas 10.14 a 10.17 para quien quiera profundizar sobre ellas, sino tan sólo resaltar los aspectos más relevantes que contrastan entre las valoraciones obtenidas de unos juegos u otros.

- **Requisitos y/o habilidades para jugar**

De alguna manera las habilidades que el juego requiere en su desarrollo deberían corresponderse con la adquisición o potenciación de ciertas destrezas en el jugador. Argumentos relacionados con ese potencial son algunos de los que esgrimen los defensores del uso de videojuegos, especialmente desde un punto de vista educativo. Entre nuestros indicadores hemos incluido cuatro que tienen que

ver con otros tantos requisitos: habilidad, reflejos, imaginación y memoria, que no son más que cuatro ejemplos entre los muchos posibles.

Tomando la puntuación media total de los cuatro indicadores conjuntamente (tabla 10.14) observamos en primer lugar que, según la apreciación de los miembros del grupo, hay cuatro juegos que superarían el "aprobado" (punto 4 de la escala) en cuanto a las habilidades generales que requiere su uso: Blade (4.99), Metal Gear Solid (5.02), Commandos (4.52) y Tomb Raider (5.92). De ellos, uno corresponde al grupo de los potencialmente polémicos (Blade).

Aparte de estas medias generales, hay que resaltar que los otros cinco juegos se distinguen especialmente de los anteriores en las puntuaciones relativas a dos de los indicadores (imaginación y memoria) puesto que, a excepción de Koudelka que puntúa más bajo en todos los indicadores, la valoración de la habilidad y los reflejos necesarios son altas en todos los juegos. Por ello, los juegos mejor valorados a este respecto se distinguen de los otros fundamentalmente por el equilibrio entre los componentes de habilidad y reflejos, que comparten prácticamente todos los juegos, con la presencia de requisitos relativos a la imaginación y la memoria.

- **Sexismo, xenofobia y consumos de drogas**

Respecto a la presencia de elementos o contenidos que fomenten actitudes sexistas, xenófobas o proclives a comportamientos socialmente penalizados o delictivos (el consumo de drogas se contempla como uno de ellos en tanto que es incorporado en el formulario de ADESE), la puntuación media global de todos los juegos está por debajo del 4, excepto en un caso: Metal Gear Solid (4.01). Lógicamente en este caso la interpretación de las puntuaciones es inversa a la de los indicadores anteriores: el juego será tanto más "nocivo" cuanto mayor sea la puntuación obtenida.

Las mayores puntuaciones también en este caso se distribuyen de forma aleatoria entre los juegos a priori "polémicos" y los que no lo son, de tal manera que por encima del 3 se encuentran dos juegos de cada tipo (el citado Metal Gear Solid, Commandos, Alundra y Blade).

Hay que resaltar que, desde las puntuaciones individuales de los indicadores, las valoraciones más negativas se concentran fundamentalmente en los que se refieren al sexismo o el fomento de estereotipos sexistas. Así por ejemplo la presencia de estereotipos machistas obtiene una puntuación de 4.86 en el caso de Blade, de 4.90 Alundra, 5.30 Metal Gear Solid, y 4.73 Commandos; por su parte, Blade puntúa con 5.43 en la relación inaceptable entre hombres y mujeres que

refleja, siendo esta valoración de 4.30 en el caso de Metal Gear Solid. Este último juego, que recordamos es el que obtiene la peor puntuación global en este grupo de indicadores, cuenta también con un 5.60 en la manifestación de actitudes machistas y un 5.09 en la consideración de que está dirigido claramente a usuarios masculinos.

Hay que resaltar que el hecho de que el juego esté dirigido a usuarios masculinos no implica necesariamente el fomento de actitudes o estereotipos machistas o la presentación de relaciones inaceptables entre hombres y mujeres. De hecho así ocurre con algunos juegos (Quake, por ejemplo), mientras que en el caso de Metal Gear Solid, la relación es absoluta entre todos los aspectos: está dirigido a chicos, pero con claros componentes sexistas.

El fomento de blasfemias, tacos, o la incitación al consumo de drogas, no parecen ser indicadores que reflejen valoraciones resaltables en ninguno de los juegos.

Por su parte, el fomento de actitudes o elementos delictivos obtiene puntuaciones más altas, fundamentalmente, en Carmaggedon (con un 5.86 en la valoración de los delitos que cometen los personajes sistemáticamente) y Quake (4.33), siendo inferiores a 4 en todo el resto de los casos.

- **Violencia, crueldad y malos tratos**

A pesar de que las puntuaciones globales medias en los indicadores sobre violencia, crueldad y malos tratos no alcanzan en ningún caso el 5, el conjunto de valoraciones sobre estos aspectos, y mucho más las valoraciones puntuales sobre algunos indicadores concretos, penalizan más a casi todos los juegos contemplados que los aspectos valorados en los dos apartados anteriores.

Globalmente son Carmaggedon (4.52), Metal Gear Solid (4.33), Quake (4.09) y Blade (4.09) los cuatro juegos peor valorados, y una vez más las penalizaciones se distribuyen casi por igual entre los juegos polémicos y los que, a priori, no lo son. De estos juegos uno es un simulador de conducción de coches y disparos, dos son de aventura gráfica y el cuarto es un juego de disparo. En el otro extremo Tomb Raider y Alundra (también un juego de cada uno de los bloques y ambos juegos de aventura gráfica), son los que puntuaciones globales (y puntuales) más benévolas reciben.

Las valoraciones de los indicadores uno a uno también resaltan a Carmaggedon como el juego más violento y cruel: recibe un 6.29 en la presencia de actos de mutilación o tortura; un 6.57 (prácticamente la puntuación máxima posible) en la aparición de agresiones a personas, animales o cosas; un 5.43 en la agresión a personajes más débiles por otros que son más fuertes; un 5.86 en la violencia de

los personajes desde el inicio; un 6 en la crueldad de las acciones que se muestran y un 6.43 en la consustancialidad de la violencia con los objetivos del juego.

Excepto los dos juegos menos “violentos o crueles” que hemos citado (Tomb Raider y Alundra), todos los demás reciben puntuaciones elevadas en unos u otros indicadores. Sin entrar a detallar todas ellas, resaltaremos sin embargo las obtenidas por dos de los juegos no marcados a priori como polémicos y que reciben puntuaciones equiparables a las de Carmaggedon en algunos aspectos: Quake y Tekken son valorados al nivel de 6.17 en la presencia de agresiones a personas, animales o cosas, y con 6.33 y 6.92, respectivamente, en el hecho de que, sin violencia, el concepto del juego cambiaría radicalmente.

- **Valoración general**

Tomando los indicadores de valoración general podemos concluir las siguientes cuestiones:

- Se consideran juegos muy violentos a cinco de los nueve, teniendo en cuenta las puntuaciones superiores a 5 en la escala de 1 a 7. De esos cinco dos son de los marcados a priori como polémicos y tres de los que no lo están, en concreto, Carmaggedon (6.29) y Blade (5.29) entre los primeros, y Quake (6.08), Tekken (6.08) y Metal Gear Solid (5.09) entre los segundos.
- La valoración de la capacidad del juego para fomentar o generar mucha agresividad en el jugador va ligada a las puntuaciones sobre lo violentos que son, pero más matizadas siguiendo con el límite de 5 en las puntuaciones. Tekken es en este caso el que recibe una puntuación más alta (5.42), seguido de Carmaggedon (5), Quake (4.92) y Blade (4.29)
- Se consideran juegos muy entretenidos tanto a algunos de los que se han considerado muy violentos como a otros que han recibido puntuaciones más bajas en los indicadores anteriores, siguiendo una constante: los juegos más entretenidos son los que más componente de aventura tienen. Tomb Raider (5.90), Blade (5.71) y Commandos (5.30). Esos mismos juegos son los que, a su vez, se consideran como muy absorbentes, reflejando un matiz interesante ya que no serían los juegos más violentos los que tenderían a implicar más a los jugadores.
- Sin embargo, a los más violentos, si que se les considera, con puntuaciones altas por encima de los demás, como muy estresantes.

Tabla 10.14. Valoración media comparada de distintos videojuegos respecto a requisitos que precisan los jugadores

Nº	Ítem	Alundra	Blade	Carmaggedon	Koudelka	Metal Gear Solid	Commandos	Quake	Tekken	Tomb Raider
1	Es necesario ser muy hábil para jugar a este juego.	4.86	5.29	4.00	3.10	5.27	5.18	3.58	4.50	6.00
2	Es necesario tener muchos reflejos para jugar a este juego.	5.43	5.50	5.14	2.90	5.09	4.09	5.17	5.92	5.08
3	Es necesario tener mucha imaginación para jugar	2.57	4.33	1.71	3.90	4.55	4.09	2.00	2.25	6.25
4	Es necesario tener buena memoria para jugar a este juego.	2.43	4.83	2.29	3.20	5.18	4.73	4.58	3.00	6.33
Media total habilidades necesarias		3.82	4.99	3.29	3.28	5.02	4.52	3.83	3.92	5.92

Tabla 10.15. Valoración media comparada de distintos videojuegos respecto a delitos, sexismo, xenofobia y consumos de drogas.

Nº	Ítem	Alundra	Blade	Carmaggedon	Koudelka	Metal Gear Solid	Commandos	Quake	Tekken	Tomb Raider
8	<i>Los personajes cometen delitos sistemáticamente.</i>	3.43	3.57	5.86	2.70	3.18	3.64	4.33	1.82	3.25
9	Se muestran técnicas que pueden ser utilizadas para cometer delitos.	2.86	2.67	4.43	2.40	3.82	3.64	3.17	2.73	3.25
19	En el juego se manifiestan actitudes machistas.	3.71	3.14	1.43	3.90	5.60	3.89	1.91	2.25	2.50
20	Los personajes femeninos del juego reflejan estereotipos machistas.	4.86	3.29	2.14	4.90	5.30	4.73	1.38	3.25	3.83
21	Las relaciones que muestra entre hombres y mujeres son inaceptables	3.00	5.43	1.29	2.80	4.30	2.44	1.13	1.75	1.83
22	El juego está claramente dirigido a usuarios masculinos.	3.14	3.00	3.00	2.70	5.09	3.91	3.83	2.83	2.17
23	El juego fomenta el racismo o la xenofobia.	2.29	2.29	2.43	2.60	2.11	3.27	2.00	1.45	1.42
24	El juego incita al consumo de tabaco, alcohol u otras drogas.	2.00	2.29	1.86	1.90	3.45	2.64	1.50	1.42	1.67
25	El juego fomenta el uso de blasfemias y tacos	2.71	2.71	3.14	2.10	3.27	2.27	2.17	2.42	1.50
Media total delitos, sexismo, xenofobia, drogas		3.11	3.15	2.84	2.89	4.01	3.38	2.38	2.21	2.38

Tabla 10.16. Valoración media comparada de distintos videojuegos respecto a violencia, crueldad, malos tratos.

Nº	Ítem	Alundra	Blade	Carmaggedon	Koudelka	Metal Gear Solid	Commandos	Quake	Tekken	Tomb Raider
5	Aparecen muchos actos de mutilación o tortura de humanos o animales.	2.71	5.14	6.29	3.40	5.20	2.78	5.33	3.42	3.17
6	Hay muchas agresiones a personas, animales o cosas.	3.57	5.33	6.57	4.70	5.09	5.55	6.17	6.17	4.83
7	En el juego se reflejan amenazas o violencia sexuales.	1.86	2.29	1.29	2.00	3.89	1.90	1.50	1.67	2.00
10	Los personajes fuertes agreden a otros más débiles	4.00	4.14	5.43	3.50	4.55	2.91	2.83	2.92	2.58
11	Se establecen relaciones de sumisión /dominación entre los personajes.	3.57	2.57	2.00	3.90	4.80	4.00	2.08	2.27	2.42
12	Aparecen sonidos o efectos gráficos desagradables e incluso repugnantes.	3.00	4.57	5.14	3.20	3.18	2.00	3.92	2.82	1.33
13	La combinación de imágenes y sonidos provoca miedo.	2.29	2.86	2.00	2.10	2.36	1.91	3.08	2.08	2.58
14	Los diálogos son muy violentos.	3.00	2.43	2.67	4.11	4.55	2.27	2.08	2.18	2.00
15	Los personajes son muy violentos desde el inicio	3.29	5.14	5.86	4.10	4.36	4.00	6.17	6.17	3.25
16	Las acciones mostradas son muy crueles.	2.86	4.29	6.00	3.40	4.64	4.00	5.33	4.25	2.50
17	La representación de la violencia que se muestra en el juego es muy realista.	2.57	4.57	4.57	2.40	4.18	3.90	4.25	4.18	3.08
18	El concepto del juego cambiaría radicalmente si se elimina la violencia.	5.00	5.71	6.43	3.70	5.18	5.73	6.33	6.92	3.08
Media total violencia, crueldad, malos tratos		3.14	4.09	4.52	3.38	4.33	3.41	4.09	3.75	2.74

Tabla 10.17. Valoración media comparada de distintos videojuegos respecto a conclusiones generales sobre sus características.

Nº	Ítem	Alundra	Blade	Carmaggedon	Koudelka	Metal Gear Solid	Commandos	Quake	Tekken	Tomb Raider
26	El juego es muy violento	3.71	5.29	6.29	3.40	5.09	3.27	6.08	6.08	2.67
27	El juego genera mucha agresividad en el jugador	3.57	4.29	5.00	3.20	3.82	2.82	4.92	5.42	1.92
28	El juego es muy entretenido (divertido)	3.14	5.71	2.29	2.78	4.00	5.30	2.90	3.80	5.90
29	El juego es muy absorbente	3.71	5.71	3.86	3.11	4.67	5.70	4.30	4.10	6.30
30	El juego es muy estresante	3.57	3.86	4.71	2.80	4.18	3.91	5.08	4.67	3.83

CAPÍTULO 11

CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

El primer problema que aparece al aproximarse al fenómeno de los videojuegos está constituido por la dificultad para dimensionar objetivamente el fenómeno. La dispersión del mercado y una relativamente escasa estructuración de éste, quizás determinada por tratarse de un mercado aún joven, crea dificultades a la hora de cuantificar los indicadores básicos que tratamos de definir. No obstante existiría un cierto consenso en relación con que es un mercado claramente creciente, que está incluyendo a usuarios de perfiles cada vez más diversos (sobre todo cada vez de más edad); un mercado que movió entre los 50 y 80 mil millones de pesetas en el año 1999 y que, y en esto habría un consenso universal en todos los informantes, padece unos niveles o tasas de "piratería" que deberían moverse alrededor del 70% del total.

Este mercado, de dimensiones económicas muy importantes, claramente crecientes, está progresivamente ampliando sus productos, sus formas de expresión y sus ámbitos de desarrollo: dentro o fuera de la casa; por medio de ordenadores personales, videoconsolas o máquinas diversas; en soledad o en red; con pretensiones lúdicas o educativas. Además, está ocupando un espacio progresivamente más definitorio de la estructura cultural de adolescentes y jóvenes, y de la de otros grupos no tan jóvenes. Se trata de un fenómeno que suscita el interés colectivo de los que participan directamente en él (de los más jóvenes sobre todo) y de los que asisten un tanto desconcertados a esa participación; hasta el punto de haberse constituido en un cierto símbolo de ruptura generacional en lo cultural. En cualquier caso, y por todos los elementos antedichos, el de los videojuegos es un fenómeno sobre el que se ha construido toda una representación colectiva, en parte derivada de la realidad, en parte mitificadora y mixtificadora, que ha servido de caja de resonancia para la ampliación de su impacto mediático, y de espacio para la confrontación de posturas y para la discusión de conflictos (algunos, propios del fenómeno, y otros, derivados de cuestiones ajenas).

De forma significativa, acorde con la simplificación habitual en la dinámica de los estereotipos, esa representación social sobre los videojuegos les atribuye un carácter adolescencial (son cosa, básicamente, de los muy jóvenes), en cierto modo identificatorio del colectivo de esa edad y también representativo de una determinada manera de divertirse y, más allá de eso, de una manera "de estar en el mundo". Ese carácter identificatorio también incluye unas connotaciones de modernidad y de diferencia generacional (los padres/mayores no sólo no disfrutarían sino que no llegarían a entender ni a saber manejarse en ese espacio).

En cualquier caso, los videojuegos constituirían un cierto "mundo aparte", que no sólo excluye a los de afuera (los adultos) sino también aísla a los de adentro (los adolescentes). Y lo hace de una forma progresiva, en una dinámica adictiva motivada por el poder del propio juego (como en las adicciones farmacológicas, el poder de "enganchar" se atribuye casi en exclusiva a la propia "droga"; y ya veremos que no es la única similitud entre los dos imaginarios). Por último, y este

elemento será finalmente el que genere o alimente de contenidos al gran debate social al respecto, los videojuegos poseen una capacidad destructiva, sobre todo a través de la transmisión o de la inducción de elementos violentos, que convierten en peligrosos asociales a los practicantes (una vez más como con las drogas).

La representación dominante condiciona a su vez las posturas reactivas de diferentes colectivos, que deben construir su propia representación, a veces defensiva, sin perder de vista las características fundamentales de la percepción de la mayoría. En ese sentido, los propios jugadores, que reconocen la atribución de "juego adolescencial" que hace la representación colectiva, mientras ellos mismos sienten (o necesitan sentir) que objetivamente son cada vez menos adolescentes, precisan de un constructo mediante el cual los juegos, que tienen siempre un comienzo adolescencial, puedan "salvarse" por la sofisticación. Es en la adolescencia donde se instala el hábito de los videojuegos, y sólo se prolongaría, de una forma indiscriminada, a edades posteriores, en el caso de personas "raras", que en cierta medida guarden el carácter adolescencial; como esta representación contradice el que cada cual no se sienta "raro" jugando, se articula un mecanismo de complejización del pensamiento mediante el cual habría "juegos y juegos". Unos serían los más adolescenciales, impropios para ser jugados por jóvenes, y otros tendrían unas características estructurales, funcionales e intelectuales que les convertirían en juegos para mayores: éstos serían los que ellos están utilizando en ese momento. Todo esto, sin obviar que, también habría formas distintas de jugar (más controladas, reflexivas, críticas en los mayores; más alocadas y primarias en los más jóvenes).

Por otro lado, ante ese señalamiento de elementos generadores de distorsiones, concretamente de violencia, que es atribuido a los videojuegos por la representación social dominante, el grupo de profesionales y creativos que se mueven alrededor de la industria (igual que lo hacen muchos jugadores) monta toda una serie de argumentaciones que irían desde la inespecificidad de los riesgos de los videojuegos (viviríamos en una cultura que, en todos sus elementos, transmite esos contenidos violentos o distorsionadores que se achacan a los videojuegos: esos contenidos están en el cine, en la televisión, en la literatura, en la iconografía popular, en el lenguaje...), hasta el señalamiento de que aquéllos no son más que un puro producto de entretenimiento, al que no hay que concederle la categoría de modificador del comportamiento humano. No serían más que una forma de diversión, de expresión si se quiere, y sólo aquéllos que previamente mostrasen algún tipo de dificultad íntima, manifestarían esa dificultad a través de formas distorsionadas no sólo de jugar sino también de vivir (dicho de otra forma, hay que estar previamente "loco" para tomarse en serio un juego, para confundir la realidad con un "como si" puramente lúdico). Por el contrario, los videojuegos estarían cargados de elementos positivos en la medida en que ayudarían a la ejercitación de toda una serie de potencialidades y de recursos positivos del adolescente y del joven.

Por el contrario, los propios implicados (creativos y jugadores) parecen asumir esa parte de la representación social que atribuye a los videojuegos la capacidad de "enganchar", la capacidad de generar unas situaciones adictivas que resultan limitadoras para la persona. No se pone en cuestión desde los jugadores esta capacidad, entre otras cosas, porque lo que subyace en ella (la postulación de un intenso atractivo, que es capaz de suscitar la atención intencional y excluyente de un usuario que termina por ser absorbido) es uno de los grandes atractivos del juego. En otras palabras, el juego, si no tuviera la capacidad de enganchar no resultaría tan atractivo; o, precisamente porque resulta enormemente atractivo es por lo que puede enganchar. La potencialidad no se pone en duda pero se minimiza, entendiendo que se produciría una especie de disociación en la potencialidad del riesgo en función del perfil o de las características del jugador. Sería un mecanismo absolutamente similar al que se da en relación con los consumos de drogas, cuando los consumidores de un cierto nivel entienden sistemáticamente que ellos "controlan" el uso de sustancias y que son las generaciones posteriores las que "desfasan", las que "descontrolan" y las que potencialmente van a vivir todos los problemas de los que ellos han podido zafarse. Con los videojuegos pasa bastante de lo mismo: cada cohorte de jugadores entiende que es capaz de resistir la atracción adictiva de los juegos; son jugadores que se ven como "Ulises" maduros, capaces de resistir los cantos de las sirenas a costa de atarse al palo mayor de su propia existencia, y, en cambio, a los que vienen tras ellos, por una parte más voraces en el afán de diversión y por otra parte con menos recursos defensivos, los sentirían como aquéllos que finalmente quedarán enganchados de una seducción que puede resultar ambivalentemente peligrosa.

También desde la perspectiva de los usuarios se produce el mismo fenómeno de juicio de valor, de juicio moral, sobre aquéllos a los que se considera adictos, que se da en el mundo de los consumos de drogas. De la misma forma que en relación con las drogas el adicto estereotipado, el *yonki*, el toxicómano connotado como tal, termina por ser visto como una contrafigura carente de valores con la que nadie se quiere identificar, y a la que se sataniza como una forma de exagerar una situación y de conseguir una tranquilización por el camino de verse uno mismo muy alejado de esa figura caricaturesca, de igual manera, en el campo de los videojuegos, se produce una manipulación similar en relación con el adicto. El enganchado a los videojuegos es un "raro", un asocial, alguien extraño que es visto por los demás como depositario de todos los problemas y de todos los defectos que hipotéticamente pueden derivarse de practicar este tipo de juegos, y con el que el jugador "normal" (y hay que tener en cuenta que todo el mundo tiende a verse a sí mismo como "normal") nunca podrá identificarse: el "enganchado" es tan "raro" que yo no puedo considerarme a mí mismo "enganchado", puesto que me es imposible verme tan "raro" como sería preciso para poder situarme en esa categoría. Es una maniobra de claro carácter defensivo.

Otro elemento, también paralelo a lo que se da en relación con el imaginario de las drogas, tendría que ver con la manipulación efectuada a través de los medios de comunicación, con la representación que éstos transmiten prioritariamente. Los medios mantienen y sostienen una imagen claramente ambivalente. Por una parte, transmitirían con especial énfasis toda esa panoplia de amenazas potenciales que se atribuyen a los videojuegos y lo harían con un subrayado y con una atención especial para las dimensiones destructivas de los mismos a través de la generación de violencia; ni que decir tiene que la aparición de diferentes casos en los que comportamientos muy violentos, y que generaron una importante alarma social, se mostraron asociados a personas aficionadas, o usuarias más o menos compulsivas de los videojuegos, alimentó enormemente esta contaminación del imaginario y reforzó la representación transmitida por los medios de comunicación. Por otra parte, esos mismos medios transmiten la inevitabilidad de la práctica de los videojuegos como elementos traductores de la modernidad: vivimos en un mundo en el que se “vende” la imagen de la persona en soledad, que se relaciona virtualmente; todos estamos inmersos en las redes de una comunicación que es mucho más virtual que fáctica, donde tenemos que utilizar una determinada tecnología y donde para estar integrados tenemos que aceptar unos determinados códigos de conducta en los que están incluidos estos elementos virtuales y lúdicos. La conclusión de esta ambigua representación sería que estamos construyendo, y todos participamos finalmente en esa construcción, una idea mediante la cual es prácticamente inevitable que los adolescentes, para ser adolescentes y para ser modernos, tengan que participar de unos comportamientos, que al tiempo estamos estigmatizando y señalando como posiblemente peligrosos. Esta ambivalencia, esta ambigüedad, puede resultar chocante en principio, pero no es ni novedosa ni privativa del sector; una vez más podemos acudir a los ejemplos derivados del campo de las drogas, y nos encontraremos que, prácticamente el mismo fenómeno, se da en relación con algunos patrones de consumo especialmente de moda en estos momentos, como puede ser el del “botellón”: el botellón es algo inaceptable, al tiempo que resulta ser prácticamente inevitable para el joven que no quiera sentirse excluido de su grupo de pertenencia.

En relación con la acusación fundamental a los videojuegos de ser reflejo y, al tiempo, generadores de violencia, sus usuarios, incluso los de los productos más connotados por esta imagen, no son en absoluto ajenos al señalamiento. Reconocen la violencia en los juegos que practican y, es más, señalan a estos elementos como uno de los atractivos o, al menos, de los elementos diferenciadores del juego. En cualquier caso, niegan en términos enfáticos que esa violencia llegue a afectarles. Aseguran diferenciar de forma clara el “como si” de la realidad, el juego de la existencia cotidiana; encontrarían divertido jugar a ser violento, y eso en ningún momento les lleva a perder la conciencia de la inaceptabilidad de la violencia en el plano de la realidad social de cada día. En palabras de ellos, también “hay que estar loco” para confundir esos dos planos, y “hay que estar loco” para que lo que es un juego termine por afectar tu realidad. Por otra parte, ya lo decíamos, la violencia está en todas partes, los videojuegos

no son más que una manifestación del mundo que vivimos, y competir es atractivo. La obvia satanización de los videojuegos que, desde el punto de vista de los usuarios, realizan los medios de comunicación y algunas instituciones, es automáticamente descalificada; tan descalificada como lo son las opiniones de que "las drogas matan" que transmiten algunas instituciones y que los consumidores que se suponen "avisados", directamente desprecian, porque saben, y lo han experimentado, que no todas las drogas lo hacen.

Curiosamente, estos usuarios, que conocen perfectamente los códigos de autorregulación que se han intentado y las recomendaciones de edad que se establecen en los distintos juegos, son enormemente críticos respecto a la utilidad de estas recomendaciones. Por una parte, en el plano de lo operativo, dudan mucho de la lógica de las recomendaciones (creen que hay manipulaciones intencionadas); por otra, señalan la facilidad para saltarse cualquiera de esas recomendaciones ("no obligan a los comerciales", "no impiden que se pueda jugar con los amigos", etc...). En última instancia, como también se señala cuando se trata de drogas, ellos apuntan a que los propios usuarios, o en todo caso los padres, serían los responsables de la práctica de estas recomendaciones. A su vez esos padres, que no entienden bien el fenómeno, una vez más exactamente igual que pasa en el campo de las drogas, tienden a delegar la responsabilidad mostrándose enormemente reivindicativos respecto de las instituciones, a las que solicitan que sean ellas las que, por vía de regulación operativa o de legislación, solucionen las posibles dificultades y tranquilicen respecto a los potenciales peligros.

También, en este ámbito de las representaciones parciales, habría que hablar de la perspectiva de género. El mundo de los videojuegos es claramente machista: lo reconocen los creativos, los comerciales, los miembros de la industria, los propios usuarios. Lo videojuegos están hechos para chicos, pensados para un imaginario masculino (si no machista), y responden a lo que desde la representación social serían los deseos, las afinidades y las aficiones de los varones. La articulación de este mecanismo se basa en que, por su parte, los industriales dicen que, siendo los chicos los usuarios fundamentales de los videojuegos, es en ellos en quienes tienen que pensar; los usuarios apuntan que siendo la oferta de videojuegos tan sesgada como lo es, prácticamente resulta inevitable que alimente la afición masculina y que disuada el deseo inicial de utilización que pudiera surgir en algunas chicas.

El hecho es que contenidos, estética y personajes están pensados para chicos, hasta el punto de que las chicas que juegan llegan a estar mal vistas sobre todo por sus propias compañeras, que las acusarían de, en cierta forma, actitudes masculinizantes. Lógicamente las adolescentes juegan como los adolescentes y en esos momentos iniciales serían los juegos de *Plataforma* los más utilizados. Cuando crecen, las chicas seguirían jugando, si juegan, a juegos "de pequeños", sin que accedan a esa evolución en la complejidad que se da en sus compañeros. En cualquier caso, desde el discurso de las mujeres, de las chicas más adultas, los

videojuegos serían una pérdida de tiempo y que no merece la pena puesto que la utilización de los ordenadores y de los instrumentos virtuales debería tener más rentabilidad funcional. Desde la perspectiva de los chicos, los "enganchados" son los "raros", desde la perspectiva de las chicas los "enganchados" serían todos los chicos. Es una perspectiva de género que trabaja la idea de la exclusión, con la autojustificación de la propia postura y la descalificación del otro, sin que eso implique que efectivamente no haya una diferencia en la percepción del fenómeno a partir de la diferenciación que implica el género.

En un panorama de representación social como el descrito parece importante tratar de objetivar algunos elementos, contribuyendo a fijar una plataforma perceptiva más realista, que dé pie a orientar en un sentido positivo las representaciones.

Lo primero que hay que señalar es la intensidad y la frecuencia de juego de los adolescentes. En relación con las edades que enmarca nuestra muestra (de los 14 a los 18 años) encontramos que en la actualidad son jugadores de videojuegos el 58.5% del total de esos adolescentes y jóvenes¹. Menos del 5% de ellos no ha jugado nunca y el resto jugó en su momento pero lleva sin hacerlo alrededor de seis meses. Comencemos diciendo que, de ese 4.8% que no ha jugado nunca, la mayoría no lo ha hecho por falta de interés en la cuestión, siendo porcentajes muy reducidos los que se han mantenido alejados de los videojuegos o por prohibición paterna o por tener una dificultad especial en acceder a los mismos (lógicamente estos pequeños porcentajes se concentran en las franjas de edad más infantiles). Esto nos indica ya la accesibilidad a estos productos lúdicos y, por otra parte, algo que señalábamos anteriormente: por mucho que en la representación colectiva la imagen de los videojuegos sea negativa, esta imagen no llega a traducirse en una intervención (por ejemplo paterna) que intente determinar limitaciones o prohibiciones: en alguna forma, peligrosos o no, todo el mundo acepta que forman parte del horizonte lúdico y cultural de los adolescentes.

En esa mayoría de casi el 60% de jugadores, de los que se sienten jugadores en el momento de la encuesta, la mayoría comenzó a jugar alrededor de los doce años, no siendo infrecuentes los comienzos más precoces (desde los diez años o antes). En cualquier caso hay un proceso de fidelización claro entre los usuarios de videojuegos: el 70% de los actuales lo son desde hace un mínimo de dos años y, casi el 50% asegura llevar jugando alrededor de cuatro años.

Más importancia tiene conocer que, de ese grupo de adolescentes que son jugadores en la actualidad, el 42.4% (lo que significaría aproximadamente el 25%

¹ Al igual que, más adelante, para otros aspectos, no resulta fácil establecer un perfil diferencial de los que juegan (o de quienes no lo hacen). Más allá del género y, más ambiguamente, la edad, no aparecen otras variables que de manera nítida nos permitan hacer interpretaciones sociológicas. Los videojuegos se extienden por todos los grupos de jóvenes y sólo algunas posturas más extremas permiten alguna definición.

del total de la muestra) juegan con una frecuencia mínima de tres días a la semana, o incluso con una frecuencia diaria. Por otro lado, casi un 15% juegan más de dos horas en días laborables y llegan a más del 26% los que juegan más de dos horas en días festivos. Esto describe ya un panorama de alta frecuencia de utilización de los videojuegos y de amplio empleo del tiempo en esta actividad. Lo que estamos diciendo es que aproximadamente el 25% de todos los adolescentes, uno de cada cuatro, juega casi todos los días, y que un porcentaje muy significativo de éstos (uno de cada seis en los días entre semana y uno de cada cuatro en los días laborables), emplea en esa actividad más de dos horas diarias.

Quizás convenga completar este cuadro inicial señalando la frecuencia de dedicación a otro tipo de actividades. Al preguntar a nuestros entrevistados en qué ocupan su tiempo cuando están en casa, un 26.6% dicen que juegan con videojuegos y que lo hacen con la frecuencia que antes señalábamos de tres o más veces a la semana o de todos los días (en una respuesta de porcentaje enormemente consistente con la que dábamos antes). Pues bien, es un porcentaje poco menor que el que, con la misma frecuencia, dice leer cómics, novelas o revistas (éstos últimos llegan al 30%) . Respecto al tiempo fuera de casa, un 9% de los adolescentes va a salones de juego, a jugar con videojuegos, mientras a discotecas o bares dicen ir el 5.3%, al cine el 4.9% y, en cambio, a practicar diversos tipos de deportes el 33.4%.

Como puede verse el ranking de ocupación del tiempo en el que se sitúan los videojuegos se encuentra muy al nivel del relativo a otras actividades mucho más históricamente conocidas y utilizadas por los adolescentes. Y todo el mundo estaría de acuerdo en que hay un progresivo aumento de la ocupación del tiempo por la utilización de los videojuegos.

Digamos ya, y de una vez por todas, que son los chicos los que más juegan, con más frecuencia, con sesiones más prolongadas, y con un carácter más continuado. De igual forma, también parecerían ser los más jóvenes (14 y 15 años) los que juegan más intensamente y con más dedicación, si bien hay segmentos de los mayores (en nuestro caso los 18 años) que parecen haberse convertido en grupos especialmente "duros" de jugadores: son porcentajes menores pero que juegan más intensamente y con más frecuencia que en las edades anteriores. No encontramos chicas que formen grupos significativos de jugadores "duros", en ninguna de las franjas de edad, desde ninguna de las perspectivas, se pregunte cómo se pregunte.

Resulta interesante señalar que no hay grandes discrepancias en la ordenación que se establece de las categorías de ocupación del tiempo libre cuando se pregunta a los adolescentes qué hacen o qué les gustaría hacer. En general, y sobre todo en referencia con los videojuegos, los porcentajes que manifiestan el ideal de jugar, el deseo de poder jugar, son prácticamente iguales que los porcentajes que señalan la realidad de la práctica de los videojuegos. No parece que existan grandes frustraciones en relación con que grupos que quisieran jugar

no pueden hacerlo, o grupos que quisieran jugar más de lo que lo hacen. Esto habla de la accesibilidad de los videojuegos y habla también de que, en relación con ellos, acaso no se produzca esa manipulación que, derivada del lenguaje políticamente correcto, nos hace a veces idealizar o rechazar formalmente algunas actividades. Por ejemplo, en relación con visitar museos o ir a conciertos, los adolescentes dicen que querrían hacerlo más de lo que realmente lo hacen; es posible que eso tenga que ver con falta de disponibilidad económica, pero más bien nos inclinamos a pensar en esa manipulación de la que hablábamos, y que obliga a que, desde el lenguaje políticamente correcto, se señale que se desea ir a actos culturales mucho más de lo que realmente se va. De igual forma, hay algunas otras actividades que parecen estar oficialmente "mal vistas" y que se desean menos (según confesión propia) de lo realmente se hacen, por ejemplo ver la televisión. Pues bien, en relación con los videojuegos, no se producen ni este rechazo ni esta idealización formales; entenderíamos que eso indica hasta qué punto se encuentran, no ya accesibles, como decíamos antes, sino plenamente normalizados e integrados en el lenguaje y en el comportamiento de lo cotidiano en adolescentes y jóvenes.

En otro orden de cosas, entre esos jugadores actuales, más del 76% juega en su casa, bien con videoconsolas domésticas (45%), bien con ordenadores personales (38%). Sólo aproximadamente el 12% juega en salones o cibercafés y otro 10% se desplaza a casa de amigos para poder hacerlo. Esto apuntaría a que el videojuego es una práctica solitaria pero, realmente, no parece ser así. Más del 60%, aunque juega solo, lo hace estando con sus amigos (con los que supone que alterna las jugadas) y alrededor del 5% juega en red. Esta última circunstancia, muy minoritaria, es lógicamente más frecuente en las franjas de más edad, y como ya sabemos, entre los chicos.

Completemos el panorama señalando que aproximadamente un 15% de los jugadores (que correspondería a algo más del 8% del total de los adolescentes) gasta en salones recreativos, jugando a videojuegos, más de diez mil pesetas al mes. Todavía es superior el porcentaje de adolescentes que se gasta esa misma cantidad en compras de productos informáticos para jugar. No podemos asegurar que sean los mismos los que protagonizan los dos tipos de gastos, aunque suponemos que hay un "núcleo duro" de jugadores (que quizás ronde el 5% del total de adolescentes) que serían los que estarían incurriendo en un gasto de aproximadamente veinte mil pesetas (120€) cada mes. Debemos perfilar el cuadro económico señalando que, de forma sorprendente, un 40% de los jugadores asegura que no gasta nada en videojuegos. Entre otras posibles explicaciones, este dato abordaría lo que todo el mundo señala: la frecuencia del hecho de la "piratería"; tanto más cuanto que el porcentaje de los que dicen no gastar nada aumenta a medida que va aumentando la edad. No es lógico pensar que a medida que se crece se tenga menos dinero; es más lógico pensar que cuando se va siendo mayor se tiene más acceso a los mecanismos de piratería que facilitan evadir el pago.

Alrededor de ese “núcleo duro” de jugadores, o en cualquier caso, estableciendo lo que sería la parte más activa de la comunidad de jugadores², hay un 11% de los que juegan en la actualidad que pertenecen a algún tipo de club o asociación temáticos, más o menos el mismo porcentaje de los que siguen publicaciones en la materia, y bastantes menos (estos últimos son el 26%) que los que buscan informaciones especializadas a través de las páginas de Internet-. Estos tres elementos contextualizando el juego y, más allá de éste, serían los que articularían una especial manera de jugar que tiene más que ver con esa comunidad de la que se habla en diferentes momentos del estudio.

Una cuestión importante era la de intentar definir qué tipos de juegos obtenían la preferencia de los jugadores. De entrada conocemos que las razones de la elección tendrían que ver básicamente con la sofisticación técnica (gráfica y sonora) y con el realismo formal de los videojuegos; estas dos cualidades obtendrían la preferencia, a la hora de la selección, de entre el 44 y el 54% de los jugadores. Otro grupo (entre el 34 y el 42%) subrayarían el que los videojuegos planteen retos y competencias: retos para uno mismo y competencia con los demás. Finalmente, un 37% subraya la exigencia de que el contenido de los juegos y el formato de los mismos resulten impactantes.

Sea como sea, encontramos que, siempre de acuerdo con la clasificación propia que se ha establecido en esta investigación³, la mayoría de los jugadores eligen el tipo de videojuegos de *Práctica de algún deporte*; este tipo de juegos es utilizado con bastante o mucha frecuencia por casi el 50% de los jugadores, concretamente por el 46.8%, lo que significa el 27.4% del total de los jóvenes de las edades que contemplamos. A continuación los videojuegos *De aventuras gráficas* son usados, con la frecuencia dicha, por el 38.5% de los jugadores (el 22.5% del total de la muestra). Los videojuegos *De disparo* tienen el siguiente lugar en la frecuencia de juego, con el 35.7% de los jugadores, seguidos por los juegos *De lucha* (35.5% de los jugadores), *De estrategia no deportiva* (32.7%), por los *Simuladores* (30.1%), los juegos *De estrategia deportiva* (29.7%), los *De plataforma* (27%) y, finalmente, los juegos *De rol* (26.3% de los jugadores).

Este ranking en el uso de juegos “con bastante o mucha frecuencia” coincide punto por punto en su ordenación con el ranking expresado de los juegos “a los que gustaría jugar”. La única diferencia estaría en que la expresión del deseo de jugar estaría alrededor de diez puntos por encima, de forma sistemática, a la

² La comunidad de jugadores es un término que repetidamente sale de forma espontánea entre los usuarios e incluso entre los industriales que se dedican al sector. Más que una situación establecida parece que se está indicando un fenómeno social en construcción. Sería una comunidad que se está construyendo o que, en cualquier caso, en estos momentos, se centra en ese “núcleo duro” de jugadores al que nos referimos en el texto.

³ Obviamente, no se ha establecido de forma caprichosa, sino a partir de las informaciones previas de los técnicos y las extraídas del pretest a un grupo de usuarios. En cualquier caso, con las limitaciones de cualquier clasificación, la propuesta que se plantea aquí parece haber sido validada por los encuestados.

expresión de lo que realmente se juega. Suponemos que esto hay que interpretarlo en el sentido de que si se pudiera aún se jugaría más de lo que realmente se hace, o en cualquier caso, con una fórmula de expresión de la satisfacción que produce el jugar con los videojuegos de referencia.

Respecto al perfil de quiénes jugarían a cada tipo de juego, quizás lo más significativo sería señalar la predominancia absoluta de las chicas en los juegos *De plataforma* y de las franjas de mayor edad en la selección de los juegos *De rol*. La difusión del hecho de jugar entre todos los subgrupos difumina los perfiles y hacen que no sea fácil hacer una lectura sociológica coherente de los mismos.

Como corolario de las razones para la elección de los videojuegos (si se quiere, de las razones del atractivo que los videojuegos implican), ante todo hay que evocar la capacidad de divertir que puedan tener. Si se juega es fundamentalmente porque resulta divertido, y en este resultar divertido entran elementos que tendrían que ver con lo lúdico, con lo interactivo, y con la posibilidad de jugar al "como si": la posibilidad de "meterse en el juego", de evocar la realidad, resulta fundamental en la capacidad de atracción que el videojuego implique. Para todo ello, para divertirse, para jugar a la realidad, para interactuar, es importante la condición de "jugabilidad" que el formato tenga. Si el juego es excesivamente complicado, la dificultad técnica arruinará la capacidad de disfrute. Por el contrario, si el juego es excesivamente simple, carecerá de esos elementos de reto y competitividad, que son importantes para su atractivo. También, como resulta obvio, ayudan la originalidad y los elementos de creatividad de que puedan disponer.

Todos estos elementos de sofisticación formal, creatividad, riqueza interactiva y originalidad, son especialmente demandados por los jóvenes de las franjas de edad superior, que sienten que han ido evolucionando con sus propios videojuegos, que ya no pueden seguir sintiéndose satisfechos con las prestaciones simples de aquéllos con los que se iniciaron, y que exigen una maduración de la propia técnica de jugar, que haga más respetable el mantenimiento de un comportamiento que, si no fuera por eso, se viviría como inadecuado para uno mismo.

Cuando en el afán de simplificar las clasificaciones, se hacen análisis de conjunto de los diferentes tipos de videojuegos, encontramos que, en la preferencia de los jóvenes, aquéllos se agrupan en cuatro clases fundamentales: los *Juegos de deporte*, que suscitarían la adhesión de un 32.3% de jugadores, que los utilizan con una frecuencia alta; los *Juegos de rol, estrategia y aventura*, que son utilizados con esa frecuencia por aproximadamente uno de cada cuatro jugadores; los *Juegos de combate*, que son seguidos frecuentemente por el 27.3% de los que juegan; y los *Juegos de plataforma*, que suscitan el seguimiento de prácticamente el mismo porcentaje que los anteriores. En lo que se refiere a los perfiles de quienes eligen estos diferentes tipos de videojuegos, la extracción de elementos diferenciales se muestra enormemente compleja. Quizás sean los *Juegos de*

plataforma los que son elegidos por un perfil más claramente definido: mujeres (en lugar de los varones que predominan en el resto de los tipos de juegos), gente más "templada ideológicamente" (en lugar de las posturas ideológicas más extremas que se manifiestan otras elecciones), y adolescentes y jóvenes con un hábito de juego algo menos "pesado" (no tan frecuente, no tan intenso, no tan integrado en comunidad y con menos manifestación de problemas vividos).

Los jugadores, en lo que se refiere a la imagen que tienen de los videojuegos, estarían divididos en dos grandes grupos. Un primer grupo, de aproximadamente un 35% de personas, que tendría una imagen en conjunto desfavorable de los videojuegos. Esta imagen desfavorable, que se construye sobre los distintos elementos que alientan el estereotipo (aíslan, hacen perder el tiempo, crean adicción, incrementan actitudes violentas, hacen perder la noción de la realidad) está más alimentada por chicas que por chicos y en ella están sobrerrepresentadas también las franjas de mayor edad (18 años). Por el contrario, el grupo que sustenta la imagen favorable (elementos positivos del estereotipo: aumentan la creatividad y las habilidades, son historias interesantes y divertidas, son una buena forma para desconectar...) es del 9.8% del total de la muestra, que se encontraría de acuerdo con las postulaciones que alimentan una idea favorecedora; es un grupo en el que, contrariamente al anterior, sobreabundan los hombres y los que tienen menor edad, entre 14 y 15 años.

Lógicamente existe una cierta correlación entre la imagen que se tenga de los videojuegos y la frecuencia de utilización de los mismos; pero esta correlación dista de ser unívoca y lineal. Por una parte, es lógico que quienes hacen un juicio más positivo jueguen más, pero también encontramos que, a veces, quienes más juegan no necesariamente tienen una buena opinión de lo que hacen; es como si jugaran pese a tener una cierta mala conciencia por hacerlo. De hecho, recordamos, habría un 58% de adolescentes y jóvenes que están jugando en la actualidad y, del conjunto de los entrevistados, sólo un 9.8% mostraría tener una imagen favorable de ese comportamiento. Una vez más queda patente que una cosa son las opiniones y actitudes y otra el comportamiento. El estereotipo lo impregna todo pero no siempre con la fuerza y el compromiso necesarios para modificar las conductas.

Coherentemente con esa mayoría que parece tener una imagen más bien negativa de los videojuegos, hay un 18% de todos los entrevistados que aseguran conocer a personas que han tenido problemas por jugar. Este conocimiento de personas con problemas que, al menos en el plano de las percepciones, podría ser interpretado como un indicador de la "conflictividad" del ambiente en que se viva, es mayor entre los varones, entre los que trabajan y entre los que tienen niveles más primarios de estudios; también es mayor entre los que se sitúan en los extremos ideológicos (tanto ellos como sus padres). Si nos fijamos en los problemas señalados encontramos que, en aproximadamente la mitad de los casos, se refieren a discusiones con los padres, que en ligeramente menor medida tienen que ver con fallos en las tareas escolares y con la pérdida de horas de

sueño, que todavía algo menos (en alrededor del 43% de los casos) se refieren a gastar demasiado dinero, y que en el 40% de los casos tienen que ver con problemas con los amigos. Con menor intensidad, y con menores porcentajes, son citados el abandono de las clases, el saltarse comidas, la falta de compromisos, etc...

Por su parte, entre los que juegan hay un 43.9% que dicen haber tenido algún problema por causa del juego. Este notable porcentaje significa que el 26.4% del total de jóvenes de la muestra dicen haber tenido algún tipo de problemas por haber utilizado los videojuegos. No sólo llama la atención lo elevado del porcentaje de esta autoexpresión de conflictos; también lo hace que sea un porcentaje superior al de los que dicen conocer a personas con problemas. Esto, que llega a sorprender (en términos sociológicos, normalmente se reconocen tanto mejor los conflictos cuanto más distante sea la percepción), probablemente tendría que ver con un cierto artificio en la respuesta determinado por la forma de preguntar. Cuando preguntamos si se conoce a gente con problemas, probablemente eso lleva a pensar en problemas graves y a señalar sólo los casos más notables; en cambio, cuando se preguntan por las dificultades propias, la pormenorización de las mismas quizás haga contabilizar dificultades de menor rango, y por ahí aumentan los porcentajes de señalamiento. Eso, o que al ser los problemas no especialmente graves, son bien conocidos en uno mismo y pasan desapercibidos en los demás.

En cualquier caso, de esos problemas que han señalado tener casi el 50% de los jugadores, el 21.4% se refiere a problemas de tipo escolar, el 20.6% a discusiones con los padres, el 15.3% a dormir menos y el 14.3% al olvido de compromisos. Como puede observarse son porcentajes relativamente altos y que, todos ellos, además construyen una dificultad global en el desarrollo de la vida familiar y social de los jóvenes. No deja de ser inquietante no sólo la cantidad de señalamientos que se produce sino la calidad de estos señalamientos. Por mucho que esté actuando esa descripción pormenorizada que antes sugeríamos, parece que nos encontraríamos en presencia de la expresión de unos porcentajes de problemas que no pueden ser minimizados en su significatividad⁴. Por otro lado, no nos sorprenderá comprobar que la frecuencia de presencia de estos problemas es bastante mayor en los chicos, mostrándose la variable edad dudosamente discriminadora al respecto.

En otro orden de cosas, ya decíamos antes que no había sido fácil establecer un perfil que atendiera especialmente a responder a la pregunta de cuáles son las características de la población que prefiere cada uno de los tipos de juegos que habíamos seleccionado. Más allá del hecho de la clara dominancia de los varones y de un comportamiento un tanto inestable de la influencia de la edad, apenas sí se

⁴ En cualquier caso, no estamos en condiciones de fijar los niveles de problematización subjetiva que las dificultades señaladas han supuesto: si los usuarios creen que los problemas han sido graves qué interpretación hacen de los mismos, si se han superado o son problemas actuales, hasta qué punto han interferido con su vida... Todo ello queda para futuras investigaciones.

podían haber extraído conclusiones en relación con otras variables sociodemográficas y otras variables de clasificación. Suponemos que esto apunta a la extensión de los videojuegos y al hecho de que sea un comportamiento enormemente extendido por todos los subgrupos de adolescentes y jóvenes.

No obstante, hemos hecho un intento, algo diferente, de correlacionar la elección o la práctica de las diferentes clases de videojuegos y lo que se podría llamar la estructura de situación personal. Esta última estructura de situación personal vendría definida por el análisis multifactorial al que se sometió a toda una serie de respuestas a preguntas en relación con las vivencias de autosatisfacción, la relación con los padres, la interacción con los amigos, algunas actitudes, posiciones y comportamientos individuales, etc. Pues bien, podemos señalar que existe una correlación entre la práctica de *Juegos de deporte* y los sujetos que presentan una alta integración con los amigos y una buena relación familiar, y que además tienen una cierta tendencia a la socialización extrovertida. Los *Juegos de rol, estrategia y aventura* parecen ser preferidos por las personas que tienen un relativamente bajo nivel de integración, tanto con los amigos como en el plano de las relaciones familiares, pero en cambio se muestran claramente extrovertidos; es decir tendrían amplias relaciones (amistosas y familiares), pero de peor calidad que las del grupo anterior. Ese mismo perfil de personas extrovertidas, con amplias relaciones pero de baja calidad en su interacción (tanto con amigos como con la familia), y con el añadido de presentar perfiles de agresividad, serían los que constituyen un núcleo sobrerrepresentado en la elección de los *Juegos de combate*. Por el contrario los *Juegos de plataforma* son elegidos más por un grupo entre los que abundan quienes tienen buenas relaciones familiares y bajos índices de agresividad, con una relación con los amigos que pueden mostrarse ambigua (claramente buena o con aspectos también claramente deficitarios).

Haciendo la lectura inversa, quizá más significativa, podríamos decir que entre las personas que se agruparían alrededor del factor amistad (las que tiene complejas, buenas y profundas relaciones con los amigos) no se tiende a jugar poco pero sí a jugar menos en soledad; en cualquier caso son personas que dicen presentar menos problemas por el juego que en el caso contrario, de mala integración de amistad. Los extrovertidos, aquéllos que se distinguen por la amplitud y la facilidad para sus relaciones sociales, independientemente de que éstas no sean muy profundas, tienden a jugar más, y más en compañía; presentan, por otro lado, un nivel de problemas prácticamente similar al de otros grupos. Los que tienen buenas relaciones familiares tienden a jugar con menos frecuencia; dicho en sentido contrario, los que tienen malas relaciones familiares juegan más frecuentemente, juegan más veces en soledad y autoconfiesan más problemas en relación con el juego. Las personas definibles por un cierto talante agresivo parecen presentar una correlación positiva entre la intensidad de esa agresividad y la frecuencia de juego: a más puntuación en la agresividad más frecuencia de juego; pero no juegan necesariamente aislados. Lo que sí resulta inequívoca es una mayor presencia de problemas a medida que aumentan los índices de agresividad de la población jugadora.

Esta última cuestión nos lleva al tema, tan debatido, de los juegos polémicos. Hay una serie de videojuegos que han sido connotados por el estereotipo social o por el imaginario social (lo cual no quiere decir que esa connotación no tenga mucho de real) como juegos enormemente violentos o especialmente conflictivos. Entre estos juegos, hemos seleccionado siete, que han sido extraídos tanto de los informes previos al planteamiento de la investigación, como de los escritos denuncia de distintas instituciones e incluso de la propia opinión de los entrevistados.

Lo primero que hay que decir es que estos siete juegos son utilizados por una minoría de los jugadores. Sólo hay dos de ellos (*Carmaggedon* y *Blade*) que son conocidos por amplias minorías y a los que, también, juegan minorías claramente significativas: el 12 y el 17% de los jugadores habituales en cada caso (6.9% y 9.8% del total de chicos de la muestra). El resto de los juegos sólo son conocidos y utilizados por exiguas minorías, incluso entre los jugadores más "pesados". Lo más evidente es que estos juegos los utilizan, prácticamente, el triple de chicos que de chicas. No parece haber discriminación por edad entre los perfiles de los jugadores, pero sí claramente son más utilizados por aquellos jugadores que se van deslizando hacia el extremo de "los que más juegan": los que juegan con más frecuencia, los que juegan más horas, los que juegan en red, los que están suscritos a revistas o siguen páginas de Internet o pertenecen a clubs, y los que autoconfiesan más problemas por jugar. Parecería que hay una relación entre la intensidad, la afición, si se quiere el "enganche" de los videojuegos y la práctica de estos videojuegos conflictivos⁵. También cabe decir que son más practicados por esos grupos que llamamos los extrovertidos (con muchas relaciones sociales no necesariamente buenas) y, sobre todo, por aquéllos que presentan unos claros índices de agresividad.

Finalizaremos diciendo que cuando se procede a una valoración intersubjetiva de estos juegos polémicos, no parece que en su conjunto sean más conflictivos, al menos claramente más conflictivos, que otros juegos de sus mismas categorías. En algunos aspectos sí tienen una formalización más explícitamente violenta pero, probablemente, ese hecho sea como los árboles que no dejen ver el bosque: en el fondo, no parecen ser más intrínsecamente violentos, ni más sexistas, ni más inhibidores de la crítica racional, etc, etc. Esto plantea una vez más la discusión en los términos que ya hemos señalado en varias ocasiones, de la diferencia entre el estereotipo y el conflicto de realidad; dicho de otra manera, plantea cómo el estereotipo, en muchas ocasiones, cuando parece focalizar el problema lo que realmente hace es confundirlo o disfrazarlo. Después de nuestra investigación no podemos asegurar que los problemas de los videojuegos estén donde se señalan

⁵ Si algún lector interesado quiere ahondar en esta cuestión, no tiene más que "bucear" en los distintos foros o "chats" que se desarrollan sobre la cuestión. Durante las épocas en que los debates se hacen más virulentos, las intervenciones en Internet sorprenden tanto por su número como por la agresividad de planteamientos.

sino más bien en el establecimiento de un clima en el que resulta normal mantener determinados niveles de actitudes violentas, sexistas, machistas, discriminadoras, intolerantes, etc..., lo que en psicoanálisis se llamaría "acting out". Y ese clima de permisividad no deja de tener un carácter de normalidad puesto que no es "real", sólo es un juego. Ahí, y no en las situaciones extremas, parecerían estar los problemas. Esos problemas que, acaso, no tienen que ver con que faciliten o promuevan la violencia, sino con que banalizan y degradan el clima ético de la propia manera de divertirse. Eso al margen de que "enganchen" o no, o de que promocionen las propias habilidades o no lo hagan.

Obviamente nuestra investigación no arroja luz sobre si los juegos generan violencia o son sencillamente pasatiempos creativos; no era esa su intención ni disponía de los instrumentos adecuados para enfrentarla. Lo que sí apunta es que la riqueza, la complejidad social y el rol instrumental (positivo o negativo) de los videojuegos trasciende con mucho ese único tema de preocupación o de interés. Los videojuegos se nos aparecen como un fenómeno cultural imparabile, con luces y sombras, que se resiste a cualquier lectura "plana". Parece un elemento de realidad, ambiguo y ambivalente como la vida misma, que nos obliga a tratar de intervenir minimizando los potenciales riesgos y potenciando los posibles usos positivos.

De ahí que, una vez más, no quepa más salida que la apelación, por una parte, a la autorregulación, por otra, a un control racional de las normas y, finalmente, a los esfuerzos educativos, empezando por esa educación familiar sin la cual cualquier otra se convierte en imposible. Aunque es claro que no corresponde a la responsabilidad de los autores de esta investigación, asumiendo la voz transmitida por los entrevistados, diremos que la autorregulación es precisa pero que debe dotarse de mecanismos que la fiabilicen (muchos dudan de que "la zorra se muestre diligente en la vigilancia de las gallinas", y piden composiciones más equilibradas en las comisiones y seguimientos más activos de ésta), que hay que racionalizar las normas reguladoras (pero articulando algún mecanismo garantista de vigilancia y cumplimiento), y que no hay que tratar de poner puertas al campo, intentando que la ley resuelva las dificultades sociales: la apelación al control cultural, educativo, paterno (además de al autocontrol) se presenta ineludible. Tan ineludible como la necesidad de objetivar un tema que, sin duda tiene aristas y complejidades, pero que se vuelve especialmente inmanejable por la confusión que genera una representación social que lo complica aún más y que lo distorsiona, en alguna aspectos hasta la caricatura.

Apéndice 1

VALORES Y ACTITUDES GENERALES

En el presente estudio sobre Videojuegos se incluyó en el cuestionario una batería de preguntas (de la 96 a la 116) sobre valores y actitudes generales. Esta inclusión se realizó por dos razones; una de ellas era el interés intrínseco que tenía conocer la estructura de valores de este colectivo; la otra se cifraba en la utilidad de estas variables –usadas como independientes- para explicar o mejor comprender algunos de los comportamientos de los adolescentes y jóvenes en cuestiones centrales del estudio (actividades de tiempo libre, situación personal, los videojuegos...).

El conjunto de variables (21 en total) que recogen los valores se ha tomado de otro estudio realizado por la FAD¹ sobre esta temática. Esta replica se justifica, por una parte, en la riqueza de la información obtenida sobre esta cuestión, y por otra, en la posibilidad de comparar la estructura de valores de los adolescentes y jóvenes del presente estudio con los del conjunto de la población española de 15 a 65 años. Por otra parte, aunque con un número menor de variables también comparemos nuestros resultados con los de otro estudio² realizado por la FAD y el INJUVE entre jóvenes de 14 a 24 años residentes en la Comunidad de Madrid.

Las 21 variables concretas que expresan los distintos valores contemplados en el cuestionario son exactamente las siguientes:

- < Tener éxito en el trabajo
- < Tener unas buenas relaciones familiares
- < Tener muchos amigos y conocidos
- < Disponer de mucho tiempo libre/ocio
- < Vivir al día sin pensar en el mañana
- < Mantener y cuidar la salud
- < Arriesgarse ante cosas nuevas e inciertas
- < Vivir como a uno le gusta sin pensar en el qué dirán
- < Invertir tiempo y dinero en estar guapo/a
- < Hacer cosas para mejorar el barrio
- < Interesarse por temas políticos
- < Preocuparse por cuestiones religiosas o espirituales
- < Preocuparse por lo que ocurre en otros lugares del mundo
- < Superarse día a día
- < Respetar las normas
- < Cuidar el medio ambiente
- < Obtener un buen nivel de capacitación cultural y profesional
- < Tener una vida sexual satisfactoria
- < Ganar dinero
- < Respetar la autoridad
- < Llevar una vida moral y digna.

¹ “Valores Sociales y Drogas” (2001). Fundación de Ayuda contra la Drogadicción. Madrid.

² “Los jóvenes y los medios de comunicación” (2001). FAD-INJUVE. Madrid.

En un primer momento se expondrán y analizarán los datos obtenidos para cada variable en particular y los perfiles sociodemográficos de aquellos que, en mayor medida, se posicionan en cada tipo de valor que expresa cada variable. Y, como ya hemos dicho anteriormente, haremos una comparación entre los datos de la presente encuesta a adolescentes y jóvenes españoles y los obtenidos en la citada investigación en población española de 15 a 65 años, así como con los del estudio entre jóvenes madrileños.

En un segundo apartado realizaremos un análisis factorial para la detección de tipos o modelos de valores básicos. También veremos los perfiles sintéticos de quienes se ubican principalmente en cada tipo o modelo.

A1.1 LOS VALORES FINALISTAS ESPECÍFICOS

En la tabla A1.1 se recogen los resultados obtenidos en cada variable o valor específico agrupando los porcentajes, según el grado de importancia concedido por los entrevistados, en tres categorías: nada-poco, regular, y bastante-mucho. Y también según la puntuación media resultante en la escala de uno a cinco. No obstante, para visualizar mejor la importancia que se da a cada valor, en la tabla A1.2 se han jerarquizado las 21 variables a partir del porcentaje obtenido por cada una en la categoría bastante-mucho. Si tomamos como referencia esta última tabla vemos que hay cuatro grados o niveles esenciales en la importancia concedida a estos valores finalistas.

En un primer nivel de importancia alto (entre el 88% y el 75.2%) encontramos ocho variables: tener unas buenas relaciones familiares, tener éxito en el trabajo, mantener y cuidar la salud, tener muchos amigos y conocidos, ganar dinero, obtener un buen nivel de capacitación cultural y profesional, superarse día a día, y tener una vida sexual satisfactoria. En este grupo de valores más comunes se observan aspectos familistas, relacionales, y sobre todo pragmáticos e individuales (de superación, mejora, dinero y satisfacción).

En un segundo nivel de importancia medio-alto (entre el 73.5% y el 59.1%) se ubican seis variables: disponer de mucho tiempo libre, cuidar el medio ambiente, llevar una vida moral y digna, vivir como a uno le gusta sin pensar en el que dirán, respetar las normas y la autoridad. Aquí vemos aspectos de libertad, ecológicos, morales y normativos.

En un tercer nivel de importancia medio-bajo (entre el 54.8% y 38.4%) se sitúan cinco variables o valores específicos: vivir al día sin pensar en el mañana, preocuparse por lo que ocurre en otros lugares del mundo, arriesgarse ante cosas nuevas e inciertas, invertir tiempo y dinero en estar guapo/a, y hacer cosas por la comunidad. Es decir, en esencia, conceptos de presentismo, de riesgo, estéticos y de solidaridad o comunitarios.

Por último, tenemos un cuarto nivel de importancia, bajo, con dos variables con el 13.7% y el 13.6%: la preocupación por cuestiones religiosas o espirituales, y

el interés por temas políticos, respectivamente: valores que podríamos denominar humanistas.

Ahora estamos en condiciones de proceder a la comparación de la jerarquización de valores en los adolescentes y jóvenes españoles (14-18 años) del presente estudio, con la de la población de 15-65 años, y con la de los adolescentes y jóvenes madrileños (14-24 años).

Tabla A1.1: Grado de importancia en su vida de una serie de valores, en una escala de 1 a 5, en % y en puntuación media en la escala

VALORES	Grado de importancia			Puntuación media
	Nada-poco (1+2)	Regular (3)	Bastante-mucho (4+5)	
Tener éxito en el trabajo	3.8	10.8	85.4	4.35
Tener unas buenas relaciones familiares	3.5	8.5	88.0	4.46
Tener muchos amigos y conocidos	2.5	16.8	80.7	4.35
Disponer de mucho tiempo libre/ocio	5.5	21.0	73.5	4.07
Vivir al día sin pensar en el mañana	17.9	27.3	54.8	3.59
Mantener y cuidar la salud	3.5	12.4	84.1	4.35
Arriesgarse ante cosas nuevas e inciertas	18.9	31.9	49.2	3.43
Vivir como a uno le gusta sin pensar en el qué dirán	10.1	21.8	68.1	3.91
Invertir tiempo y dinero en estar guapo/a	27.1	33.3	39.6	3.19
Hacer cosas para mejorar el barrio o comunidad	34.3	27.3	38.4	3.04
Interesarse por temas políticos	70.2	16.2	13.6	2.03
Preocuparse por cuestiones religiosas o espirituales	73.6	12.7	13.7	1.98
Preocuparse por lo que ocurre en otros lugares del mundo	21.7	27.6	50.7	3.38
Superarse día a día	5.0	18.9	76.1	4.14
Respetar las normas	11.5	28.5	60.0	3.72
Cuidar el medio ambiente	6.9	21.2	71.9	4.01
Obtener un buen nivel de capacitación cultural y profesional	5.0	17.1	77.9	4.13
Tener una vida sexual satisfactoria	6.8	18.0	75.2	4.11
Ganar dinero	4.8	15.3	79.9	4.26
Respetar la autoridad	13.4	27.2	59.1	3.68
Llevar una vida moral y digna	9.0	22.6	68.4	3.97

Tabla A1.2: Jerarquización de los valores, según sean bastante o muy importantes (Ordenados de más a menos), en % y en puntuación media en la escala

Ordenación importancia valores		% Bastante o mucho	Puntuación media
1º	Tener unas buenas relaciones familiares	88.0	4.46
2º	Tener éxito en el trabajo	85.4	4.35
3º	Mantener y cuidar la salud	84.1	4.35*
4º	Tener muchos amigos y conocidos	80.7	4.35*
5º	Ganar dinero	79.9	4.26
6º	Obtener un buen nivel de capacitación cultural y profesional	77.9	4.13
7º	Superarse día a día	76.1	4.14*
8º	Tener una vida sexual satisfactoria	75.2	4.11
9º	Disponer de mucho tiempo libre/ocio	73.5	4.07
10º	Cuidar el medio ambiente	71.9	4.01
11º	Llevar una vida moral y digna	68.4	3.97
12º	Vivir como a uno le gusta sin pensar en el qué dirán	68.1	3.91
13º	Respetar las normas	60.0	3.72
14º	Respetar la autoridad	59.1	3.68
15º	Vivir al día sin pensar en el mañana	54.8	3.59
16º	Preocuparse por lo que ocurre en otros lugares del mundo	50.7	3.38
17º	Arriesgarse ante cosas nuevas e inciertas	49.2	3.43
18º	Invertir tiempo y dinero en estar guapo/a	39.6	3.19
19º	Hacer cosas para mejorar el barrio o comunidad	38.4	3.04
20º	Preocuparse por cuestiones religiosas o espirituales	13.7	2.03
21º	Interesarse por temas políticos	13.6	1.98

* Medias iguales o superiores, con porcentajes de bastante-mucho menores, se deben a los porcentajes de nada-poco o regular

Si analizamos con detenimiento el cuadro A1.A la conclusión de carácter general es que, en esencia, la estructura de valores de los adolescentes y jóvenes españoles de nuestra muestra es muy similar a la del conjunto de la población española (entre 15 y 65 años). De los ocho valores que ocupan, en la jerarquización de ambos colectivos, los primeros lugares, siete de ellos son los mismos. El único valor de esos ocho primeros en que se da una diferencia apreciable es el de tener muchos amigos y conocidos, que en los jóvenes ocupa el cuarto lugar y en el conjunto de la población baja al noveno.

En síntesis vemos que en ambos colectivos, hay una gran similitud en la jerarquía de valores. Coinciden en priorizar los valores familistas, los pragmáticos y los individualistas. Después sitúan como valores intermedios la libertad, la moral y los valores normativos. Finalmente coinciden en una apreciación francamente menor algunos valores relativos a la solidaridad y a intereses políticos y religiosos.

Cuadro A1.A: Comparación de la jerarquización de los valores finalistas del presente estudio en jóvenes de 14 a 18 años, con el estudio de Valores en población de 15 a 65 años, ambos de ámbito nacional

VALORES FINALISTAS	Población española 14 a 18 años	Población española 15 a 65 años
Tener unas buenas relaciones familiares	1º	1º
Tener éxito en el trabajo	2º	4º
Mantener y cuidar la salud	3º	2º
Tener muchos amigos y conocidos	4º	9º
Ganar dinero	5º	5º
Obtener un buen nivel de capacitación cultural y profesional	6º	3º
Superarse día a día	7º	8º
Tener una vida sexual satisfactoria	8º	6º
Disponer de mucho tiempo libre/ocio	9º	13º
Cuidar el medio ambiente	10º	7º
Llevar una vida moral y digna	11º	10º
Vivir como a uno le gusta sin pensar en el qué dirán	12º	14º
Respetar las normas	13º	11º
Respetar la autoridad	14º	12º
Vivir al día sin pensar en el mañana	15º	19º
Preocuparse por lo que ocurre en otros lugares del mundo	16º	15º
Arriesgarse ante cosas nuevas e inciertas	17º	18º
Invertir tiempo y dinero en estar guapo/a	18º	17º
Hacer cosas para mejorar el barrio o comunidad	19º	16º
Preocuparse por cuestiones religiosas o espirituales	20º	20º
Interesarse por temas políticos	21º	21º

Por otro lado, si comparamos los resultados actuales con los que reflejaron los jóvenes de la Comunidad de Madrid (Cuadro A1.B), encontramos, dentro de la esencial coincidencia entre ambos colectivos, pequeñas diferencias de orden debidas, sin duda, al grupo etario (de 19 a 24 años de Madrid) que no está incluido en la muestra del presente estudio.

Cuadro A1.B: Comparación de la jerarquización de los valores del presente estudio en jóvenes de 14 a 18 años, con el estudio en jóvenes madrileños de 14 a 24 años

VALORES FINALISTAS	Población española 14 a 18 años	Población madrileña 14 a 24 años
Tener unas buenas relaciones familiares	1º	3º
Ganar dinero	2º	1º
Obtener un buen nivel de capacitación cultural y profesional	3º	4º
Disponer de mucho tiempo libre, ocio	4º	2º
Vivir como a uno le gusta sin pensar en el qué dirán	5º	5º
Respetar la autoridad	6º	6º
Vivir al día sin pensar en el mañana	7º	9º
Preocuparse por lo que ocurre en otros lugares del mundo	8º	7º
Hacer cosas para mejorar el barrio o comunidad	9º	8º

Volviendo a la jerarquía de valores obtenida en nuestra investigación, pasamos a analizar las características sociodemográficas de quienes, en mayor y menor proporción, señalan la importancia de cada tipo de valor específico. Todo ello está recogido en las tablas A1.3 y A1.4.

Tabla A1.3 Características sociodemográficas de los que en mayor y menor medida se identifican bastante o mucho con cada valor, en %

VALORES	Total	Hábitat	Género	Edad	Ocupación	Estudios
Tener éxito en el trabajo	85.4	ND	ND	+18 años (87.7) -14-15 años (80.1)	+Trabajo habitual (88.6) -Estudian (80.5)	+Medios-superiores (89.6) -Primarios (71.6)
Tener unas buenas relaciones familiares	88.0	+10.000-50.000 h. (94.5) -250.000 h. (84.6)	+Mujeres (89.7) -Varones (83.2)	ND	+Parados (91.6) -Estudian (82.1)	+BUP-COU (89.7) -FP (86.1)
Tener muchos amigos y conocidos	80.7	ND	+Mujeres (84.7) -Varones (78.6)	ND	+Parados (88.8) +Trabajo habitual (87.1) -Estudian (76.1)	+EGB-ESO (88.6) -Primarios (71.6)
Disponer de mucho tiempo libre, ocio	73.5	+hasta 10.000 h. (76.1) -100.000-250.000 h. (65.1)	+Varones (75.8) -Mujeres (71.3)	ND	+No hacen nada (85.9) +Trabajo esporádico (62.1)	+Primarios (78.1) -Medios-superiores (65.3)
Vivir al día sin pensar en el mañana	54.8	ND	ND	ND	+Est. y trab.esporádico (60.8) -Trabajo habitual (53.1)	ND
Mantener y cuidar la salud	84.1	+hasta 10.000 h. (87.8) -250.000 h. (80.1)	+Mujeres (87.9) -Varones (79.9)	ND	ND	+BUP-COU (86.7) -Primarios (81.0)
Arriesgarse ante cosas nuevas e inciertas	49.2	ND	+Varones (52.7) -Mujeres (47.5)	ND	+Trabajo esporádico (53.1) -Parados (43.1)	+Medios-superiores (51.3) -Primarios (43.2)
Vivir como a uno le gustaría sin pensar en el que dirán	68.1	ND	ND	+18 años (74.1) -14-15 años (64.9)	+No hace nada (69.9) -Trabajo esporádico (57.1)	+Medios-superiores (70.1) +FP (71.2) -Primarios (59.1)
Invertir tiempo y dinero en estar guapo/a	39.6	+250.000 h. (45.1) -hasta 10.000 h. (35.6)	+Mujeres (46.9) -Varones (33.6)	ND	+No hace nada (52.8) -Trabajo habitual (24.1)	+BUP-COU (47.6) -Medio-superiores (36.1)
Hacer cosas para mejorar el barrio	38.4	+hasta 10.000 h. (42.6) -250.000 h. (29.4)	+Mujeres (42.7) -Varones (34.8)	ND	ND	+Medios-superiores (52.7) -Primarios (27.3)
Interesarse por temas políticos	13.6	ND	ND	+18 años (16.1) -14-15 años (10.4)	+Estudia y trabaja (20.1) -No hacen nada (5.4)	+Medios-superiores (16.6) -Primarios (0.0)
Preocuparse por cuestiones religiosas o espirituales	13.7	ND	+Mujeres (15.9) -Varones (12.1)	+14-15 años (15.4) -18 años (10.4)	+Estudian (15.7) -Trabajo esporádico (3.6)	+Medios-superiores (14.6) -FP (8.6)
Preocuparse por lo que ocurre en otros lugares del mundo	50.7	+250.000 h. (53.9) -50.001-100.000 (45.6)	+Mujeres (56.9) -Varones (34.8)	ND	ND	+Medios-superiores (82.6) -Primarios (31.2)
Superarse día a día	76.1	ND	+Mujeres (79.1) -Varones (73.8)	ND	ND	+Medios-superiores (77.2) -Primarios (72.4)
Respetar las normas	60.0	+hasta 10.000 h. (70.1) -250.000 h.(55.2)	+Mujeres (65.6) -Varones (54.3)	ND	ND	ND
Cuidar el medio ambiente	71.9	+hasta 10.000 h. (76.8) -250.000 h. (68.1)	+Mujeres (76.9) -Varones (66.7)	+18 años (77.8) -14-15 años (66.7)	ND	+Medios-superiores (78.9) -Primarios (60.1)
Obtener un buen nivel de capacitación cultural y profesional	77.9	ND	+Mujeres (81.6) -Varones (70.1)	+18 años (80.1) -14-15 años (66.7)	+Trabajo habitual (79.8) -No hace nada (40.1)	+Medios-superiores (81.6) -EGB-ESO (71.3)
Tener una vida sexual satisfactoria	75.2	ND	+Varones (80.6) -Mujeres (71.1)	+18 años (82.1) -14-15 años (69.3)	+No hacen nada (81.3) -Estudia (62.1)	+FP (82.7) -Primarios (65.6)
Ganar dinero	79.9	ND	+Varones (82.1) -Mujeres (76.7)	ND	+Trabajo habitual (92.9) -Estudia (65.1)	ND
Respetar la autoridad	59.1	+hasta 10.000 h. (62.9) -250.000 h. (58.1)	+Mujeres (64.1) -Varones (55.1)	ND	ND	ND
Llevar una vida moral y digna	68.4	ND	+Mujeres (73.4) -Varones (64.1)	+14-15 años (70.6) -18 años (64.8)	ND	+FP (69.6) -Primarios (66.1)

Tabla A1.4 Otras características sociodemográficas de los que en mayor y menor medida se identifican con cada valor, en %

VALORES	Total	Estudios padres	Puesto en la clase	Creencias religiosas	Posicionamiento político	Posicionamiento político padres
Tener éxito en el trabajo	85.4	+Bachiller elemental (88.6) -FP (79.6)	+De los primeros (88.1) -Del medio (81.0)	+Católicos practicantes (87.7) -Otras religiones (81.4)	+Derecha (90.1) -Izquierda (82.6)	+Derecha (89.7) -Izquierda (83.7)
Tener unas buenas relaciones familiares	88.0	ND	ND	+Católicos practicantes (94.7) -No creyentes (80.1)	+Derecha (91.3) -Ext. izquierda (81.3)	+Derecha (91.3) +Centro (89.3) -Ext. izquierda (81.4)
Tener muchos amigos y conocidos	80.7	ND	+De los últimos (89.7) -De la 1ª mitad (78.5)	+Católicos practicantes (91.4) -Agnósticos (76.4)	+Centro (86.7) -Izquierda (68.7)	ND
Disponer de mucho tiempo libre, ocio	73.5	ND	+De los últimos (78.6) -De los primeros (62.9)	+No creyentes (78.3) -Católicos practicantes (67.8)	+Ext. izquierda (77.1) -Derecha (67.5)	+Ext. Izquierda (80.6) -Izquierda (68.4) -Centro (72.1)
Vivir al día sin pensar en el mañana	54.8	+Primarios (57.6) -Medios-superiores (47.6)	+De los últimos (59.8) -De los primeros (49.8)	+No creyentes (57.2) -Otras religiones (41.7)	+Ext. izquierda (81.3) +Ext. derecha (55.4) -Derecha (49.4)	ND
Mantener y cuidar la salud	84.1	+Medios-superiores (86.1) -FP (79.6)	ND	+Católicos practicantes (88.5) -Agnósticos (77.1)	+Derecha (84.1) -Ext. izquierda (76.1)	ND
Arriesgarse ante cosas nuevas e inciertas	49.2	ND	ND	+Agnósticos (56.0) -Otras religiones (36.1)	+Ext. izquierda (54.3) -Centro (43.4)	+Izquierda (54.9) -Centro (47.1)
Vivir como a uno le gustaría sin pensar en el que dirán	68.1	+FP (69.6) -Bachiller elemental (64.6)	+De los últimos (69.7) -De los primeros (63.4)	+No creyentes (72.1) -Otras religiones (55.1)	+Ext. izquierda (79.8) -Centro (63.1) -Derecha (60.3)	+Ext. izquierda (71.2) -Centro (63.6)
Invertir tiempo y dinero en estar guapo/a	39.6	ND	ND	+Agnósticos (40.6) -Otras religiones (30.1)	+Izquierda (44.6) -Derecha (30.1)	ND
Hacer cosas para mejorar el barrio	38.4	ND	+De los primeros (46.4) -De los últimos (29.1)	+Católicos practicantes (43.7) -No creyentes (26.1)	+Izquierda (48.1) -Ext. derecha (31.2)	+Izquierda (52.1) -Ext. derecha (31.2)
Interesarse por temas políticos	13.6	+Medios-superiores (16.6) -Primarios (8.1)	+De los primeros (15.7) -Del medio (11.5)	+No creyentes (20.1) -Otras religiones (5.8)	+Izquierda (27.2) -Derecha (10.3)	+Izquierda (18.4) -Derecha (10.4)
Preocuparse por cuestiones religiosas o espirituales	13.7	+Medios-superiores (17.2) -Primarios (11.4)	+De los primeros (19.6) -De los últimos (7.9)	+Católicos practicantes (31.7) -Agnósticos (6.7) -No creyentes (6.7)	+Ext. derecha (24.7) -Ext. Izquierda (7.1)	+Derecha (18.1) -Ext. Izquierda (9.6)
Preocuparse por lo que ocurre en otros lugares del mundo	50.7	+Medios-superiores (54.9) -Primarios (40.1)	+De los primeros (59.1) -De los últimos (40.1)	+Agnósticos (54.3) -Otras religiones (30.1)	+Izquierda (66.9) -Ext. derecha (21.4)	+Izquierda (61.5) -Ext. derecha (30.1)
Superarse día a día	76.1	ND	+De los primeros (80.4) -De la 2ª mitad (60.1)	ND	+Centro (80.9) -Ext. derecha (61.9)	ND

Tabla A1.4 Otras características sociodemográficas de los que en mayor y menor medida se identifican en cada valor, en %
(Continuación)

VALORES	Total	Estudios padres	Puesto en la clase	Creencias religiosas	Posicionamiento político	Posicionamiento político padres
Respetar las normas	60.0	ND	+De los primeros (64.5) -De los últimos (54.8)	+Católicos practicantes (77.8) -No creyentes (36.1)	+Centro (70.1) -Ext. izquierda (44.9)	+Derecha (64.1) -Izquierda (51.7)
Cuidar el medio ambiente	71.9	ND	+De los primeros (76.9) -De la 2ª mitad (61.7)	ND	+Izquierda (73.9) -Ext. derecha (60.1)	ND
Obtener un buen nivel de capacitación cultural y profesional	77.9	ND	+De los primeros (83.9) -De los últimos (61.9)	+Católicos practicantes (87.6) -Agnósticos (74.1)	+Centro (82.1) -Ext. izquierda (71.6)	+Derecha (81.6) -Ext. izquierda (72.7)
Tener una vida sexual satisfactoria	75.2	ND	+De la 2ª mitad de la clase -De la 1ª mitad de la clase	+No creyentes (84.9) -Católicos practicantes (67.8)	+Ext. izquierda (79.6) -Derecha (71.3)	+Ext. izquierda (80.2) -Centro (70.1)
Ganar dinero	79.9	ND	+De los últimos (84.6) -De la 1ª mitad (69.1)	+No creyentes (84.6) -Catól. no practicantes (76.7)	+Ext. derecha (84.6) -Izquierda (69.1)	ND
Respetar la autoridad	59.1	ND	+De los primeros (70.1) -De los últimos (54.1)	+Católicos practicantes (66.5) -No creyentes (41.4)	+Derecha (64.9) -Ext. izquierda (45.1)	+Centro (61.9) -Ext. izquierda (49.6)
Llevar una vida moral y digna	68.4	ND	+De los primeros (72.6) -De los últimos (60.6)	+Católicos practicantes (75.3) -No creyentes (46.9)	+Derecha (70.1) -Ext. izquierda (57.1)	ND

Aunque el análisis de las tablas permite observaciones enormemente interesantes, puesto que más tarde tendremos la oportunidad de visualizar perfiles por "ejes de valores", para evitar reiteraciones, dejamos el citado análisis al lector interesado, obviando aquí el señalamiento de los hallazgos a pesar de su evidente significación (por otra parte, colateral al objetivo central de esta investigación).

A1.2 LOS MODELOS BÁSICOS DE VALORES FINALISTAS

La amplia pluralidad de valores finalistas específicos, una vez realizado un análisis factorial de componentes principales (tabla A1.5) se sintetizan en cinco tipos o modelos básicos. Con una explicación de la varianza total del 50.8%, se han obtenido cinco factores principales que constituirían los cinco modelos básicos de valores finalistas.

Tabla A1.5. Análisis factorial de los valores finalistas
(Varianza total explicada **50.8%**)

	Factor 1 Normativos Altruistas	Factor 2 Pragmáticos	Factor 3 Humanistas	Factor 4 Aventureros- Hedonistas	Factor 5 Presentistas- Estetas
% de varianza explicada:	20.2	11.4	8.9	5.3	4.9
Respetar las normas	.730				
Respetar la autoridad	.698				
Cuidar el medio ambiente	.604				
Superarse día a día	.581		.340		
Llevar una vida moral y digna	.573				
Hacer cosas para mejorar el barrio	.527		.367		
Preocuparse por lo que ocurre en el mundo	.512		.419		
Obtener un buen nivel cultural y profesional	.483	.379			
Ganar dinero		.686			
Tener muchos amigos y conocidos		.682			
Tener éxito en el trabajo	.319	.530			
Tener buenas relaciones familiares	.362	.529			
Mantener y cuidar la salud	.429	.482			
Interesarse por temas políticos			.875		
Preocuparse por cuestiones religiosas o espirituales			.793		
Vivir como a uno le gusta sin pensar en el qué dirán				.690	.353
Arriesgarse ante cosas nuevas e inciertas		.484		.678	
Tener una vida sexual satisfactoria				.537	.310
Vivir al día sin pensar en el mañana				.379	.672
Invertir el tiempo y el dinero en estar guapo					.610
Disponer de mucho tiempo libre y ocio		.471			.487

Según los datos de esa tabla vemos que el modelo más generalmente compartido por los adolescentes y jóvenes españoles de 14 a 18 años es "Pragmáticos", con un 93.2% que lo postula entre el 3.51 y 5 en la escala de cinco puntos. A éste le seguiría "Aventureros-Hedonistas", con el 69.7%. En tercer lugar estaría "Normativos-Altruistas", con un 65.3%. A continuación se situarían "Presentistas-Estetas", con el 58.6%. Y en último lugar "Humanistas", con el 6.4%.

Factor 1. Valores *NORMATIVOS-ALTRUISTAS* (20.2% de la varianza).

Este sería principalmente el modelo de valores normativos, de integración social y convivencia civilizada, con un cierto componente –algo más tenue- de solidaridad o altruismo. Aquí estarían los que, en una u otra medida, comparten los valores específicos de: “respetar las normas y la autoridad”, “cuidar el medio ambiente”, “superarse día a día”, “llevar una vida digna y moral”, y “obtener un buen nivel de capacitación cultural y profesional”. Así mismo comparten una parte de ellos los valores de hacer cosas para “mejorar el barrio o comunidad” y “preocuparse por lo que ocurre en el mundo”.

Por otra parte, también se integran en este factor un grupo de quienes defienden tres valores que se ubican en el modelo *Pragmáticos*. Dichos valores de carácter normativo, serían: “tener éxito en el trabajo”, “tener buenas relaciones familiares”, y “mantener y cuidar la salud”.

Factor 2: Valores *PRAGMÁTICOS* (11.4% de la varianza).

Este sería el modelo de valores más prácticos que como veremos es el que suscita más adhesiones. La variable con más peso en el factor es la de “ganar dinero”, seguida de “tener muchos amigos y conocidos”, “tener éxito en el trabajo”, “tener buenas relaciones familiares”, y “mantener y cuidar la salud”.

Comparte con el factor 1 “obtener un buen nivel de capacitación profesional”, con el 4 “tener una vida sexual satisfactoria”, y con el 5 “disponer de mucho tiempo libre”; es decir, aspectos prácticos muy orientados al triunfo y la satisfacción personal.

Factor 3: Valores *HUMANISTAS* (8.9% de la varianza).

Este modelo, como veremos después, es con mucho el más minoritario. Es una mezcla de valores humanistas y altruistas. De modo principal están en este factor el interés por temas políticos y la preocupación por cuestiones religiosas y espirituales.

Comparte con el factor 1 algunos valores altruistas (“superarse día a día”, “hacer cosas por mejorar el barrio o la comunidad”, y “preocuparse por lo que ocurre en el mundo”).

Factor 4: Valores *AVENTUREROS-HEDONISTAS* (5.3%% de la varianza).

En este modelo estarían los que priorizan vivir tal como les gusta sin pensar en el que dirán, los que están dispuestos a arriesgarse por cosas nuevas e inciertas y los que desean tener una vida sexual satisfactoria. Es decir, valores relativos a la independencia, el riesgo y el placer.

En esta línea comparte también un aspecto del factor 5: “vivir al día sin pensar en el mañana”.

Factor 5: *Valores PRESENTISTAS-ESTETAS* (4.9% de la varianza).

Aquí encontramos a los que comparten valores de presentismo (“vivir al día sin pensar en el mañana”) o de estética y diversión (“invertir tiempo y dinero en estar guapo/a” y “disponer de mucho tiempo libre y de ocio”).

Comparte, coherentemente, con el factor 4: “vivir como a uno le gusta sin pensar el que dirán” y “tener una vida sexual satisfactoria”.

Esta presentación de los cinco factores o modelos básicos está ordenada por la proporción de varianza que explican, es decir, por su especificidad o diferenciación respecto al tronco común, pero no indica la proporción o la importancia cuantitativa del grupo que comparte los valores de cada factor.

Para saber esto identificamos, para las variables que configuran cada factor, a aquéllos que sostienen esas variables en una intensidad medio-alta y alta (es decir, con una puntuación de 3.51 a 5, en la escala de 1 a 5). Esto es lo que podemos ver en la tabla A1.6.

Tabla A1.6 Proporciones de quienes, en mayor medida, se sitúan en cada eje factorial de valores
(De 3.51 a 5, en la escala de 1 a 5))

Ejes factoriales		% de 3.51 a 5
1	Normativos-Altruistas	65.3
2	Pragmáticos	93.2
3	Humanistas	6.4
4	Aventureros-Hedonistas	69.7
5	Presentistas-Estetas	58.6

Lógicamente, un joven puede sentirse próximo o identificado con más de un factor o grupo de valores. El promedio de factores compartidos se sitúa entre dos y tres. Como ya vimos, los “*Normativos-Altruistas*” tienen un núcleo común muy importante con los “*Pragmáticos*”, y menor con los “*Humanistas*”. También tienen un bloque común bastante importante los “*Aventureros-Hedonistas*” y los “*Presentistas-Estetas*”.

En lo que se refiere a los perfiles de quienes, principalmente, se ubican en cada uno de los cinco modelos de valores finalistas, hemos tenido en cuenta, por una parte, las variables sociodemográficas generales (hábitat, género, edad, ocupación, estudios, estudios de los padres, puesto en que se sitúan en clase, creencias religiosas y autopoicionamiento político); por otra parte, otras variables y ejes estudiados en diferentes capítulos (razones por las que no se juega con videojuegos, tiempo que juegan entre semana y en el fin de semana), y los ejes factoriales de la situación personal del entrevistado y de los tipos de videojuegos.

En las tablas A1.7 a A1.11 se ofrecen los rasgos principales de quienes se sitúan prevalentemente en cada modelo de valores. Como en todos los tratamientos estadísticos del estudio, la significación mínima obtenida ha sido de $P < .05$. Cuando alguna variable no es significativa la notación es ND (no discriminante).

Tabla A1.7. Características sociodemográficas y relaciones con otras variables y ejes de quienes en mayor medida se ubican en cada factor o tipo de Valores
(3.51 a 5 en la escala de 1 a 5)

FACTOR 1: NORMATIVOS-ALTRUISTAS		
Total 65.3%		
Características Sociodemográficas		%
Hábitat	Hasta 10.000 hab.	71.5
Género	Mujeres	70.9
Edad	ND	-
Ocupación	Estudia y trabajo habitual	77.8
Estudios	Medios-superiores	77.2
Estudios padres	ND	-
Puesto en clase	De los primeros	71.1
Religión	Católicos practicantes	79.2
Autoposicionamiento político	Centro	68.5
	Izquierda	72.3
Relaciones con otras Variables y Ejes		%
No juegan a videojuegos	No les interesa	69.1
Tiempo dedicado a videojuegos	Menos 1 hora entre semana	71.5
	Menos 1 hora fin semana	68.9
Ejes situación personal	Amistad	72.6
	Relaciones familiares positivas	73.9
Ejes tipos de videojuegos	Plataforma	66.7

Tabla A1.8 Características sociodemográficas y relaciones con otras variables y ejes de quienes en mayor medida se ubican en cada factor o tipo de Valores
(3.51 a 5 en la escala de 1 a 5)

FACTOR 2: PRAGMÁTICOS		
Total 93.2%		
Características Sociodemográficas		%
Hábitat	ND	-
Género	Mujeres	94.5
Edad	18 años	95.1
Ocupación	ND	-
Estudios	ND	-
Estudios padres	ND	-
Puesto en clase	ND	-
Religión	Católicos practicantes y no	94.7
Autoposicionamiento político	Derecha	94.6
Relaciones con otras Variables y Ejes		%
No juegan a videojuegos	No les interesa	94.6
Tiempo dedicado a videojuegos	Menos 1 hora entre semana	94.8
	Menos 1 hora fin semana	93.9
Ejes situación personal	Amistad	95.7
	Relaciones familiares positivas	96.8
Ejes tipos de videojuegos	ND	-

Tabla A1.9: Características sociodemográficas y relaciones con otras variables y ejes de quienes en mayor medida se ubican en cada factor o tipo de Valores
(3.51 a 5 en la escala de 1 a 5)

FACTOR 3: HUMANISTAS		
Total 6.4%		
Características Sociodemográficas		%
Hábitat	Más 250.000 hab.	8.7
Género	ND	-
Edad	ND	-
Ocupación	ND	-
Estudios	Primarios	9.1
	Medio-superiores	7.9
Estudios padres	Medio-superiores	9.7
Puesto en clase	De los primeros	8.2
Religión	Católicos practicantes	14.0
Autoposicionamiento político	ND	-
Relaciones con otras Variables y Ejes		%
No juegan a videojuegos	No me dejan mis padres	13.2
Tiempo dedicado a videojuegos	2 a 3 horas entre semana	10.3
	Menos 1 hora fin semana	7.5
Ejes situación personal	Extroversión	8.0
Ejes tipos de videojuegos	ND	-

Tabla A1.10 Características sociodemográficas y relaciones con otras variables y ejes de quienes en mayor medida se ubican en cada factor o tipo de Valores
(3.51 a 5 en la escala de 1 a 5)

FACTOR 4: AVENTUREROS-HEDONISTAS		
Total 69.7%		
Características Sociodemográficas		%
Hábitat	ND	-
Género	Varones	70.9
Edad	18 años	76.6
Ocupación	Trabajo esporádico	85.7
	Trabajo habitual	81.4
Estudios	FP	75.2
Estudios padres	ND	-
Puesto en clase	De los últimos	72.9
Religión	Agnósticos	72.1
	No creyentes	76.0
Autoposicionamiento político	Extrema izquierda	78.4
	izquierda	75.4
Relaciones con otras Variables y Ejes		%
No juegan a videojuegos	No tengo tiempo	72.4
Tiempo dedicado a videojuegos	3 horas ó más entre semana	73.6
	3 horas o más fin semana	76.0
Ejes situación personal	Amistad	72.2
	Agresividad	77.8
Ejes tipos de videojuegos	Deporte	72.7
	Rol, estrategia, aventura	74.7
	Combate	70.3

Tabla A1.11: Características sociodemográficas y relaciones con otras variables y ejes de quienes en mayor medida se ubican en cada factor o tipo de Valores
(3.51 a 5 en la escala de 1 a 5)

FACTOR 5: PRESENTISTAS-ESTETAS		
Total 58.6%		
Características Sociodemográficas		%
Hábitat	ND	-
Género	ND	-
Edad	14-15 años	61.3
	16-17 años	62.4
Ocupación	ND	-
Estudios	EGB-ESO-BUP	60.4
Estudios padres	Bachiller Elemental	67.1
Puesto en clase	De los últimos	66.7
Religión	Católicos no practicantes	63.3
Autoposicionamiento político	Centro	60.2
	Extrema derecha	61.0
Relaciones con otras Variables y Ejes		%
No juegan a videojuegos	No me dejan mis padres	60.4
Tiempo dedicado a videojuegos	3 horas ó más entre semana	66.2
	1 a 2 horas fin semana	61.8
Ejes situación personal	Extroversión	64.4
Ejes tipos de videojuegos	Combate	64.5
	Plataforma	61.7

Según los datos de las tablas anteriores podemos ver que el perfil de los que de modo prevalente se ubican en cada modelo de valores es el siguiente:

- ***NORMATIVOS-ALTRUISTAS***

En poblaciones de hasta 10.000 habitantes, las mujeres, quienes estudian y tienen un trabajo habitual, aquéllos con estudios medios-superiores, los que se sitúan entre los primeros de la clase, los católicos practicantes, los de centro y de izquierda (según su propio autoposicionamiento).

Los que, si no juegan a videojuegos es porque no les interesa, y cuando lo hacen le dedican menos de una hora entre semana y menos de una hora en fin de semana; aquéllos cuyos juegos preferidos son los de Plataforma; los que, los que, por su situación personal, se sitúan en los ejes "*Amistad*" y "*Relaciones familiares positivas*".

- ***PRAGMÁTICOS***

Algo más las mujeres que los hombres, los de 18 años, los católicos, los autoposicionados en la derecha.

Los que, si no juegan es porque no les interesa, y cuando lo hacen dedican a ello menos de una hora, tanto entre semana como en fin de semana. Aquéllos cuya situación personal está situada en los ejes "*Amistad*" y "*Relaciones familiares positivas*".

Como se ve, es un perfil muy similar al de los Normativos. Ello es debido al amplio núcleo común que tienen ambos tipos de valores.

- *HUMANISTAS*

En poblaciones de 250.000 habitantes y más, los que tienen estudios primarios y medios-superiores (igual que sus padres), quienes se sitúan entre los primeros de la clase; los católicos practicantes.

Aquéllos que, si no juegan a videojuegos es, principalmente, porque sus padres no les dejan; quienes cuando lo hacen le dedican de dos a tres horas entre semana y menos de una hora en fin de semana. Quienes, por su situación personal se sitúan en el eje "*Extroversión*".

- *AVENTUREROS-HEDONISTAS*

Los varones, los de 18 años, los que tienen trabajo esporádico habitual, aquéllos con estudios de FP, los que se sitúan entre los últimos de la clase; los agnósticos y los no creyentes; los autopositionados en la extrema izquierda e izquierda.

Los que si no juegan a videojuegos es porque no tienen tiempo; los que sí lo hacen, empleando en ello tres o más horas, tanto entre semana como en fin de semana; aquéllos cuyos videojuegos preferidos son los de Deporte, Rol-estrategia-aventura, y Combate. Quienes, en los ejes de situación personal se ubican en "*Amistad*" y en "*Agresividad*".

- *PRESENTISTAS-ESTETAS*

Los de 14-15 años y 16-17, los que tienen estudios de EGB, ESO y BUP; los que se creen de los últimos de la clase; aquéllos cuyos padres tienen estudios de bachiller elemental; los católicos no practicantes, los de centro y de extrema derecha (según su propia calificación).

Los que, si no juegan a videojuegos es porque no les dejan sus padres; y si juegan lo hacen tres o más horas entre semana y de una a dos en fin de semana; aquéllos cuyos videojuegos preferidos son los de Combate y los de Plataforma. En su situación personal se ubican en el eje "*Extroversión*".

Apéndice 2

SITUACIÓN PERSONAL DE LOS JÓVENES

A lo largo de nuestro análisis de las diversas dimensiones del uso de los videojuegos, hemos introducido como una variable de relativa importancia la situación personal de los jóvenes. Por situación personal podemos considerar aquellos aspectos y características, individuales y sociales, a través de las cuales podemos comprender algunas de las aristas más relevantes de la vida de nuestros jóvenes. Por tanto, cuando nos referimos a la situación personal de los jóvenes, estamos haciendo referencia no sólo a características individuales, sino fundamentalmente a la relación entre los jóvenes y su entorno social inmediato, así como a la satisfacción con su vida. De esta forma, puede entenderse la situación personal como situación psicosociológica. En el presente apéndice se ofrece una descripción detallada de algunas dimensiones fundamentales de la definición y la experiencia de dicha situación personal. Se trata de ofrecer una visión general de las relaciones de amistad, familiares y de la satisfacción vital de los jóvenes.

Para tal fin, el apéndice se estructurará en tres grandes secciones. En la primera se aborda el análisis particularizado de las respuestas que los componentes de la muestra ofrecieron en los distintos ítems que, dentro del cuestionario, trataban de abordar su situación personal. En segundo lugar, trataremos de ofrecer una visión sintética, trabajando con un análisis factorial y relacionando los distintos ejes con las principales variables sociodemográficas y los grandes grupos de valores que definen el universo cultural de los jóvenes, así como con su uso del tiempo libre. Cerraremos nuestra exposición tratando de dar respuesta a la siguiente pregunta: ¿Son felices los jóvenes españoles? ¿Cuáles son los principales factores que inciden en la satisfacción de los jóvenes con su vida?

A2.1. ANÁLISIS PARTICULARIZADO DE LAS RESPUESTAS.

La indagación en torno a la situación personal trabajaba a partir de doce afirmaciones, para las cuales los sujetos debían señalar su grado de acuerdo en una escala de 1 (mínimo acuerdo) a 5 (máximo acuerdo):

1. Tengo fama de ser buen amigo/a
2. Me dicen que soy muy agresivo con los demás
3. Tengo muy buenas relaciones con mi familia
4. Cuando hablo en un grupo siempre me escuchan
5. Tengo muchos amigos/as
6. Participo siempre en las actividades que se plantean
7. Me gusta mucho conocer y relacionarme con gente nueva
8. Los demás me ven como a un bicho raro
9. Ayudo mucho a los demás siempre que puedo
10. Mis amigos acuden a mí cuando tienen problemas o les preocupa algo
11. Cuando alguien me molesta me peleo con facilidad
12. Siempre busco apoyo de mi familia cuando me pasa algo importante.

La tabla A2.1 muestra el grado de acuerdo con cada una de estas cuestiones.

Tabla A2.1. SITUACIÓN PERSONAL.
Grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones...(%)

	Nada de acuerdo	Poco de acuerdo	Indiferente	Bastante de acuerdo	Muy de acuerdo	NS/NC
Tengo fama de ser buen amigo	0.6	11.1	17	39	39.3	3
Me dicen que soy muy agresivo con los demás	57.5	24	9.9	4.5	3.4	0.8
Tengo muy buenas relaciones con mi familia	2.1	4.5	18.5	31.9	42.8	0.3
Cuando hablo en un grupo siempre me escuchan	1.5	4.7	28.3	36.9	27.8	0.8
Tengo muchos amigos/as	1	2.9	17.2	31.2	47	0.8
Participo siempre en las actividades que se plantean	2.2	6.9	26.3	33.7	30.4	0.4
Me gusta mucho conocer y relacionarme con gente nueva	1.3	4.3	19.7	31.1	43.4	0.3
Los demás me ven como a un bicho raro	64.4	20.8	7.4	3.8	1.8	1.8
Ayudo mucho a los demás siempre que puedo	1.6	4.8	24.6	38.8	29.8	0.4
Mis amigos acuden a mí cuando tienen problemas	2.1	6.4	30.2	33.5	26.9	0.9
Cuando alguien me molesta me peleo con facilidad	44.4	25.5	14.9	8.1	6.5	0.5
Busco apoyo de mi familia cuando me pasa algo importante	7.8	11.2	24	28.4	28.2	0.4

En términos generales, puede afirmarse que la situación personal de los jóvenes españoles se caracteriza por una alta satisfacción con sus relaciones interpersonales. La gran mayoría de los entrevistados declaran tener muchos amigos y se muestran notablemente satisfechos con las diversas dimensiones de sus relaciones de amistad: participación, apoyo, implicación... Lo mismo cabe decir con respecto a sus relaciones familiares, si bien en este punto se imponen ciertas matizaciones: a pesar de que casi un 80% afirma mantener relaciones bastante o muy buenas con su familia, lo cierto es que tan sólo un 56.6% acude a ella cuando atraviesa por algún trance importante. En este sentido, parecería que en las edades de la población objeto de estudio la principal fuente de apoyo e identidad se da en el grupo de amigos, por encima de la familia. En otras palabras, la importancia del grupo de pares cobra una importancia trascendental en los jóvenes menores de 18 años y, además, sus relaciones dentro de dicho grupo parecen altamente satisfactorias para la inmensa mayoría. Esto no quiere decir que las relaciones familiares se caractericen por la conflictividad. Como hemos visto, nuestros datos apuntan todo lo contrario: los jóvenes se muestran notablemente satisfechos con sus relaciones familiares, que pueden describirse como "buenas". Ahora bien, no es menos cierto que la proporción de personas que no buscan apoyo en su familia cuando sufren algún tipo de problemas (19%) o que se muestra indiferente ante ese posible apoyo (24%) es considerable.

Además, a pesar del carácter positivo de sus relaciones de amistad, lo cierto es que también hay que resaltar aquí el significativo porcentaje de jóvenes cuyas relaciones sociales están marcadas por un cierto grado de agresividad. Y es que un 6.5% se muestra muy de acuerdo con la frase "Cuando alguien me molesta me peleo con facilidad", mientras que un 8.1% se muestra bastante de acuerdo con la misma.

En resumen, en una primera aproximación, la situación personal y social de los jóvenes podría describirse en términos positivos. En su red de amigos encuentran una importante fuente de apoyo, a la vez que disfrutan de la interacción que se genera en dicho grupo. Las relaciones familiares son igualmente positivas, a pesar de que la familia, en tanto que fuente de apoyo para los individuos, adquiere (en términos generales) una menor importancia que el grupo de pares. Ciertamente, podría ser preocupante ese 14,6% que afirma pelearse con cierta facilidad; pero, a grandes rasgos, los jóvenes españoles muestran unos notables niveles de satisfacción con los distintos ámbitos de su situación personal.

Ahora bien, ¿en qué medida varía esta situación en función de las características fundamentales de la muestra?. Las tablas A2.2 y A2.3 se ocupan de esta cuestión, mostrando el peso de los rasgos sociodemográficos manejados durante todo este informe (tamaño del municipio, sexo, grupo de edad, actividad u ocupación, nivel de estudios, nivel de estudios de los padres, autopercepción en el rendimiento del aula, posición religiosa, posición ideológica y posición ideológica de los padres).

tabla A2.2. SITUACIÓN PERSONAL.

Características fundamentales que sobresalen entre los que están *de acuerdo (muy o bastante de acuerdo)* con las siguientes afirmaciones...

	Tamaño de municipio	Sexo	Grupo de edad	Actividad/ocupación	Nivel de estudios
Tengo fama de ser buen amigo (78.3%)	+ De 10001 a 50000 (85.8%) - De 100001 a 250000 (77%)	+ Mujer (81.4%)	ND	+ Trabajo habitual (87%) + No hago nada (85.7%) - En paro (74.2%) - Trabajo esporádico (59.2%)	+ F.P. (85%) - Sin estudios (78.6%) - Superiores y medios (76.2%) - Primarios (71.9%)
Me dicen que soy muy agresivo con los demás (7.9%)	+ De 100001 a 250000 (11%) + 250000 y más (9.4%) - Hasta 10000 (4.8%)	+ Varón (8.6%) - Mujer (7.1%)	ND	+ En paro (17.1%) + No hago nada (16.7%) - Estudio y trabajo habitual (8.5%) - Trabajo esporádico (3.4%)	+ Sin estudios (20%) + Primarios (12.9%) + F.P. (8.5%) - Superiores y medios (6.3%)
Tengo muy buenas relaciones con mi familia (74.7%)	+ Hasta 10000 (87.5%) + De 10001 a 50000 (79.3%) - 250000 y más (66.9%) - De 100000 a 250000 (64.1%)	+ Mujer (77.5%) - Varón (72.3%)	ND	- No hago nada (66.7%) - Estudio y trabajo esporádico (65.1%) - Estudio y trabajo habitual (55.9%) - Trabajo esporádico (55%) - En paro (51.4%)	+ F.P. (76.5%) - Sin estudios (71.4%) - Superiores y medios (62.3%) - Primarios (61.3%)
Cuando hablo en un grupo siempre me escuchan (64.7%)	+ Hasta 10000 (70.9%) - De 50001 a 100000 (62.9%) - De 100001 a 250000 (62.1%)	+ Mujer (70.1%) - Varón (60.5%)	+ 16 y 17 años (68.8%) - 14 y 15 años (61.4%)	+ No hago nada (77.1%) - Trabajo habitual (61.6%) - Trabajo esporádico (53.6%) - En paro (47.2%)	+ Ninguno (86.7%) + Superiores y medios (71.2%) + COU o Bachiller (69.4%) - F.P. (58.8%) - Primarios (30.4%)
Tengo muchos amigos/as (78.2%)	+ Hasta 10000 (81.2%) - De 100001 a 250000 (76.3%)	ND	ND	+ No hago nada (86.1%) + Trabajo habitual (82.2%) - En paro (75%) - Trabajo esporádico (75%) - Estudio y trabajo habitual (73.5%)	- F.P. (72.5%) - Primarios (69.7%) - Superiores y medios (65.5%)
Participo siempre en las actividades que se plantean (64.1%)	ND	+ Mujer (67.7%) - Varón (61.3%)	ND	+ Estudio y trabajo esporádico (65.2%) - En paro (57.1%) - Trabajo habitual (54.3%) - Trabajo esporádico (51.8%)	- Superiores y medios (59.3%) - Sin estudios (46.6%) - Primarios (42.4%)

Tabla A2.2. SITUACIÓN PERSONAL.

Características fundamentales que sobresalen entre los que están *de acuerdo* (*muy o bastante de acuerdo*) con las siguientes afirmaciones...

(Continuación)

	Tamaño de municipio	Sexo	Grupo de edad	Actividad/ocupación	Nivel de estudios
Me gusta mucho conocer y relacionarme con gente nueva (74.5%)	+ De 10001 a 50000 (79.9%) - De 100001 a 250000 (71.9%) - 250000 y más (70.5%)	+ Mujer (77.7%) - Varón (71.6%)	ND	+ En paro (83.4%) + Trabajo habitual (81.4%) - No hago nada (70.2%) - Estudio y trabajo esporádico (69.5%) - Estudio y trabajo habitual (63.9%) - Trabajo esporádico (51.7%)	+ Sin estudios (70%) + EGB, ESO, BIP (76.1%) - Superiores y medios (64.9%) - Primarios (55.9%)
Los demás me ven como a un bicho raro (5.6%)	+ 250000 y más (9.8%) - De 50001 a 100000 (4.3%) - Hasta 10000 (1.8%)	+ Varón (6.2%)	+ 18 años (7.6%)	+ No hago nada (16.7%) + En paro (13.9%) + Trabajo habitual (7.3%)	+ Sin estudios (21.4%) + F.P. (6.6%) - Primarios (3.1%)
Ayudo mucho a los demás siempre que puedo (68.6%)	+ De 10001 a 50000 (76.7%) + De 50001 a 100000 (74.2%) - 250000 y más (65.2%) - De 100001 a 250000 (61.7%)	+ Mujer (75.3%) - Varón (62.9%)	+ 18 años (71.1%) + 16 y 17 años (71.1%)	ND	+ F.P. (73.4%) + COU (72.6%) + Superiores y medios (72.4%) - Primarios (63.6%) - Sin estudios (46.7%)
Mis amigos acuden a mí cuando tienen problemas (60.4%)	+ De 10001 a 50000 (65.5%) + De 50001 a 100000 (64%) - Hasta 10000 (57.7%) - De 100001 a 250000 (57.3%)	+ Mujer (70.7%) - Varón (51.6%)	+ 18 años (66.3%) + 16 y 17 años (63.7%) - 14 y 15 años (54.4%)	+ Estudio y trabajo habitual (76.5%) + Trabajo habitual (64.3%) - Trabajo habitual (41.4%)	+ Superiores y medios (67.6%) + COU o Bachillerato (66.8%) - Primarios 37.6%) - Sin estudios (21.4%)
Cuando alguien me molesta me peleo con facilidad (14.6%)	+ De 100001 a 250000 (17%) + De 10001 a 50000 (16.6%) - Hasta 10000 (11.3%)	+ Mujer (16.1%) - Varón (13.5%)	+ 14 y 15 años (16%) - 18 años (11.8%)	ND	+ Sin estudios (28.6%) + Primarios (18.2%) - F.P. (9.3%) - Superiores y medios (7.7%)
Busco apoyo de mi familia cuando me pasa algo importante (56.6%)	+ De 10001 a 50000 (63.7%) - 250000 y más (51%) -De 100001 a 250000 (49.8%)	+ Mujer (62%) - Varón (51.8%)	ND	+ Trabajo esporádico (65.5%) - Estudio y trabajo habitual (52.8%) - Estudio y trabajo esporádico (50.7%) - No hago nada (47.3%) - En paro (47.2%)	+ COU o Bachillerato (58.3%) - Sin estudios (35.7%) - Primarios (23.5%)

Tabla A2.3. SITUACIÓN PERSONAL

Otras características fundamentales que sobresalen de los que están *de acuerdo (muy o bastante de acuerdo)* con las siguientes afirmaciones...

	Estudios de los padres	Posición en el aula	Posición religiosa	Posición ideológica	Ideología de los padres
Tengo fama de ser buen amigo (78.3%)	+ Bachiller elemental (84.3%) + Bachiller superior (83.8%) + Hasta primarios (83.2%) - F.P. (76.4%)	+ De los últimos (93%) + De los primeros (83.8%) + Segunda mitad (82.8%) - Del medio (77.6%)	+ Católico practica (85%) - Agnóstico (78%) - Ateo (76.1%)	+ Centro (83.3%) - Extrema izquierda (77.5%) - Extrema derecha (76.2%)	+ Derecha (84.8%) - Extrema izquierda (78%) - Extrema derecha (73.1%)
Me dicen que soy muy agresivo con los demás (7.9%)	+ Superiores y medios (9.1%) + Hasta primarios (9%) - Bachiller superior (5.4%) - F.P. (3.6%)	+ De los últimos (16.7%) + De los primeros (9.5%) - Segunda mitad (5.2%) - Primera mitad (4.9%)	+ Ateo (12.3%) + Agnóstico (9.9%) - Otras religiones (5.6%) - Católico practica (5.1%)	+ Extrema derecha (26.8%) + Extrema izquierda (17.3%) + Derecha (11.5%) - Izquierda (4%)	+ Extrema derecha (30.3%) + Extrema izquierda (15.4%) - Derecha (6.6%) - Izquierda (5.1%)
Tengo muy buenas relaciones con mi familia (74.7%)	+ Hasta primarios (80.3%) + Bachiller elemental (76.5%) - Superiores y medios (70.6%)	+ Segunda mitad (76.3%) - De los últimos (67%)	+ Católico practica (84.4%) - Otras religiones (86.6%) - Agnóstico (64.9%) - Ateo (58.7%)	+ Derecha (72.8%) + Izquierda (69.8%) - Extrema izquierda (64.5%) - Extrema derecha (61%)	- Izquierda (72.2%) - Extrema izquierda (67%) - Extrema derecha (63.7%)
Cuando hablo en un grupo siempre me escuchan (64.7%)	+ Bachiller elemental (69.7%) + Bachiller superior (67.9%) - Superiores y medios (61.7%)	+ De los primeros (72.3%) + De los últimos (68.7%) + Primera mitad (68.2%) - Del medio (62.5%)	+ Otras religiones (74.3%) + Católico no practica (68.2%) + Católico practica (67.2%) - Agnóstico (53%)	+ Extrema izquierda (73.2%) + Derecha (67.8%) - Izquierda (61.5%) - Extrema derecha (36.6%)	+ Extrema izquierda (69.9%) + Derecha (68.2%) - Extrema derecha (56.1%)
Tengo muchos amigos/as (78.2%)	+ Hasta primarios (83.3%)	+ De los últimos (84.1%) + De los primeros (81.5%) - Primera mitad (73.9%)	+ Católico practica (86.9%) + Otras religiones (80.5%) - Agnóstico (67.4%)	+ Extrema izquierda (80.7%) - Izquierda (71.2%) - Extrema derecha (68.3%)	+ Extrema izquierda (91.3%) + Derecha (82.6%) - Centro (75.4%) - Extrema derecha (69.7%)
Participo siempre en las actividades que se plantean (64.1%)	+ Hasta primarios (67.2%) + Bachiller elemental (66.4%) - F.P. (57.4%)	- Segunda mitad (61.7%)	+ Católico practicante (69.4%) - Otras religiones (58.3%) - Ateo (53%)	+ Derecha (67.1%) - Izquierda (61.8%) - Extrema derecha (57.5%) - Extrema izquierda (59.8%)	+ Extrema izquierda (71.9%) + Derecha (67.8%) - Centro (62.3%)
Me gusta mucho conocer y relacionarme con gente nueva (74.5%)	+ Hasta primarios (79.7%) + Bachiller elemental (79.6%) - Bachiller superior (71%) - Superiores y medios (70%) - F.P. (68.8%)	+ De los últimos (80.1%) + De los primeros (79.1%) - Segunda mitad (70.9%)	+ Otras religiones (91.5%) + Católico practica (78.2%) - Agnóstico (71%)	+ Centro (76.7%) - Izquierda (70.8%) - Extrema derecha (63.4%)	+ Extrema izquierda (81.6%) + Derecha (80.3%) - Extrema derecha (66.7%)
Los demás me ven como a un bicho raro (5.6%)	+ Superiores y medios (7.4%) - Bachiller superior (4.7%)	+ De los últimos (7.4%) - Segunda mitad (4.6%) - Primera mitad (4.5%)	+ Ateo (8.9%) + Agnóstico (7%)	+ Extrema derecha (25.6%) + Extrema izquierda (10.9%) + Derecha (10.4%) - Izquierda (3.2%)	+ Extrema derecha (18.5%) + Extrema izquierda (10.8%) + Derecha (7.3%) - Izquierda (2.4%)
Ayudo mucho a los demás siempre que puedo (68.6%)	+ Bachiller elemental (73.5%) + Hasta primarios (73%) - Superiores y medios (63.9%)	+ De los primeros (74.4%) - De los últimos (64.6%)	+ Otras religiones (79.5%) - Ateo (64.9%) - Agnóstico (61.5%)	+ Centro (71.2%) + Derecha (71.1%) - Extrema derecha (52.5%)	+ Extrema izquierda (77.9%) + Izquierda (73.4%) + Derecha (71.1%)
Mis amigos acuden a mí cuando tienen problemas (60.4%)	ND	+ Primera mitad (65.9%) + De los últimos (63.5%) - Segunda mitad (53.2%)	+ Católico practica (64.3%) + Otras religiones (63.9%) - Agnóstico (55.2%)	+ Centro (66.2%) + Extrema izquierda (65.8%) + Derecha (65.3%) - Extrema derecha (45.3%)	ND
Cuando alguien me molesta me peleo con facilidad (14.6%)	+ Superiores y medios (17.2%) - F.P. (11.7%) - Bachiller superior (11.4%)	+ De los últimos (19.8%) + Segunda mitad (19.1%) - Primera mitad (9%)	+ Ateo (18.9%) - Agnóstico (12%)	+ Extrema derecha (29.3%) + Derecha (20.6%) + Extrema izquierda (19.9%) - Izquierda (8.2%)	+ Extrema derecha (23.9%) + Extrema izquierda (18.4%) - Izquierda (11.6%)
Busco apoyo de mi familia cuando me pasa algo importante (56.6%)	+ Bachiller elemental (61.6%) + Hasta primarios (59.4%) - Superiores y medios (48.6%)	+ Segunda mitad (63.9%) + De los primeros (59.7%) - De los últimos (47.3%)	+ Católico practica (70.6%) - Otras religiones (50%) - Agnóstico (44.8%) - Ateo (36.1%)	+ Centro (60.4%) - Izquierda (49%) - Extrema izquierda (41.8%) - Extrema derecha (41.5%)	+ Derecha (62.2%) - Extrema derecha (38.8%)

La riqueza de la información recogida en las tablas es patente. Destacaremos algunos aspectos especialmente importantes, comenzando por el tamaño del municipio, variable que muestra una clara pauta de relación con las distintas dimensiones de la situación personal de los jóvenes. En concreto, los municipios poco habitados (menos de 50.000 habitantes) muestran mayores niveles de satisfacción con las relaciones de amistad y con las relaciones familiares. Como puede apreciarse en nuestros datos, los jóvenes residentes en pequeños municipios se sienten más integrados en el grupo de amigos (que declaran numeroso) y a la vez muestran relaciones familiares positivas (en el 87.5% de los casos en los municipios menores de 10.000 habitantes, el 79.3% en los municipios con menos de 50.000 habitantes). Además, el propio papel de la familia como fuente de apoyo para el joven está más marcado en estos municipios, sobre todo en aquéllos cuya población está comprendida entre los 10.000 y los 50.000 habitantes: en ellos, un 63.7% de los jóvenes busca apoyo en su familia cuando le sucede algo importante. Además, las relaciones sociales de los jóvenes son menos agresivas en los pequeños municipios. En este caso, son los grandes asentamientos los que se asocian con mayores niveles de conflictividad y agresividad en la vida de los jóvenes.

En resumen, y en términos generales, la situación personal de los jóvenes en los pequeños municipios viene caracterizada por una mayor satisfacción con las relaciones familiares, una menor agresividad y una menor tendencia al aislamiento en lo que se refiere al grupo de pares: el individuo tiende a implicarse más en sus relaciones personales, constituyéndose en fuente de apoyo a la vez que él mismo lo busca. En este sentido, nuestros datos apuntan a los grandes municipios como agentes con una funcionalidad menor para la satisfacción de diversos aspectos de la situación personal y social de los jóvenes.

Otra de las variables fundamentales es el sexo. Ya a lo largo de todo el estudio hemos podido comprobar la notable influencia de esta variable en los diversos aspectos del uso de videojuegos. Pues bien, también la situación personal de los jóvenes varía notablemente entre varones y mujeres. Y también en una clara dirección: las mujeres muestran una mayor integración en su grupo de amigos y mejores relaciones familiares. El 77.5% de las mujeres afirman tener buenas relaciones familiares (por el 72.3% de varones), y el 62% acude a su familia cuando encara alguna situación importante (frente al 51.8% de varones). Además, también encontramos diferencias en el grado de acuerdo con los diversos ítems referidos a las relaciones de amistad. Las mujeres afirman ser buenas amigas en mayor medida que los hombres (81.4%), ser más escuchadas cuando hablan en el grupo (77.5%), participar con mayor frecuencia en las actividades que se plantean (67.7%), ayudar a los demás (75.3%) y ser fuente de apoyo para sus amigos cuando tienen problemas (70.7% frente a un 51.6% en el caso de los varones). Ciertamente, se trata de afirmaciones de los propios interesados/as, pero es innegable la existencia de notables diferencias que apuntan a una situación personal marcada por la

integración en el grupo de pares y en la familia, en mayor medida en el caso de las mujeres. Tan sólo un dato en principio contraintuitivo: son más las mujeres que confiesan pelearse con facilidad, un 16.1% frente al 11.8% de varones.

En cuanto al grupo de edad, hay que señalar que se trata de una variable con menos peso. En cualquier caso, no podemos dejar de resaltar la relación entre las edades más jóvenes y un mayor contenido agresivo, ya que el 16% de los chavales entre 14 y 15 años afirman pelearse con facilidad. Este porcentaje se reduce a medida que aumenta la edad, hasta llegar al 11.8% de los jóvenes que cuentan con 18 años de edad.

La situación laboral ofrece una pauta de relación extremadamente compleja. En general, sin embargo, puede afirmarse que la categoría más relevante es la de desempleado. En concreto, el desempleo se relaciona con una notable contracción de las relaciones sociales en general, que además se plantean con mayor dificultad: son los jóvenes desempleados los que mayores dificultades encuentran para conocer y relacionarse con gente nueva (83.4%), ser escuchados en su grupo (47.2%), participar en las actividades planteadas (57.1%) o buscar apoyo en la familia (47.2%). Además los jóvenes en paro son los que mayores reproches reciben a causa de su conducta agresiva (17.1%)

El nivel de estudios debe presentarse, en cierta medida, como un reflejo de la variable etaria. No es de extrañar, por tanto, que aquéllos que han alcanzado o cursan estudios superiores o medios sean los menos agresivos (7.7%). Sin embargo, este dato no debe llevarnos a pensar que la situación personal de este grupo (con estudios medios o superiores) sea, en todos sus aspectos, positiva en relación al resto de categorías de la variable; más bien ocurre todo lo contrario. En efecto, sus porcentajes en diversos ítems son notablemente inferiores a la media y sus relaciones familiares distan de ser satisfactorias. Sin embargo, son los que han alcanzado como máximo el nivel primario, los que una mayor pobreza sufren en su situación personal: más aislados y agresivos, con relaciones familiares más deterioradas y con notables dificultades para integrarse satisfactoriamente en su grupo de amigos. Paradójicamente, esta relación se invierte si la variable considerada es el nivel de estudios de los padres. No sería exagerado afirmar que aquellos jóvenes cuyos padres no han superado la educación primaria muestran una situación personal caracterizada en mayor medida por una notable integración en su grupo de amigos y unas relaciones familiares satisfactorias, todo ello en mayor medida que el resto de jóvenes. La mayor paradoja, quizá, consiste en que si tuviésemos que elegir un grupo en una situación contrapuesta, dicho grupo estaría formado por los jóvenes con padres situados en los niveles más altos del sistema educativo. Estos jóvenes son los más agresivos, los que peores relaciones mantienen con la familia y en general los que menos integrados se sienten en su grupo de amigos. Ciertamente, a la hora de interpretar estos resultados hay que proceder con cautela, dados los intervalos de edad de los sujetos participantes en nuestro estudio. No obstante, los resultados son lo suficientemente llamativos como para que servir de base para una reposada reflexión en torno a

la influencia del entorno familiar sobre la situación personal de los jóvenes españoles.

En cuanto a la posición religiosa e ideológica de los jóvenes, su relación con la situación social y personal de los mismos responde a patrones claros. Son los católicos practicantes los que en mayor medida se sienten integrados en su familia, contemplando en ella una importante fuente de apoyo (70.6%) y experimentando un alto grado de satisfacción (84.4%). Además, los católicos practicantes se caracterizan en buena medida por bajos niveles de agresividad y por una relaciones de amistad satisfactorias. En el otro extremo, los ateos se caracterizan por autoconfesar altos niveles de agresividad (el 12.3% ha sido amonestado por ello y el 18.9% reconoce pelearse con facilidad); asimismo, sus relaciones familiares son las menos positivas: tan sólo un 58.7% declara tener buenas relaciones y apenas el 36% busca apoyo en su familia cuando tiene problemas importantes. Además, muestran una acusada tendencia a retraerse de las relaciones sociales, de manera que tan sólo un 53% participa en las actividades grupales y sólo un 64.9% ayuda a los demás siempre que puede. Quizá sea por todo ello que el 8.9% de los jóvenes ateos dicen ser vistos como "bichos raros".

En cuanto a la posición ideológica, los extremos del continuo se relacionan con mayores niveles de agresividad, de manera que los jóvenes situados en la extrema derecha y en la extrema izquierda muestran relaciones sociales conflictivas. Ahora bien, en el resto de dimensiones, las similitudes entre extrema derecha y extrema izquierda no son tan acusadas, todo lo contrario. Aquellos que se sitúan en la extrema izquierda afirman ser escuchados por su grupo, tener muchos amigos y ser fuente de apoyo para los mismos, situación totalmente contrapuesta a los jóvenes de extrema derecha. Sin embargo, ambos grupos participan poco de las actividades conjuntas, tienen mala fama como amigos y son vistos en gran medida como "bichos raros" y en general mantienen unas relaciones familiares poco funcionales. En todos estos aspectos, la ideología de los padres reproduce el mismo patrón que la ideología propia del entrevistado, tal y como puede apreciarse en la tabla.

En cualquier caso, la información hasta ahora ofrecida es demasiado abundante como para poder ser manejada de una forma sintética. Para superar esta limitación, retomaremos el tratamiento por medio de análisis factorial presentado en el capítulo 6. Ello nos permitirá, además de ofrecer los perfiles básicos en función de nuestras variables sociodemográficas, relacionar los distintos ejes – factores de la situación personal de los jóvenes con otros ejes o factores, a saber, los correspondientes a uso del tiempo libre y a los valores.

A2.2. SITUACIÓN PERSONAL, VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS, VALORES Y PRÁCTICAS EN EL TIEMPO LIBRE.

Comenzaremos transcribiendo la tabla de resultados (ya expuestos) del análisis factorial realizado a partir de los ítems correspondientes a la sección de nuestro cuestionario dedicado a la situación personal de los jóvenes (tabla A2.4). En cambio nos ahorraremos repetir toda la descripción de ejes que se hizo en el apartado 9.1, del capítulo 9.

Vamos a continuar trazando el perfil básico de cada eje, según los datos referidos a las distintas variables (sociodemográficas y otras). Es lo que se intenta plasmar en la tabla A2.5.

Tabla A2.4. EJES FACTORIALES "SITUACIÓN PERSONAL"

	Factor 1: Amistad (intensidad de la interacción con el grupo de pares)	Factor 2: Extroversión: (amplitud y participación en el grupo de pares)	Factor 3: Agresividad (en la interacción)	Factor 4: Relaciones familiares positivas
VARIANZA EXPLICADA (TOTAL 56.6%)	26.7%	12.4%	8.8%	8.7%
Mis amigos acuden a mí cuando tienen problemas	.785			
Ayudo a los demás siempre que puedo	.727			
Cuando hablo en mi grupo siempre me escuchan	.521			
Tengo fama de ser buen amigo/a	.497			
Tengo muchos amigos/as		.752		
Los demás me ven como un bicho raro		.637		
Me gusta conocer y relacionarme con la gente		.576		
Participo siempre en las actividades del grupo		.507		
Cuando alguien me molesta me peleo con facilidad			.818	
Me dicen que soy muy agresivo con los demás			.812	
Busco apoyo de mi familia cuando tengo problemas				.839
Tengo muy buenas relaciones con mi familia				.788

Tabla A2.5. SITUACIÓN PERSONAL:
Características sociodemográficas que destacan entre quienes tienen puntuaciones altas en cada factor, por encima del total (%)

FACTOR 1. Amistad		Total 69.1	FACTOR 3. Agresividad		Total 5.9
Tamaño de municipio	De 10.001 a 50.000	73.2	Tamaño de municipio	De 100.001 a 250.000 Más de 250.000	7.7 7
Género	Mujer	76.2	Género	ND	
Grupo de edad	18 años	72.3	Grupo de edad	ND	
Ocupación	Estudio y trabajo habitual Trabajo habitual No hago nada	80 79.8 75	Ocupación	ND	
Nivel de estudios	COU o Bachillerato Superiores y medios	73.2 73.1	Nivel de estudios	Sin estudios EGB, ESO, BUP	20 6.9
Nivel de estudios de los padres	Hasta primarios Bachiller elemental	75.1 73.8	Nivel de estudios de los padres	Superiores y medios	7.3
Posición en el aula	De los primeros De los últimos	78.3 72.9	Posición en el aula	De los últimos De los primeros	11.5 7.5
Posición religiosa	Católico no practicante	72.5	Posición religiosa	Ateo Otras religiones	9.4 8.3
Posición ideológica	Derecha Centro	71.7 71.6	Posición ideológica	Extrema derecha Extrema izquierda Derecha	20 11.3 10.9
Posición ideológica de los padres	ND		Posición ideológica de los padres	Extrema derecha Extrema izquierda	22.7 11.1
FACTOR 2. Extroversión		Total 37.4	FACTOR 4. Relaciones familiares positivas		Total 57.9
Tamaño de municipio	ND		Tamaño de municipio	Hasta 10.000 De 10.001 a 50.000	66.3 64.4
Género	Mujer	40.5	Género	Mujer	63.8
Grupo de edad	ND		Grupo de edad	ND	
Ocupación	ND		Ocupación	Trabajo esporádico Trabajo habitual	72.4 60.5
Nivel de estudios	EGB, ESO, BUP Sin estudios	40.2 40	Nivel de estudios	F.P.	60.8
Nivel de estudios de los padres	Hasta primarios Superiores y medios	43.1 39.6	Nivel de estudios de los padres	Hasta primarios Bachiller elemental	64.4 63.3
Posición en el aula	De los últimos De los primeros	46.4 44.6	Posición en el aula	De la segunda mitad De los primeros	63 59.1
Posición religiosa	Católico practicante	47.3	Posición religiosa	Católico practicante Católico no practicante	71 60.8
Posición ideológica	Extrema derecha Derecha	48.8 40	Posición ideológica	Derecha Centro	60.3 59.9
Posición ideológica de los padres	Extrema izquierda Extrema derecha	53.4 42.4	Posición ideológica de los padres	Derecha	63.9

Lógicamente, analizando la tabla, los perfiles resultantes coinciden con las indicaciones realizadas en el apartado anterior. Dejamos al lector interesado, el estudio pormenorizado de los datos, limitándonos a resumir que se apuntan algunas diferencias importantes en la situación personal de los jóvenes en función de ciertas características sociodemográficas. La situación personal y social tiende a mejorar en los pequeños municipios; en ellos se da un alto grado de satisfacción con las relaciones familiares y de amistad, junto con bajos niveles de agresividad. Además, son las mujeres las que en mayor medida describen su situación en términos positivos, sobre todo si tenemos en cuenta que la relación anteriormente descrita entre género y agresividad (derivado del análisis particularizado de las variables) desaparece cuando consideramos el eje como elemento de análisis. Una tercera variable cuya relación con los distintos factores se da de forma constante es la posición religiosa, de manera que son los jóvenes católicos los que muestran mayores puntuaciones en los dos relativos a las relaciones de amistad y en el factor de relaciones familiares positivas. Por último, hay que resaltar que el nivel de estudios de los padres muestra un patrón en el cual son los progenitores con un nivel educativo relativamente bajo los que parecen facilitar la integración familiar y social de sus vástagos.

Esta descripción nos ofrece un mapa básico a través del cual guiar nuestro tránsito analítico por la situación personal y social de los jóvenes. Ahora bien, es posible dar un paso más, para relacionar dicha situación personal con otras variables de especial relevancia para describir la condición vital de los jóvenes. En concreto, parece interesante mostrar la eventual relación entre sus distintos ejes y los resultantes del análisis factorial de dos ámbitos fundamentales: los valores y las prácticas asociadas al uso del tiempo libre.

Como se describe en el Apéndice 1, son cinco las dimensiones valorativas (los ejes de valores) identificadas en las respuestas de los jóvenes al cuestionario: normativos/altruistas, pragmáticos, humanistas, aventureros/hedonistas y presentistas/estetas. Las tablas A2.6, A2.7, A2.8 y A2.9 muestran la relación entre dichos ejes y los cuatro ejes resultantes para la descripción de la situación personal de los jóvenes. Dada la amplitud de las tablas mencionadas, conviene hacer un esfuerzo por sintetizar los resultados, para así ofrecer una visión general de la relación existente entre valores y situación personal.

**Tabla A2.6. Relación entre el eje "Amistad" y los ejes de valores.
Porcentajes verticales**

Valores Normativos/Altruistas(*)	FACTOR 1: <i>Amistad</i> Intensidad en la interacción con el grupo de pares		
	Poca Intensidad	Bastante intensidad	Mucha intensidad
<2.50	31.9	6.6	2.8
2.51-3.50	31.9	43.4	24.6
3.51-5.00 (65.3%)	36.3	50	72.6
Valores Pragmáticos(*)			
<2.50	5.5	1.4	0.4
2.51-3.50	18.7	9.8	3.9
3.51-5.00 (93.2%)	75.8	88.8	95.7
Valores Humanistas(*)			
<2.50	83.3	80.6	75.7
2.51-3.50	8.9	14.3	17.4
3.51-5.00 (6.4%)	7.8	5.1	6.9
Valores Aventureros/Hedonistas(*)			
<2.50	15.9	7.1	6.1
2.51-3.50	29.5	27.6	21.7
3.51-5.00 (69.7%)	54.5	65.3	72.2
Valores: Presentistas/Estetas (*)			
<2.50	13.2	9.4	7.8
2.51-3.50	39.6	41.1	29.4
3.51-5.00 (58.6%)	47.3	49.5	62.8

**Tabla A2.7. Relación entre el eje "Extroversión" y los ejes de valores.
Porcentajes verticales**

Valores Normativos/Altruistas	FACTOR 2: <i>Extroversión</i> Amplitud de la red de amigos y participación en el grupo de pares		
	Poca amplitud	Bastante amplitud	Mucha amplitud
<2.50	10.9	4.6	3.7
2.51-3.50	34.8	31.4	26.9
3.51-5.00 (65.3%)	54.3	63.9	69.5
Valores Pragmáticos			
<2.50	4.3	0.5	0.6
2.51-3.50	13	6.6	3.6
3.51-5.00 (93.2%)	82.6	92.9	95.8
Valores Humanistas			
<2.50	74	77.3	78.1
2.51-3.50	18.5	17.6	13.9
3.51-5.00 (6.4%)	7.5	5.1	8
Valores Aventureros/Hedonistas			
<2.50	11.4	5.4	7.6
2.51-3.50	29.5	24.9	20.6
3.51-5.00 (69.7%)	59.1	69.7	71.8
Valores Presentistas/Estetas			
<2.50	16.1	7.1	8.8
2.51-3.50	50	34.8	26.8
3.51-5.00 (58.6%)	33.9	58.1	64.4

(*) La adscripción a los ejes de "valores", igual que se ha hecho habitualmente para otros ejes, se fragmenta en tres tramos: hasta 2.50 (poca adscripción o identificación con esos valores), de 2.51 a 3.50 (bastante adscripción o identificación con esos valores), y de 3.51 a 5.00 (mucho adscripción o identificación).

Tabla A2.8. Relación entre el eje "Agresividad" y los ejes de valores. Porcentajes verticales

Valores Normativos	FACTOR 3: <i>Agresividad</i> Tendencia a la agresividad en la interacción		
	Poca agresividad	Bastante agresividad	Mucha agresividad
<2.50	3.9	5	15.4
2.51-3.50	28	40.3	36
3.51-5.00 (65.3%)	68.1	54.6	48.6
Valores Pragmáticos			
No existen diferencias significativas			
Valores Humanistas/Altruistas			
<2.50	78.4	73.7	70.7
2.51-3.50	15.9	16.7	20
3.51-5.00 (6.4%)	5.7	9.6	9.7
Valores Aventureros/Hedonistas			
No existen diferencias significativas			
Valores Presentistas/Estetas			
No existen diferencias significativas			

Tabla A2.9. Relación entre el eje "Relaciones familiares positivas" y los ejes de valores. Porcentajes verticales

Valores Normativos	FACTOR 4: <i>Relaciones familiares positivas</i>		
	Poco positivas	Bastante positivas	Muy positivas
<2.50	15.2	5.7	2
2.51-3.50	42.7	36.1	24.1
3.51-5.00 (65.3%)	42.1	25.2	73.9
Valores Pragmáticos			
<2.50	2.4	0.8	0.5
2.51-3.50	13.1	8.1	3.4
3.51-5.00 (93.2%)	84.6	91.1	96.1
Valores Humanistas/Altruistas			
No existen diferencias significativas			
Valores Aventureros/Hedonistas			
<2.50	7.3	3.6	8
2.51-3.50	25.6	26	22
3.51-5.00 (69.7%)	67.1	70.4	69.9
Valores: Presentistas/Estetas			
<2.50	12.3	6.4	8.6
2.51-3.50	39.5	34.8	30.6
3.51-5.00 (58.6%)	48.2	58.9	60.8

Comencemos por el primero de nuestros ejes, el que hemos denominado *Amistad*. Las pautas de relación con los cinco grupos de valores son bastante claras. Así, a medida que aumenta la implicación en las relaciones interpersonales, se hace más frecuente el mantenimiento de valores normativos, pragmáticos, hedonistas y presentistas. Especialmente llamativo es el alto porcentaje de jóvenes que, mostrando una alta integración en su red de amigos, defienden valores pragmáticos: un 95.7% defendería el éxito en el

trabajo, el mantenimiento de buenas relaciones familiares, ganar dinero y cuidar la salud. En cuanto a los valores humanistas, su relación con el eje *Amistad* no tiene una forma tan lineal: una alta implicación en las relaciones de amistad no implica un fuerte interés por temas políticos y religiosos: de hecho, son aquéllos cuya integración en la red de amigos es menor los que muestran mayores puntuaciones en el eje de valores humanistas (7.8%). Ahora bien, si consideramos la suma de porcentajes de los que mantienen puntuaciones medias o altas en dicha dimensión valorativa, volvemos a encontrarnos con una relación tal que a medida que aumenta la interacción con el grupo de amigos, se incrementan las puntuaciones en los valores humanistas. Por tanto, la conclusión del análisis de nuestros datos parece apuntar a una relación positiva (directa) entre las puntuaciones del primer eje descriptivo de la situación personal y los ejes descriptivos de los valores mantenidos por los jóvenes.

El segundo factor se refiere a la *Extroversión*. Significativamente, su relación con los distintos grupos de valores sigue un patrón claramente similar al descrito para el eje anterior. De esta forma, a medida que aumenta la extroversión aumentan las puntuaciones en los ejes normativo, pragmático, hedonista y presentista. Igualmente, se reproduce la relación entre el eje correspondiente a la situación personal (en este caso la *Extroversión*) y los valores humanistas, si bien en esta ocasión parece que son aquellas personas cuya red de amigos es menos amplia, y cuyos esfuerzos por ampliarla son menores, los que, en términos generales, mayor interés muestran por los temas políticos y religiosos.

Para los dos ejes restantes, sin embargo, la situación cambia. En el caso de la *Agresividad*, su relación sólo es significativa con dos de los ejes valorativos señalados. En primer lugar, a medida que se reduce la agresividad, aumentan las puntuaciones en los valores normativos. De esta manera, una alta agresividad se relaciona con un menor respeto por las normas, la autoridad, la moral y una menor preocupación por el medio ambiente y el crecimiento personal. Obviamente, la relación es clara, ya que en la medida en que el individuo no percibe la necesidad de respetar ciertas normas externas, puede facilitarse la conducta agresiva. En segundo lugar, cualquier grado de agresividad (ya sea bastante o mucha) se asocia con un mayor interés por los temas políticos y religiosos. Esta relación puede reflejar la asociación anteriormente descrita entre los extremos del continuo político y la conducta agresiva, de manera que aquéllos que se posicionan bien en la extrema derecha bien en la extrema izquierda mostrarán, a un tiempo, altos niveles de agresividad y un notable interés por cuestiones políticas.

Precisamente este último eje, el referente a los valores humanistas, es el único que no muestra una asociación significativa con las *Relaciones familiares positivas* (eje 4 de la situación personal). Por el contrario, existe una asociación entre unas buenas relaciones familiares y los valores pragmáticos, de manera que más del 96% de aquéllos que se declaran muy satisfechos con la interacción dentro de su familia defienden valores de ese grupo. La misma

dirección cobra la relación con los valores presentistas y estetas, si bien en este caso la intensidad es menor. Sea como fuere, comprobamos cómo a medida que aumenta la satisfacción con las relaciones familiares lo hacen también los valores pragmáticos y presentistas. En cuanto al eje normativo, también son aquellos que describen una situación familiar positiva los que en mayor medida defienden el respeto a las normas, la autoridad, la dignidad, etc. La familia se constituiría así en un nicho fundamental en el cual poner en práctica dichos principios rectores de la conducta.

El resumen, el escenario que nos encontramos pone de manifiesto que las diversas dimensiones de la situación personal que implican una interacción (en el grupo de amigos o en la familia) se relacionan claramente con los valores mantenidos por los jóvenes. Ahora bien, dicha asociación muestra cómo unas relaciones sociales satisfactorias tienen como correlato altas puntuaciones en todos los ejes valorativos, sean del tipo que sean, salvo para el caso de los valores humanistas. De esta manera, los individuos con una alta implicación en las relaciones de amistad, extrovertidos y caracterizados por relaciones familiares positivas tienden a ser más normativos, más pragmáticos, más hedonistas y más presentistas.

Comprobada la relación entre la situación personal de los jóvenes y los valores que defienden, nos fijaremos en la relación entre esa situación personal y las prácticas más frecuentes en el tiempo libre. Planteado en otros términos, se trata de comprobar cómo la posición en los distintos ejes (amistad, extroversión, agresividad y relaciones familiares) viene acompañada por una tendencia al desarrollo de unas prácticas de ocio en detrimento de otras. Para encarar esta cuestión, se ha procedido a la elaboración de las tablas A2.10, A2.11, A2.12 y A2.13, en las que se pone en relación cada dimensión de la situación personal con los diversos factores extraídos del análisis del uso del tiempo: *Música-lectura-amigos*, *Cultura-asociacionismo*, *La Red*, *Videojuegos-Deporte*, y *Bares-Conciertos* (ver tabla 4.7, del capítulo 4)..

Tabla A2.10. Relación entre el eje "Amistad" y los ejes "prácticas en el tiempo libre". Porcentajes verticales

Música/Lectura/Amigos	FACTOR 1: <i>Amistad</i> Intensidad en la interacción con el grupo de pares		
	Poca intensidad	Bastante intensidad	Mucha intensidad
<2.50	7.6	7.6	9.1
2.51-3.50	37	28.9	21
3.51-5.00 (67.6%)	55.4	63.5	69.9
Cultura/Asociacionismo			
<2.50	95.6	96	95.7
2.51-3.50	2.2	3.8	3.9
3.51-5.00 (0.5%)	2.2	0.1	0.4
La Red			
<2.50	73.6	68.1	73.1
2.51-3.50	12.1	18.2	17.3
3.51-5.00 (10.8%)	14.3	13.7	9.6
Videojuegos/Deporte			
<2.50	56	62.5	68.3
2.51-3.50	34.1	28.7	25.2
3.51-5.00 (7.3%)	9.9	8.7	6.5
Bares/Conciertos			
No existen diferencias significativas			

Tabla A2.11. Relación entre el eje "Extroversión" y los ejes de "prácticas en el tiempo libre". Porcentajes verticales

Música/Lectura/Amigos	FACTOR 2: <i>Extroversión</i> Amplitud de la red de amigos y participación en el grupo de pares		
	Poca amplitud	Bastante amplitud	Mucha amplitud
<2.50	3	12.6	3.9
2.51-3.50	33.3	28	15.6
3.51-5.00 (67.6%)	63.6	59.4	50.5
Cultura/Asociacionismo			
<2.50	97	96.7	94.2
2.51-3.50	3	3	5.3
3.51-5.00 (0.5%)	0.3	0.5	
La Red			
<2.50	76.3	71.4	71.4
2.51-3.50	8.3	19.4	16.3
3.51-5.00 (10.8%)	15.4	9.2	12.4
Videojuegos/Deporte			
<2.50	68.4	69.6	60.7
2.51-3.50	25.5	25.3	28.5
3.51-5.00 (7.3%)	6.1	5.1	10.8
Bares/Conciertos			
<2.50	87	84.8	80.2
2.51-3.50	10.4	12.7	16
3.51-5.00 (3.0%)	2.6	2.5	3.8

Tabla A2.12. Relación entre el eje "Agresividad" y los ejes de "prácticas en el tiempo libre". Porcentajes verticales

	FACTOR 3: Agresividad		
	Tendencia a la agresividad en la interacción		
Música/Lectura/Amigos	Poca agresividad	Bastante agresividad	Mucha agresividad
<2.50	10.1	1.9	2.3
2.51-3.50	24.4	22.2	17.7
3.51-5.00 (67.6%)	65.5	75.8	80
Cultura/Asociacionismo			
<2.50	96.6	90.3	95.5
2.51-3.50	3.1	8.6	4.5
3.51-5.00 (0.5%)	0.3	1.1	-
La Red			
<2.50	71.4	13.9	73.1
2.51-3.50	18.4	13.5	10.9
3.51-5.00 (10.8%)	10.2	12.6	16
Videojuegos/Deporte			
<2.50	69.7	53.9	42.6
2.51-3.50	24.2	35.8	39.2
3.51-5.00 (7.3%)	6.1	10.3	18.2
Bares/Conciertos			
<2.50	85.4	77.5	64.8
2.51-3.50	12	18.6	29
3.51-5.00 (3.0%)	2.6	3.9	6.3

Tabla A2.13. Relación entre el eje "Relaciones familiares positivas" y los ejes de "prácticas en el tiempo libre". Porcentajes verticales

	FACTOR 4: Relaciones familiares positivas		
	Poco positivas	Bastante positivas	Muy positivas
Música/Lectura/Amigos			
<2.50	2.6	14.5	6.9
2.51-3.50	23.3	28.6	21.4
3.51-5.00 (67.6%)	74.1	56.8	71.7
Cultura/Asociacionismo			
<2.50	96.6	97.3	94.9
2.51-3.50	3.1	2.7	4.6
3.51-5.00 (0.5%)	0.3	-	0.5
La Red			
<2.50	66.9	69.8	73.8
2.51-3.50	17.2	21	15.6
3.51-5.00 (10.8%)	15.9	9.2	10.6
Videojuegos/Deporte			
<2.50	57.1	68.4	67
2.51-3.50	31.4	23.8	26.7
3.51-5.00 (7.3%)	11.5	7.7	6.2
Bares/Conciertos			
<2.50	78.5	85.9	82.9
2.51-3.50	16.8	12.4	13.8
3.51-5.00 (3.0%)	4.7	1.7	3.3

El rasgo más notable, que sobresale por encima de los demás cuando nos referimos al primero de nuestros ejes (*Amistad*), es la constatación de que la implicación en la amistad se relaciona con una menor frecuencia del uso de Internet y de los videojuegos, y de las actividades culturales y asociacionistas, y una mayor utilización de las ocupaciones relacionadas con el eje *Música-lectura-*

amigos. Así, un 14.3% de aquellos jóvenes que muestran bajos niveles de implicación en su red de amigos dedican una parte importante de su tiempo a chatear o navegar por Internet, y un 9.9% al uso de videojuegos o la práctica de algún deporte. Por el contrario, dedican significativamente menos tiempo a escuchar música, la radio, ver la televisión, leer libros o revistas o, simplemente, a estar con los amigos sin más. Tan sólo el 55.4% de estos jóvenes declara realizar estas actividades con mucha frecuencia, frente al 69.9% de los individuos caracterizados por una alta implicación en la amistad. De hecho, este mismo proceso, la incapacidad para establecer fuertes vínculos con los amigos lleva al desarrollo de actividades claramente culturales, como por ejemplo viajar, ir al cine, al teatro o visitar museos. En cualquier caso, los porcentajes correspondientes a este tipo de actividades son notablemente bajos en toda la muestra, y las diferencias señaladas son tan solo de matiz.

En el caso del eje *Extroversión*, la dirección de muchas de las relaciones cambia de signo. Así, mientras que altas puntuación en el eje *Amistad* se relacionaba con una mayor frecuencia de actividades de música-lectura-amigos, una mayor extroversión se relaciona con un menor desarrollo de este tipo de actividades. Además, los individuos extrovertidos tienden, en mayor medida que el resto, a practicar deporte y utilizar videojuegos, así como a disfrutar de los bares y los conciertos (hasta un 10.8% de los jóvenes que declaran un interés por ampliar su red de amigos y conocidos practicaría con mucha frecuencia deporte y jugaría con videojuegos, y un 3.8% asistiría a bares y conciertos). Igualmente, la extroversión se relaciona con una mayor frecuencia de actividades culturales y asociativas, sobre todo si sumamos los porcentajes de aquéllos que puntúan mucho o bastante en este factor del tiempo libre. Por el contrario, una alta frecuencia de uso de Internet se relaciona con una reducida vocación expansiva de las relaciones sociales. El 15.4% de aquellos individuos poco extrovertidos declara utilizar mucho la red en su tiempo libre.

Los jóvenes más agresivos muestran una clara preferencia por las actividades relacionadas con el entretenimiento, el uso de Internet, la práctica del deporte y videojuegos y los bares y los conciertos. Especialmente llamativas son las diferencias en estos últimos dos ejes de tiempo libre. Un 18.2% de los jóvenes más agresivos practicaría deporte y utilizaría videojuegos en su tiempo libre, frente al 6.1 de aquellos individuos menos agresivos. A su vez, un 6.3 visitaría con alta frecuencia los bares y asistiría a conciertos (el 35.3% si agregamos los porcentajes de aquéllos que lo hacen con mucha o bastante frecuencia). Estos porcentajes se reducen hasta el 2.6% y el 14.6%, respectivamente, en el caso de los individuos con una conducta menos agresiva.

Unas relaciones familiares poco satisfactorias se relacionan con una notable frecuencia de uso de los chats y de Internet en general. Casi un 16% de los jóvenes no satisfechos con sus relaciones familiares declaran hacerlo con mucha frecuencia; este porcentaje supera el 33% si sumamos las cifras de los que utilizan con mucha o bastante frecuencia la red como actividad en su tiempo libre. Si bien la tendencia es menos acusada, la dirección de la relación

se reproduce en la práctica del deporte y el uso de videojuegos: los jóvenes que encuentran menos apoyo en sus familias tienden a llenar su tiempo libre con estas actividades. En otro orden de cosas, de manera compleja, un 74.1% de los poco satisfechos de sus relaciones familiares y un 71.7% de los más satisfechos dedicaría mucho tiempo a la lectura, los amigos, escuchar música, ver la televisión, etc. En el caso de la asistencia a conciertos y bares los porcentajes también se dicotomizan: el 4.7% y el 3.3% respectivamente. Es probable que esta convergencia entre los individuos situados en los polos opuestos de la dimensión familiar de su situación personal se deba a procesos paralelos: en un caso este tipo de actividades sería consecuencia de la restricción de las relaciones con la familia y, en el caso contrario, las buenas relaciones familiares las permitirían o facilitarían.

A2.3. SATISFACCIÓN VITAL

Hemos comprobado cómo los jóvenes objeto de estudio muestran, en líneas generales, una situación personal positiva, si bien hemos señalado algunos rasgos especialmente notables sobre los cuales es precisa una reposada reflexión. Ahora bien, las diversas dimensiones descritas, ¿llevan a la felicidad? ¿Los jóvenes están contentos con sus vidas? A la vista de los datos de la tabla A2.14, podemos concluir afirmativamente. Tal y como puede apreciarse, un 38.4% señala que está muy contento con la vida que lleva y, en conjunto, un 82.6% se siente muy o bastante contento; tan sólo un 2.6% de los jóvenes estarían poco o nada contentos con la vida que llevan. A la luz de estos datos, se podría concluir que la satisfacción vital sería una característica frecuente de nuestros jóvenes.

Tabla A2.14. SITUACIÓN PERSONAL. Porcentaje de jóvenes que afirma estar contento con la vida que lleva.

	%
Muy contento	38.4
Bastante contento	44.2
Indiferente	13.9
Poco contento	1.9
Nada contento	0.7
Ns/Nc	0.9

Ahora bien, no podemos evitar la tentación de ofrecer un perfil que señale aquellos grupos que sobresalen por encima de los demás en cuanto a su satisfacción con la vida que llevan. Ciertamente, hay que advertir que el perfil resultante no debe tomarse en su literalidad, de manera que los grupos no incluidos en su descripción no deben ser asumidos como jóvenes infelices. Con todas esas reservas, se ha elaborado la tabla A2.15, siguiendo la práctica ya habitual en el presente informe. En dicha tabla se señalan las características

fundamentales de aquellos que destacan entre los que afirman estar contentos (muy o bastante contentos) con la vida que llevan.

Tabla A2.15. SITUACIÓN PERSONAL. Características fundamentales que destacan entre aquellos que están contentos (bastante y mucho) con la vida que llevan.

		Total
		83.4
		%
Tamaño de municipio	Hasta 10.000 habitantes	89.2
Género	ND	
Grupo de edad	16 y 17 años	84.7
Ocupación	Estudios	84.8
Nivel de estudios	Superiores y medios	86.9
	COU o Bachillerato	86.2
Nivel de estudios de los padres	Bachiller elemental	85.1
	Hasta primarios	84.7
Posición en el aula	De la primera mitad	86.6
	De los primeros	85.3
Posición religiosa	Católico no practicante	86.2
	Católico practicante	85.6
Posición ideológica	Derecha	88.4
	Centro	85.4
Posición ideológica de los padres	Derecha	87.2
	Extrema izquierda	85.4
	Centro	81.5
Eje amistad	Alta implicación	87.7
Eje extroversión	Alta extroversión	86
Eje agresividad	Baja agresividad	85.6
Eje relaciones familiares	Alta satisfacción	91.2

Pues bien, el primer dato relevante es la ausencia de diferencias significativas entre hombres y mujeres; ambos, chicos y chicas, mostrarían un grado similar de satisfacción vital. Las diferencias se concentran en el resto de variables. La felicidad de nuestros jóvenes es más frecuente entre los que residen en pequeños municipios, aquéllos cuya ocupación única son los estudios (a sus 16 y 17 años cursan el Bachillerato o el COU), cuyo rendimiento en el aula es alto y les lleva a situarse entre los "primeros de su clase". Además, los católicos, practicantes o no y los situados en el centro derecha del espectro político también destacan por su satisfacción vital, así como aquellos cuyos padres tienden bien al centro o a la derecha y no han superado el bachiller elemental. En cuanto a la situación personal, una alta implicación en las relaciones de amistad, una inquietud por conocer gente nueva, ampliar la red de amigos y participar en ella, una familia en la cual se encuentra apoyo y el disfrute de relaciones sociales alejadas de las prácticas agresivas, todos ellos son factores que favorecen la satisfacción vital de nuestros jóvenes.

Nuevamente, hay que reiterar la exigencia de cautela al evaluar las implicaciones de este perfil. No es legítimo decir que los jóvenes ateos, los que viven en grandes municipios, etc., se caractericen por la infelicidad. Todo lo

contrario, como hemos visto, los jóvenes españoles comprendidos en el intervalo de edad estudiado disfrutan de una situación tal que pueden sentirse (tal y como declaran mayoritariamente) contentos con la vida que llevan. A través del perfil básico únicamente hemos tratado de ofrecer un corolario sintético que describe las características que sobresalen (y potencian) una eventual satisfacción con la situación personal y social descrita a lo largo de este apéndice.

Apéndice 3

DESCRIPCIÓN DE ALGUNOS JUEGOS POLÉMICOS

Esquema de las descripciones

1. **Tipo de juego:** clasificación
2. **Formato:** presentación, software
3. **Objetivo general:** meta o metas que hay que alcanzar al final del juego
4. **Dinámica del juego:** esencia de la acción, lo que hay que hacer para alcanzar el objetivo
5. **Personajes:** caracteres y relaciones
6. **Presentación gráfica:** fórmula gráfica utilizada (cámara subjetiva, vista aérea, primer plano...)
7. **Sonido:** música y efectos
8. **Control del juego:** descripción de los elementos que se controlan
9. **Habilidades requeridas:** rapidez, reflejos, visión espacial, memoria...
10. **Posibilidades de compartir el juego:** juego en red, número de jugadores...
11. **Tiempo mínimo de juego y duración total**
12. **Violencia implícita:** en diversos elementos del juego (contenidos, acciones, grafismo, sonidos...)
13. **Sexo/sexismo:** en personajes, situaciones...

COMMANDOS: MAS ALLA DEL DEBER

1.- **Tipo de Juego:** Estrategia.

2. **Formato:**

Ordenador Personal (PC), PlayStation (PSX), PlayStation2 (PS2), DreamCast (DC), Nintendo 64 (N64), Game Boy (GB)

PC

3.- **Objetivo general:**

El juego reproduce acciones militares durante la segunda guerra mundial en distintos escenarios europeos: Islote en el Canal de la Mancha, Creta, Holanda, Yugoslavia y Alemania. El jugador está al mando de un pequeño y selecto grupo de comandos aliados y tiene que superar con éxito ocho misiones en territorio controlado por el ejército alemán. Las misiones son las típicas de un comando infiltrado detrás de las líneas enemigas: dinamitar instalaciones militares, secuestrar a un oficial alemán, liberar a soldados de un campo de prisioneros o robar información estratégica. Si durante la acción muere alguno de los comandos o sucede algo que imposibilita el cumplimiento del objetivo, la misión se cancela y se pierde la partida.

4.- **Dinámica del juego:**

Al principio de cada parte la voz de un superior explica al jugador los objetivos de la misión a cumplir incluyendo algunas pistas sobre como hacerlo mientras se hace un recorrido visual por todo el escenario.

En cada misión se controla a tres o cuatro soldados de un total de ocho distintos, cada uno con unas habilidades guerreras y armamento particulares. La esencia del juego consiste en utilizar cada uno de los soldados en el momento y de la forma adecuados. El escenario está plagado de soldados enemigos a los que hay que matar o inutilizar (dejar inconscientes y esposar) para despejar el camino y poder avanzar. Normalmente hay que hacerlo sin ser vistos ni oídos por otros enemigos puesto que darían la señal de alarma y el comando sería descubierto y muerto. Para esto se utilizan armas silenciosas (puñetazos, porras, cuchillos, cepos, arpones, rifles con silenciador) y trucos para desviar la atención de los enemigos (arrojar paquetes de tabaco como reclamo, lanzar piedrecitas, señuelos acústicos).

En cualquier momento se puede salvar el juego por lo que no hay que repetir todo el escenario en caso de fallo.

5.- **Personajes:**

Los ocho posibles miembros del comando y sus características son:

- El boina verde; mata con cuchillo, usa el reclamo acústico, carga con soldados muertos o inconscientes u otros objetos pesados, deja inconsciente de un puñetazo, espasa a soldados inconscientes.
- El conductor; mata con fusil o subfusil, deja inconsciente con una porra, lleva el botiquín para curar a los compañeros si son heridos y conduce todo tipo de vehículos.
- El marine; mata con cuchillo o arpón, puede bucear y manejar una lancha neumática.
- El zapador; mata con cepo o granadas, corta alambradas con tenazas, pone bombas.
- El francotirador; mata con rifle silencioso.
- El espía; mata con inyección de cianuro, deja inconsciente con cloroformo, puede vestirse con uniformes de soldados muertos o capturados y distraer al enemigo charlando.
- La espía holandesa; aparece solo en una misión y utilizando "sus encantos" puede distraer a los soldados enemigos charlando.
- El oficial yugoslavo: solo aparece en una misión y no tiene características especiales.

Todos los personajes tiene además características comunes: matar con pistola, lanzar paquetes de tabaco o piedrecitas para distraer al enemigo y obligar a un soldado capturado a distraer al enemigo.

El resto de personajes que aparecen son soldados y oficiales alemanes que se limitan a patrullar o vigilar y disparar a los comandos si son descubiertos.

No se establece ninguna otra relación entre los personajes; solo obedecen las ordenes que les da el jugador.

6.- **Presentación gráfica:**

La vista utilizada es aérea desde una perspectiva fija. Es posible utilizar un zoom graduable para poder ver incluso todo el escenario en pantalla. Incluso en los planos mas ampliados no se distinguen las facciones de los personajes puesto que la idea es controlarlos desde arriba. Se puede también dividir la pantalla en varias partes para observar simultáneamente zonas diferentes del escenario.

El entorno gráfico es muy realista, mostrando con gran detalle y fidelidad pueblos, granjas, estaciones de ferrocarril y aeródromos europeos de la época. Antes de cada misión hay un vídeo con imágenes reales de la segunda guerra mundial que sirve como introducción.

7.- **Sonido:**

De fondo se oye una música típica de películas épicas militares que no varía durante el juego (opcionalmente se puede graduar o eliminar). También se

reproducen sonidos del ambiente (el mar, un molino de viento, gallinas, barcazas, etc). Cuando un comando recibe una orden del jugador, responde militarmente ("si señor", "lo que usted diga", " a la orden", " me es imposible, señor") y cuando le disparan grita (" me están dando", "sáqueme de aquí, señor". Los soldados enemigos reproducen expresiones de sorpresa, curiosidad o alarma en alemán y cuando han sido capturados y obedecen órdenes lo hacen respondiendo con un "si señor" tembloroso. También se oyen los disparos, golpes, cuchilladas y demás acciones de los soldados.

8.- Control del juego:

Mediante el teclado y sobretodo el ratón se controlan los movimientos de los miembros del comando. Se clicca con el puntero en un soldado, luego en una de las posibles acciones que puede realizar y después el lugar de la pantalla donde ha de realizarla. Además de las acciones antes descritas, los comandos pueden andar, correr o arrastrarse y menos frecuente, abrir puertas o accionar mecanismos. Los soldados alemanes no se pueden controlar pero mediante una opción del juego se puede ver la parte del escenario que cubren con la vista (fundamental para que los comandos se puedan mover sin ser vistos).

9.- Habilidades requeridas:

Este juego requiere paciencia y observación para conocer de forma muy precisa la situación y movimientos de los soldados enemigos de los objetos del escenario y de esta forma mover a los comandos sin que sean descubiertos. Puntualmente es necesario tener buena coordinación y agilidad puesto que es necesario dar instrucciones muy precisas a los comandos de forma muy rápida.

10.- Posibilidades de compartir el juego:

Se puede jugar individualmente o en red. En el segundo caso el control de los comandos se reparte entre los jugadores siendo como máximo tres o cuatro, dependiendo de la misión.

11.- Tiempo mínimo de juego y duración total:

Media hora es el tiempo mínimo para avanzar algo en una misión y lograr así cierta satisfacción; normalmente eliminar los soldados enemigos de una parte concreta del escenario.

El tiempo total de juego se puede estimar en 50 a 60 horas para recorrer las ocho misiones. Cuando se pasa la primera vez es mucho más sencillo volverlo a hacer y pierde interés puesto que ya se sabe como resolver las situaciones.

Aunque el juego en red también implica enfrentarse a las mismas misiones, tiene como atractivo la necesidad de coordinarse con otros jugadores. Se puede estimar que pierda interés después de pasar toda la historia cuatro o cinco veces.

12. Violencia implícita:

La esencia del juego es obviamente violenta puesto que reconstruye combates en una guerra real. Hay detalles que acentúan la violencia característica de la guerra: los soldados mueren con lamentos desgarradores y dejan un gran charco de sangre que permanece toda la partida aunque el cuerpo sea retirado por uno de los comandos.

13. Sexo/Sexismo:

El único personaje femenino que aparece es la espía holandesa. Una de sus cualidades guerreras es precisamente la capacidad de entablar conversación con un soldado enemigo para distraerlo. Esta función está representada simbólicamente en pantalla con un pintalabios.

TEKKEN

1. Tipo de Juego:

Juego de lucha

2. Formato:

Ordenador Personal (PC), PlayStation (PSX), PlayStation2 (PS2), DreamCast (DC), Nintendo 64 (N64), Game Boy (GB)

PSX , PS2, salones recreativos

3. Objetivo general:

El escenario descrito en el juego es el Torneo Tekken: "la competición de artes marciales mas brutal y prestigiosa del mundo". La esencia del juego es una sucesión de combates entre dos luchadores a elegir entre un total de ocho diferentes. Hay dos modalidades de juego: un jugador contra la máquina o dos jugadores luchando entre sí. En el primero de los casos el éxito final se consigue derrotando a todos los demás luchadores y en el segundo caso no hay final, puesto que se puede seguir estableciendo combates indefinidamente. Se puede establecer la lucha contra la máquina como un entrenamiento para jugar "seriamente" contra otro.

4. Dinámica del juego:

Una vez establecido el escenario (simple cambio de paisaje de fondo) y los luchadores de cada bando, se comienza el combate establecido al mejor de tres asaltos, es decir al que gane dos. Cada asalto tiene una duración máxima de 40 segundos pero puede terminar antes si uno de los combatientes consigue un K.O. La acción de combate consiste en golpear al contrario (combinaciones de puñetazos, patadas y llaves típicas de artes marciales) y en eludir los golpes este. Hay siempre en pantalla una barra de salud para cada uno de los luchadores que va disminuyendo conforme recibe golpes del adversario; cuando esta barra llega a cero se produce el K.O.

5. Personajes:

La única relación entre los ocho personajes es la lucha. Breve presentación de los personajes descrita en el manual del juego:

- Kayuza Mishima: Es un solitario arrogante, hijo mayor del jefe de la empresa patrocinadora del torneo, Heihachi Mishima.
- Paul Phoenix: Es un americano agresivo e impetuoso que vive del cuento, trabajando como guardaespaldas o luchador callejero.
- King: Durante el día trabaja como cuidador en un orfanato, mientras que por las tardes se pone su máscara y lucha como profesional. Gasta el dinero de los premios en nuevas instalaciones para los huérfanos.

- Nina Williams: Ha sido entrenada para ser una asesina rápida y eficiente. No participa en el torneo por su espíritu de competición pero ¿a quien quiere matar a Heihachi Mishima y por qué?
- Jack: Es un organismo cibernético creado como arma de choque por la antigua Unión Soviética. Sus dueños rusos lo han mandado al torneo.
- Marshall Law: Es un maestro de artes marciales que sueña con abrir su propia escuela de lucha. Participa en el torneo para ganar fama y fortuna.
- Michelle Chang: Es hija de madre americana y padre de Hong Kong. Su padre fue asesinado por gente de Heihachi y Michelle está en el torneo en busca de venganza.
- Yoshimitsu: Es un autómata en forma de maestro ninja de la espada. Nadie sabe de donde viene, ni por qué participa en el torneo. Pero se sabe que ha estado relacionado con una banda internacional de ladrones.

6. **Presentación gráfica:**

Se muestra a los dos luchadores de perfil desde un plano fijo que solo amplía o disminuye el zoom dependiendo de la distancia entre los luchadores. Cuando los golpes son efectivos aparece una chispa de colores indicativa que cambia de color si el golpe es parado y por tanto inefectivo. Después de cada asalto se repite automáticamente y con exactitud las últimas acciones del mismo. Las únicas figuras relevantes son las de los luchadores siendo el fondo meramente decorativo.

7. **Sonido:**

Hay música monótona durante el combate que solo cambia cuando este finaliza. Cada acción de cualquiera de los luchadores se ve acompañada del correspondiente ruido de esfuerzo y están reproducidos todos los golpes y demás movimientos.

8. **Control del juego:**

Los botones del mando de PlayStation controlan los movimientos básicos de los luchadores: puñetazo izquierdo, puñetazo derecho, patada izquierda, patada derecha, agacharse, saltar, andar hacia atrás, moverse hacia delante y bloquear golpes adversarios.

Con la rápida combinación de botones se consiguen golpes y movimientos especiales para cada luchador que son mas espectaculares y efectivos en el combate: patada con doble giro, talonazo, rompeshijos, codazo, triturador de cantos rodados, lanzamiento con pies por delante, patada condenadora, rodillazo doble al caer, martillo Jack, nudillos ametralladora, patada triple en la cabeza, etc.

9. **Habilidades requeridas:**

Las principales habilidades necesarias para este juego son rapidez y reflejos para responder a los movimientos del adversario con la correcta sucesión de golpes que sean mas efectivos.

10. **Posibilidades de compartir el juego:**

Este juego se puede jugar en solitario contra la maquina o contra otro jugador. La corta duración de combates hace posible establecer campeonatos entre mas de dos jugadores.

11. **Tiempo mínimo de juego y duración total:**

El tiempo mínimo de juego se puede establecer en la duración de un combate: 2 a 4 minutos.

El tiempo total de juego individual se puede estimar entre 20 y 40 horas: El tiempo necesario para adquirir la suficiente destreza como para ganar con facilidad el torneo eliminando a los 7 luchadores. El juego contra otro jugador puede extenderse indefinidamente puesto que la rapidez y habilidad de los jugadores no deja de aumentar.

12. **Violencia implícita:**

La violencia es un elemento fundamental del juego por tratarse este de un combate continuo cuerpo a cuerpo. No aparece sangre ni otros daños físicos en los personajes salvo la acción del K.O. en la que el personaje abatido se desploma inconsciente emitiendo un quejido lastimero.

13. **Sexo/Sexismo:**

La vestimenta de los personajes femeninos es pretendidamente sensual: shorts y camisetas ajustados, vestidos abiertos, etc. No ocurre lo mismo con los personajes masculinos. No aparecen ni se insinúan relaciones íntimas de ningún tipo.

TOMB RAIDER V: CHRONICLES

1. Tipo de Juego:

Aventura gráfica con gran influencia de juegos de rol.

2. Formato:

Ordenador Personal (PC), PlayStation (PSX), PlayStation2 (PS2), DreamCast (DC), Nintendo 64 (N64), Game Boy (GB)

PSX y PC

3. Objetivo general:

Todas las historias que se desarrollan en Tomb Raider (I a V) son historias completas. La protagonista, Lara Croft, es arqueóloga y cada una de sus aventuras consiste en encontrar un artilugio mágico. Para ello se desenvuelve sobre escenarios diferentes (el interior de un submarino, las calles de Roma, el metro de Londres, la Antártida,...) siguiendo pistas y pasando pruebas.

4. Dinámica del juego:

Cada escenario tiene un solo camino válido que hay que descubrir entre todos los caminos posibles pasando una serie de pruebas: resolver enigmas (activando mecanismos o utilizando objetos encontrados), matar o huir de enemigos humanos, animales o fantásticos, salir de lugares mediante saltos acrobáticos o encontrando puertas secretas.

En estas acciones Lara puede ser dañada (disparos, caídas, trampas, mordeduras, quemaduras) que se reflejan en una barra de salud. El nivel de salud puede recuperarse con botiquines médicos que Lara encuentra en el camino pero si el daño es grande y la barra de salud llega a cero, muere y se acaba el juego. En cualquier momento se puede salvar el juego por lo que no hay que repetir todo el escenario en caso de fallo.

5. Personajes:

En el desarrollo del juego Lara Croft actúa exclusivamente con los movimientos mandados por el jugador pero en los videos de presentación Lara Croft se presenta como una heroína joven, atractiva, inteligente, elegante, intrépida e individualista; siguiendo el modelo "James Bond" con la pasión aventurera e investigadora modelo "Indiana Jones". Es la única heredera de una gran fortuna y en los periodos entre aventuras vive en un lujoso palacio en Inglaterra con la única compañía de su criado.

En todos los juegos (I a V) los "malos" son personajes humanos con mucho poder (mafiosos millonarios, otros arqueólogos, etc.) o seres fantásticos (un dios egipcio, el fantasma de un caballero medieval o veces humanos que

mediante algún proceso mágico se convierten en sobrenaturales). Cada uno de estos personajes suele tener una corte de subalternos a los que Lara tiene que derrotar (soldados, guardianes, fantasmas, momias, fieras) hasta que al final se tiene que enfrentar al "malo" y vencerlo.

Aparecen algunos personajes con los que establece relaciones puntuales: consigue información de algunos "malos" después de haberlos vencido, es ayudada por otros a los que también ayuda, aparece un compañero que le da pistas mediante un radiotransmisor.

En el comienzo de Tomb Raider V se celebra un funeral por Lara (desaparecida en una pirámide en el juego anterior) al que asisten sus amigos: su criado, un sacerdote que fue su tutor en la adolescencia y otro investigador. Cada uno cuenta con cariño y admiración el principio de una aventura de Lara que el jugador debe continuar.

6. **Presentación gráfica:**

La vista utilizada es la "semisubjetiva" de la protagonista de la historia; Lara Croft: se observa a Lara de espaldas, a corta distancia, por lo que se ve lo que ella ve. El escenario envolvente tridimensional rota sobre los tres ejes con los movimientos de Lara.

Al terminar un escenario aparecen videos completos (no interactivos) que explican parte de la historia y sirven de nexos narrativos con el siguiente escenario.

El entorno gráfico es muy realista, mostrando en muchos casos paisajes especialmente bellos: este es uno de los atractivos del juego.

7. **Sonido:**

Hay música y sonidos de fondo que varían adaptándose a la secuencia de acción subiendo la intensidad de las emociones buscadas (miedo, intriga, prisa, reflexión, felicidad al conseguir un objetivo). También se reproducen todos los ruidos producidos por Lara y por otros seres (pasos, quejidos de esfuerzo o daño, brazadas al nadar, etc) y sonidos de objetos que muchas veces son pistas o parte de los enigmas a resolver (campanadas de reloj, puertas que abren o cierran).

8. **Control del juego:**

Mediante teclado (versión PC) o botones del mando de PlayStation se controlan los múltiples movimientos posibles de Lara: andar, correr, andar despacio, reptar, girar, saltar, bucear y nadar. Combinando teclas se puede realizar todas estas acciones en cualquier dirección. También se puede mirar en todas direcciones y coger objetos: armas y munición, botiquines (recobra vida en caso de ser dañada) y llaves u otros utensilios necesarios para resolver enigmas. En

algunos pasajes del juego Lara se encuentra vehículos que puede manejar (canoas, coches, motos, minisubmarinos) y que son necesarios para pasar pruebas concretas.

9. Habilidades requeridas:

Este es un juego muy completo en este sentido puesto que es necesario tener coordinación y reflejos con los mandos para los momentos de acción (evitar rocas o disparos, sucesión de cabriolas, etc.), así como memoria para recordar los escenarios con detalle (siempre hay que recorrer el escenario varias veces y suelen ser laberínticos) y unas dosis de reflexión para desentrañar los enigmas.

10. Posibilidades de compartir el juego:

Este juego solo lo puede jugar una persona cada vez. Hay múltiples páginas en Internet dedicadas a él no solo de iconografía varia sino también de explicaciones, pistas, trucos y soluciones.

11. Tiempo mínimo de juego y duración total:

Una hora es el tiempo necesario para avanzar algo en la historia y lograr así cierta satisfacción; normalmente superar alguna prueba concreta (resolver un acertijo, pasar una zona de saltos y cabriolas o matar a un malo).

El tiempo total de juego se puede estimar en 50 a 60 horas para recorrer toda la historia. Cuando se pasa la primera vez es mucho más sencillo volverlo a hacer pero pierde casi todo el interés puesto que ya se sabe como resolver las situaciones. Se puede decir que el juego está agotado.

12. Violencia implícita:

Lara utiliza armas de fuego de distintos calibres (pistolas, escopetas, subfusiles, rifles, lanzagranadas) así como arpones y ballestas que utiliza en defensa propia. En cada disparo que recibe Lara o cualquiera de sus adversarios saltan unas gotas de sangre indicativas de que el disparo es efectivo. Al final de una acción de combate Lara siempre muere o mata al adversario, que se desploma emitiendo un lamento lastimero. Después de esto no hay ningún tipo de grito o gesto de alegría, simplemente el juego continúa.

En algunos diálogos aparecen amenazas y agresiones.

13. Sexo/Sexismo

La protagonista tiene un gran atractivo sexual. La vestimenta que utiliza lo acentúa (shorts y camiseta ajustada) así como sus movimientos y en parte también los diálogos. Sin embargo no utiliza nunca este atractivo para resolver ninguna situación durante el juego. Es el único personaje femenino que aparece y se presenta como "una mujer aguerrida en un mundo de hombres". No aparecen ni se insinúan relaciones íntimas de ningún tipo.

QUAKE

1. **Tipo de Juego:**

Juego de disparo

2. **Formato:**

Ordenador Personal (PC), PlayStation (PSX), PlayStation2 (PS2), DreamCast (DC), Nintendo 64 (N64), Game Boy (GB)

PSX, PS2 y PC

3. **Objetivo general:**

El escenario es una base espacial formada por una intrincada red de estancias y túneles.

El objetivo del juego es matar a todos los contrincantes mediante disparos de diversas armas.

4. **Dinámica del juego:**

Se inicia el juego con una pistola sencilla y durante el recorrido por las distintas estancias o después de abatir enemigos el jugador encuentra otras armas (blaster, escopeta futurista, lanzacohetes, lanzagranadas), munición, armaduras y paquetes médicos que restauran su barra de salud.

5. **Personajes:**

No hay ninguna diferencia entre los distintos combatientes ni relación alguna salvo el combate puro. Todos tienen la misma vestimenta de soldados espaciales futuristas que varía solo de color en el juego multijugador. No hay ningún tipo de diálogo ni videos intermedios que expliquen ninguna historia concreta.

6. **Presentación gráfica:**

La vista utilizada es subjetiva sobre la que gira tridimensionalmente el entorno. Del combatiente manejado por el jugador solo se observa la mano derecha y el arma que empuña. En el juego multijugador con PlayStation la pantalla se divide horizontalmente en tantas subpantallas como jugadores, manteniendo cada una de ellas la vista subjetiva necesaria para cada uno.

7. **Sonido:**

Hay una música "heavy" monótona de fondo que incrementa la tensión del combate. Se reproducen los sonidos de disparo que varían con las distintas armas.

8. Control del juego:

Mediante teclado y ratón de PC o los botones del mando de PlayStation se controlan los movimientos del combatiente: desplazarse para atrás y adelante, girar en ambos sentidos, mirar en todas direcciones (ajustando de paso el punto de mira), cambiar de arma y saltar.

9. Habilidades requeridas:

Para jugar a este es un juego es básico tener coordinación y reflejos con los mandos para los combates y unas dosis de memoria para recordar los escenarios para saber donde se encuentran armas, munición y paquetes médicos y donde se puede tender emboscadas.

10. Posibilidades de compartir el juego:

Hay dos modalidades de juego: individual o multijugador. En el primer caso se recorre la base en una sucesión de combates con soldados controlados por la máquina. En el segundo caso se desarrolla el combate en una de las estancias a elegir. Jugando con PlayStation lo normal es solo contra uno pero hay equipos de ampliación hasta cuatro jugadores. Jugando con PC en red el número de jugadores está limitado solo por la capacidad del servidor. En los combates entre varios jugadores se puede combatir todos contra todos o se pueden hacer equipos.

11. Tiempo mínimo de juego y duración total:

El tiempo mínimo de juego se puede estimar en 5 o 10 minutos que es el tiempo necesario para entablar un par de combates en el caso multijugador o avanzar una estancia en el juego individual.

El tiempo total de juego individual se puede estimar en 10 a 15 horas para recorrer toda la base. El juego multijugador es indefinido puesto que la técnica y táctica de combate no deja de mejorar convirtiéndose en un reto constante.

12. Violencia implícita:

Este es un juego intrínsecamente violento puesto que su esencia es el combate con armas de fuego. Cuando un combatiente muere simplemente cae al suelo con una leve expresión de dolor pero sin sufrir ningún daño aparente, ni heridas ni sangre. En el juego multijugador, el combatiente muerto desaparece pero en el juego individual permanece en el suelo y si el jugador sigue disparando el cuerpo termina por explotar y desaparecer.

13. Sexo/Sexismo:

No hay ninguna referencia sexual en el juego ni aparecen personajes femeninos.

KOUELKA

1. Tipo de Juego:

Aventura gráfica con algunos elementos típicos de juegos de estrategia.

2. Formato:

Ordenador Personal (PC), PlayStation (PSX), PlayStation2 (PS2), DreamCast (DC), Nintendo 64 (N64), Game Boy (GB)

PSX y PS2

3. Objetivo general:

La aventura se desarrolla en un monasterio encantado en Gales a finales del siglo XIX. La protagonista de la historia es Koudelka, un aventurera con habilidades guerreras y poderes paranormales y mágicos que llega al monasterio siguiendo la poderosa voz de un espíritu. En el transcurso de la historia conoce y a dos personajes, Edward y James, que la ayudan a desentrañar los misterios del monasterio. El objetivo final de sus andanzas por el monasterio no se explica inicialmente sino que se va definiendo a lo largo de las mismas.

4. Dinámica del juego:

El juego se desarrolla en dos tipos de escenarios diferentes. Por una parte se establecen los movimientos de Koudelka y sus acompañantes a través de las distintas estancias del monasterio, pudiendo elegir, en cada momento, el camino a recorrer. En este deambular, la heroína encuentra objetos necesarios para la lucha o para resolver enigmas y descubre personajes fantásticos a los que se tiene que enfrentar y vencer. Estas luchas se desarrollan en el segundo tipo de escenarios que están divididos en cuadrículas y donde los personajes se mueven por turnos. En estos combates Koudelka (sola o con alguno de sus aliados) utiliza diferentes armas (puños, cuchillos, garrotes, fusiles, pistolas, poderes mágicos) para matar a sus enemigos que a su vez les atacan con golpes y hechizos.

Koudelka, Edward y James tienen una serie de virtudes que van aumentando con los premios obtenidos en los combates o encontrados en las estancias del monasterio: fuerza, vitalidad, destreza, agilidad, inteligencia (magia de curación o de ataque), piedad (resistencia a los ataques mágicos), mente y suerte. La habilidad del jugador consiste en administrar estos recursos distribuyéndolos entre los personajes y utilizándolos adecuadamente contra los distintos tipos de enemigos. Este proceso es imprescindible para ganar los combates puesto que van apareciendo enemigos distintos cada vez más poderosos.

Si Koudelka o uno de sus aliados muere se pueden curar si tienen los suficientes puntos de magia acumulados. Si no son suficientes, se acaba el juego.

5. **Personajes:**

Los tres personajes principales son:

- Koudelka: Una muchacha de origen muy humilde, abandonada en su infancia y rechazada por la comunidad por sus poderes paranormales. Lleva una vida solitaria y ha desarrollado una personalidad dura e independiente aunque conserva una gran bondad ayudando con sus poderes a quien los necesita.
- Edward: Creció en una rica familia que lo rechazó por no cumplir con las expectativas de un muchacho de su clase. De carácter aventurero y egoísta, trató de hacer carrera como delincuente pero no consiguió prosperar puesto que no asustaba a nadie. Charlatán y autodidacta en muchas habilidades tiene una vena romántica y es un ávido lector de poesía. Llegó al monasterio para investigar sus misterios.
- James: Obispo de origen irlandés, estudió ciencia brillantemente antes de ordenarse sacerdote. Tuvo un gran amor en su juventud que le rompió el corazón para siempre pero intenta superar su desdicha con sus profundas convicciones religiosas y con una gran pasión por la ciencia y el conocimiento. Llegó al monasterio para devolver unos objetos misteriosos que habían sido robados.

Estos tres personajes establecen una alianza para desvelar juntos los misterios del convento. Su relación es ruda pero solidaria. En el camino se enfrentan a personajes fantásticos y monstruosos: cucarachas y arañas gigantes, hombres voladores de tres cabezas, mutilados sin cabeza con vidrios incrustados en el cuerpo, armaduras fantasmales, insectos humanoides, muebles encantados y otros seres de difícil descripción.

6. **Presentación gráfica:**

En los movimientos de la Koudelka por las distintas estancias del monasterio se muestra una vista tridimensional fija donde solo se mueve la protagonista. Los combates se desarrollan sobre un escenario parecido a un tablero de ajedrez en el que los protagonistas y sus contrincantes se mueven de una cuadrícula a otra. Un tercer entorno gráfico importante son los frecuentes videos no interactivos que explican gran parte de la historia.

7. **Sonido:**

Hay dos tipos de música diferente para los dos tipos de escenario posibles. En los recorridos por el monasterio la música es elaborada, inquietante y misteriosa. En los combates es mas sencilla y de acción. También se reproducen los ruidos de lucha en los combates.

8. Control del juego:

Los controles son muy sencillos, reduciéndose a los 4 movimientos direccionales y uno de acción tanto en el recorrido por el monasterio como en los combates. En el recorrido se puede situar a Koudelka en distintos puntos de la estancia y con el comando de acción encuentra objetos, abre puertas, entabla conversaciones o topa con enemigos, pasando entonces al escenario de combate.

En este tipo de escenario se puede realizar una vez por turno dos tipos de movimiento: atacar, recargar o cambiar arma o tomar una pócima reconstituyente y moverse por el tablero.

9. Habilidades requeridas:

Es necesario tener memoria para recordar la historia, la distribución del monasterio y los distintos elementos de las estancias así como unas dosis de reflexión para desentrañar los enigmas. También se desarrolla el sentido estratégico puesto que hay que repartir con habilidad los distintos poderes ganados por los protagonistas.

10. Posibilidades de compartir el juego:

Solo se puede jugar en solitario.

11. Tiempo mínimo de juego y duración total:

Una hora es el tiempo necesario para avanzar algo en la historia y lograr así cierta satisfacción; normalmente superar alguna prueba concreta (resolver un acertijo, descubrir todos los elementos de una estancia o matar a un malo).

El tiempo total de juego se puede estimar en 60 a 70 horas para recorrer toda la historia. Cuando se pasa la primera vez es mucho más sencillo volverlo a hacer y pierde interés puesto que ya se sabe como resolver las situaciones. La ubicación de algunos objetos y contrincantes es aleatoria por lo que puede resultar atractivo jugar la aventura varias veces.

12. Violencia implícita:

Parte fundamental del juego son los combates a muerte que entablan los protagonistas con sus adversarios. En ellos se utilizan puñetazos, cuchillos, pistolas, fusilas, estacas, rayos mágicos y hechizos. El daño en los oponentes se muestra con una puntuación que se descuenta de la barra de salud pero no hay ningún efecto gráfico sobre ellos. Cuando mueren simplemente caen inertes al suelo. Los diálogos de los videos intermedios suelen contener amenazas y agresiones verbales.

13. Sexo/Sexismo:

Solo al final de la historia se insinúa una relación entre Koudelka y Edward pero sin ningún componente sexual.

METAL GEAR SOLID

1. Tipo de Juego:

Aventura gráfica con gran influencia de juegos de rol.

2. Formato:

Ordenador Personal (PC), PlayStation (PSX), PlayStation2 (PS2), DreamCast (DC), Nintendo 64 (N64), Game Boy (GB)

PSX

3. Objetivo general:

La historia se desarrolla al principio del siglo XXI en una base almacén de residuos y armas nucleares en una isla en Alaska. Un comando de fuerzas especiales de élite de la unidad "Foxhound" ha desertado y tomado la isla y amenaza con lanzar un arma nuclear si no se atienden sus reivindicaciones en 24 horas (el arma con la que amenazan es Metal Gear, un poderoso tanque). El protagonista, mandado por el jugador, es Solid Snake. Era el mejor agente de "Foxhound" antes de retirarse y es llamado para esta misión en la que debe infiltrarse en solitario en la base, rescatar a los dos rehenes y acabar con los terroristas (sus antiguos compañeros).

4. Dinámica del juego:

El escenario representa la base y está compuesto por una compleja red de niveles, edificios, estancias y pasadizos. Solid Snake tiene que recorrer la base siguiendo instrucciones que le comunican por radio y las indicaciones del radar que lleva incorporado y evitar ser descubierto por las cámaras y los terroristas que vigilan las instalaciones. En el caso de ser descubierto es atacado y tiene que luchar y/o huir. Por el camino encuentra armas, munición y otros objetos necesarios para avanzar. También conoce a personajes que le ayudan dando información o luchando junto a él y otros personajes a los que se enfrenta.

5. Personajes:

Durante el juego se desarrolla una compleja historia de espionaje con muchos personajes e intrincadas relaciones entre ellos. Uno de los atractivos del juego es la complejidad de la historia que se desarrolla con elementos clásicos de películas de intriga y acción. Las conversaciones y videos intermedios desarrollan esta intrincada trama que no afecta a la dinámica del juego puesto que en la mayor parte de los casos no abre posibilidades de decisión al jugador. Los personajes principales son:

- Solid Snake: Ex agente de "Foxhound", experto en infiltración, de carácter duro, independiente, desconfiado.
- Roy Campbell: antiguo comandante de "Foxhound" es llamado para esta misión ya que es el que mejor conoce a Snake. Se comunica con él por radio

y le proporciona información para avanzar en su misión. En algunos pasajes de la historia Snake discute con él y duda de su lealtad.

- Naomi Hunter: Jefa del departamento médico de "Foxhound. Trabaja junto a Campbell para ayudar a Snake dando consejos y explicaciones por radio. En un momento de la aventura se descubre como miembro del grupo terrorista y traiciona a Snake.
- Mei Ling: Es la operadora de comunicaciones e inventora del sistema de comunicación que utiliza el protagonista. También le ayuda por radio y es evidente su atracción por él que se muestra con comentarios admirativos después de alguna heroicidad y su preocupación constante por su integridad.
- Meryl Silverburgh: Es la sobrina de Campbell. Entrenada militarmente pero sin experiencia, es enviada a la base secuestrada para luchar en paralelo a Snake. A lo largo de la aventura obtiene información que a veces comparte con Snake aunque en otras ocasiones actúa imprudentemente en solitario comprometiendo su vida y la del héroe. Finalmente acaba asociándose a Snake y surge el amor entre ellos. En un pasaje crítico de la historia ambos son apresados y Snake debe soportar tortura para salvarla (pasaje curioso en el que el jugador debe decidir entre aguantar la tortura y salvar a la chica o no aguantarla y dejarla morir).
- Liquid Snake: El gran malo. Es el líder de Foxhound y cerebro del ataque terrorista. Al principio aparece con otra identidad y ayuda al protagonista. Es genéticamente idéntico a Snake pero el mundo le ha hecho malo. Snake le vence al final de la historia.
- Revolver Ocelot. Uno de los malos. Se enfrenta dos veces a Snake; la primera es derrotado y huye y en la segunda muere. Sádico y torturador.
- Vulcan Raven, Sniper Wolf, Psycho Mantis: malos a los que Snake derrota en combate singular y que antes de morir descubren su lado bueno y aconsejan al héroe.
- Ninja: personaje misterioso que tras enfrentarse a Snake se alía con él y le ayuda hasta el final de la historia.
- Donald Anderson y Kenneth Baker: Son los dos rehenes que Snake debe liberar. El primero es director de una agencia estatal de investigación para la defensa y el segundo es el presidente de una poderosa industria de armamento. Los dos mueren cuando los rescata Snake a causa de unos extraños males causados a distancia por los terroristas.
- Soldados genome: Son los malos que vigilan las instalaciones y persiguen a Snake. Los hay de varios tipos con habilidades y armas diferentes.

6. **Presentación gráfica:**

La vista utilizada es casi cenital centrada en Snake aunque hay una función a elegir por el jugador como un movimiento mas que ofrece la vista subjetiva del protagonista y que se utiliza para orientarse o localizar objetos. Muy a menudo,

tras una escena de acción aparece un cuadro de diálogo por radio no interactivo entre Snake y alguno de los personajes aliados. Son frecuentes también los videos explicativos de la historia en los que Snake entabla conversaciones con distintos personajes que le dan pistas y/o objetos.

7. Sonido:

Hay música y sonidos de fondo que varían adaptándose a la secuencia de acción subiendo la intensidad cuando Snake es descubierto y tiene que huir y/o enfrentarse a los terroristas. También se reproducen todos los ruidos producidos por Snake y por otros personajes (pasos, quejidos de esfuerzo o daño, disparos, etc).

8. Control del juego:

Mediante los botones del mando de PlayStation se controlan los movimientos posibles de Snake: andar, reptar, nadar y mirar en las cuatro direcciones, escoger, cargar y disparar armas, coger objetos, activar mecanismos (puertas, ascensores), utilizar objetos (raciones de emergencia con las que recobra vida, prismáticos, tarjetas abrepuertas, cigarrillos cuyo humo descubre rayos infrarrojos).

9. Habilidades requeridas:

Este es un juego muy completo en este sentido puesto que es necesario tener coordinación y reflejos con los mandos para los momentos de acción (evitar disparos, disparar, esconderse, agacharse, etc.), así como memoria para recordar los escenarios con detalle (siempre hay que recorrer el escenario varias veces y suelen ser laberínticos) y unas dosis de reflexión para desentrañar los enigmas.

10. Posibilidades de compartir el juego:

Este juego solo lo puede jugar una persona cada vez. Hay múltiples páginas en Internet dedicadas a él no solo de iconografía varia sino también de explicaciones, pistas , trucos y soluciones.

11. Tiempo mínimo de juego y duración total:

Una hora es el tiempo necesario para avanzar algo en la historia y lograr así cierta satisfacción; normalmente superar alguna prueba concreta.

El tiempo total de juego se puede estimar en 60 a 70 horas para recorrer toda la historia. Cuando se pasa la primera vez es mucho mas sencillo volverlo a hacer pero pierde casi todo el interés puesto que ya se sabe como resolver las situaciones. Hay dos momentos del juego en los que se puede elegir dos camino diferentes que alteran levemente la historia. Una vez exploradas estas cuatro variantes se puede decir que el juego está agotado.

12. **Violencia implícita:**

El entorno en el que se desarrolla la historia es claramente violento y militarista: todos los personajes son soldados o científicos militares. Todos los enfrentamientos se resuelven con armas de fuego o golpes y normalmente tienen como resultado la muerte de uno de los contendientes o en algunos casos la huida con heridas o mutilaciones. Durante los combates los personajes sufren claramente los impactos de bala pero cuando mueren simplemente yacen en el suelo brevemente y desaparecen. Snake tiene también la posibilidad de estrangular silenciosamente por la espalda a sus enemigos. Aparecen escenas cuya esencia es la tortura que se ve reflejada con gran crudeza. En alguno de los videos intermedios hay personajes que mueren angustiosamente por efecto de extrañas enfermedades inducidas a distancia y son frecuentes los diálogos con amenazas y agresiones verbales.

13. **Sexo/Sexismo:**

El principal personaje femenino es Meryl. Vive un romance aventurero con Snake y es presentada como una mujer en desventaja frente a los hombres en el combate mas por su inexperiencia que por su condición de mujer. Son frecuentes los comentarios de hombres sobre el atractivo físico de algunos personajes femeninos y en algunos videos intermedios la cámara se centra intencionadamente en el trasero o el pecho de Meryl. Cuando Meryl es apresada se insinúa una amenaza de abuso sexual por parte del malo que la retiene.

BLADE: THE EDGE OF DARKNESS

1. Tipo de Juego:

Aventura gráfica con gran influencia de juegos de rol y de lucha.

2. Formato:

Ordenador Personal (PC), PlayStation (PSX), PlayStation2 (PS2), DreamCast (DC), Nintendo 64 (N64), Game Boy (GB)

PC

3. Objetivo general:

La aventura se desarrolla en un entorno medieval imaginario con gran influencia de mitos y leyendas nórdicas. Al principio del juego se puede elegir entre cuatro personajes distintos: el caballero, la amazona, el bárbaro o el enano. Esta elección determina la historia a completar solo en el primer escenario pero establece grandes diferencias en los combates puesto que tienen habilidades y armas diferentes. Esencialmente, el personaje elegido trata de vencer al Mal que amenaza la paz del mundo conocido desarrollándose sobre escenarios diferentes (fortalezas, islas mágicas, templos, oasis, torres...) siguiendo pistas y pasando pruebas.

4. Dinámica del juego:

Cada escenario tiene un solo camino posible que hay que descubrir pasando una serie de pruebas: resolver enigmas, encontrar puertas secretas, activar mecanismos, buscar y utilizar objetos y matar enemigos humanos o fantásticos. En estas acciones el personaje puede ser dañado (golpes, cortes, caídas, trampas, mordeduras, quemaduras) y si el daño es grande, muere y se acaba el juego. En cualquier momento se puede salvar el juego por lo que no hay que repetir todo el escenario en caso de fallo.

5. Personajes:

Cada uno de los cuatro protagonistas (solo se puede jugar con uno de ellos cada partida) es un personaje con rasgos heroicos curtidos en mil batallas contra el mal: fuerte, ágil, osado, solitario, conocedor de las tradiciones y respetuoso con ellas, sabio y leal; siguiendo el modelo "Conan".

- Tukaram (el bárbaro): el elegido por el anciano de su tribu para descubrir el motivo de unas extrañas desapariciones.
- Sargon (el caballero): capitán de los caballeros del rey, enviado a descubrir extraños sucesos en una guarnición fronteriza.
- Naglfar (el enano): uno de los pocos enanos conocedores del mundo que rodea los valles de su tribu es enviado para consultar los tomos de sabiduría de la Gran Biblioteca.

- Zoe (la amazona): guerrera experimentada que recorre el mundo en busca de fortuna ha oído historias sobre las ruinas de una ciudad perdida, rica en oro y joyas.

Durante el desarrollo de la aventura el héroe o heroína conoce a algunos personajes que le ayudan espontáneamente o a cambio de algo. Mucho mas frecuente es que se tenga que enfrentar en combate a caballeros, muertos vivientes, orcos, minotauros y demonios para finalmente enfrentarse al Señor del Mal.

6. **Presentación gráfica:**

La vista utilizada es la "semisubjetiva" del protagonista: se le observa de espaldas, a corta distancia, por lo que se ve lo que el ve. El escenario envolvente tridimensional rota sobre los tres ejes con sus movimientos.

Al terminar un escenario aparecen videos completos (no interactivos) que explican parte de la historia y sirven de nexo narrativo con el siguiente escenario.

El entorno gráfico es muy realista, mostrando en muchos casos parajes especialmente bellos: este es uno de los atractivos del juego.

7. **Sonido:**

Hay música y sonidos de fondo que varían adaptándose a la secuencia de acción subiendo la intensidad de las emociones buscadas (miedo, intriga, prisa, reflexión, felicidad al conseguir un objetivo). También se reproducen todos los ruidos producidos por el protagonista y por otros seres (pasos, quejidos de esfuerzo o daño, brazadas al nadar, etc) y sonidos de objetos que muchas veces son pistas o parte de los enigmas a resolver.

8. **Control del juego:**

Mediante el teclado se controlan los múltiples movimientos posibles del protagonista: andar, correr, girar, saltar, mirar en todas direcciones y coger objetos: armas, comida y pociones (recobra vida en caso de ser herido), llaves, anillos, mapas, etc. que son necesarios para pasar pruebas concretas.

Una de las características de este juego es la complejidad de los combates. Para realizarlos, no solo es necesario conocer las armas y escudos de cada uno de los personajes sino también conocer los distintos movimientos de golpeo, protección con escudo y esquite. El éxito en un combate reside en la habilidad para combinar estos movimientos (combos) a gran velocidad pulsando la correspondiente combinación de teclas.

9. **Habilidades requeridas:**

Este es un juego muy completo en este sentido puesto que es necesario tener coordinación y reflejos con los mandos para los momentos de acción (combos, sucesión de cabriolas, etc.), así como memoria para recordar los escenarios

con detalle (siempre hay que recorrer el escenario varias veces y suelen ser laberínticos) y unas dosis de reflexión para desentrañar los enigmas.

10. Posibilidades de compartir el juego:

La aventura solo se puede jugar en solitario. Se puede jugar en red pero solo combates, que realmente es una de las esencias del juego. Se establece un escenario sacado de la aventura y dos o mas jugadores combaten entre ellos, pudiéndose hacer competiciones complejas, clasificaciones, etc.

11. Tiempo mínimo de juego y duración total:

Una hora es el tiempo necesario para avanzar algo en la historia y lograr así cierta satisfacción; normalmente superar alguna prueba concreta (resolver un acertijo, pasar una zona de saltos y cabriolas o matar a un malo).

El tiempo total de juego se puede estimar en 50 a 60 horas para recorrer toda la historia. Cuando se pasa la primera vez es mucho mas sencillo volverlo a hacer y pierde interés puesto que ya se sabe como resolver las situaciones. El atractivo reside en probar con otro de los personajes con armas y habilidades distintas.

La longevidad del juego en red es infinita puesto que se compite directamente con otro jugador.

12. Violencia implícita:

Parte fundamental del juego son los combates que entablan los protagonistas con sus adversarios. En ellos se utilizan espadas, hachas, mazas, martillos, lanzas y arcos, además de puñetazos y lanzamientos de objetos (piedras, taburetes, palos). Los efectos del combate se ven claramente: ropas rasgadas, cortes profundos sangrando, manchas de sangre en la ropa y en el suelo e incluso los cuerpos desmembrados al final de la pelea. El juego tiene una opción de clave de supervisión paterna que elimina la aparición de sangre y mutilaciones.

Al final de una acción de combate el protagonista muere o mata al adversario, que se desploma emitiendo un lamento lastimero. Después de esto no hay ningún tipo de grito o gesto de alegría, simplemente el juego continúa.

13. Sexo/Sexismo:

No hay ninguna diferencia entre jugar con Zoe, la protagonista femenina o con cualquiera de los otros tres guerreros.

No aparecen ni se insinúan relaciones íntimas ni ningún tipo.

CARMAGEDDON

1. **Tipo de Juego:**

Mezcla de simulador de coches y juego de disparo.

2. **Formato:**

Ordenador Personal (PC), PlayStation (PSX), PlayStation2 (PS2), DreamCast (DC), Nintendo 64 (N64), Game Boy (GB)

PC

3. **Objetivo general:**

El juego se desarrolla en un ambiente urbano futurista. La gente con dinero vive en ciudades dormitorio amuralladas y separadas del mundo exterior. En las ciudades viejas "solo quedó la chusma, lo peor de lo peor, la escoria de la humanidad... era tan difícil controlar la delincuencia en estas ciudades que se decidió bombardearlas con armas atómicas. Los supervivientes quedaron deformados por la radiación, las mutaciones y la lluvia ácida aumentando su maldad y su odio". Los dos mundos se separaron cada vez mas hasta que resultó imposible pasar de uno a otro.

El juego consiste en convertirse en un as del volante sin escrúpulos e introducirse y sobrevivir en una de las ciudades malditas.

El jugador maneja un vehículo en carreras enloquecidas por la ciudad. Son carreras temporizadas en las que participan otros vehículos con los que hay que chocar para infligirles daño y finalmente destrozarse para eliminarlos. También hay peatones a los que hay que atropellar puesto que dan puntos (segundos extra). Hay tres formas de ganar una carrera: eliminando a los demás vehículos, atropellando a todos los ciudadanos o completando el recorrido antes que los adversarios.

4. **Dinámica del juego:**

Al principio de cada carrera se establece un objetivo (normalmente llegar a un punto de la ciudad). Una vez cumplida una misión (carrera) el jugador obtiene dinero y puede comprar los coches enemigos que ha destrozado y repararlos. Los coches tienen tres características fundamentales que el jugador puede mejorar a lo largo del juego: blindaje, potencia y capacidad ofensiva.

5. **Personajes:**

Los personajes principales que aparecen son los conductores de los otros vehículos de los que normalmente solo se conoce su voz. Cuando hay un choque profieren exclamaciones de sorpresa y sobretodo amenazas. Los personajes secundarios son los peatones atropellables: son ciudadanos

normales (hombres y mujeres) que huyen de los coches e incluso tienen gestos de miedo cuando van a ser atropellados.

6. Presentación gráfica:

La vista utilizada es la "semisubjetiva" del vehículo conducido por el jugador. Se presenta el vehículo en primer plano y el entorno tridimensional urbano (calles, edificios, mobiliario urbano) que avanza a gran velocidad con el movimiento. Hay una opción que permite mirar alrededor del coche para buscar objetivos y otra opción de seguimiento de alguno de los otros vehículos.

El juego permite ver repeticiones de las carreras desde varios puntos de vista.

7. Sonido:

Hay música trepidante y monótona. Además del sonido del motor y de frenada, se reproducen los golpes con otros vehículos y obstáculos, así como los atropellos acompañados por lejanos gritos de miedo y dolor.

8. Control del juego:

Mediante teclado se controlan los sencillos movimientos del coche: avanzar, retroceder, girar a izquierda y derecha y freno de mano para derrapar. Se pueden utilizar reforzadores puntualmente para infligir más daño a los adversarios y también abrir las puertas para atropellar con mayor facilidad.

9. Habilidades requeridas:

Este es un juego es necesario tener coordinación y reflejos con el teclado puesto que la acción es continua. Hay muy pocos momentos para la reflexión, solo cuando termina una misión y se compran y reparan vehículos.

10. Posibilidades de compartir el juego

Este juego se puede jugar en solitario, cumpliendo unas misiones determinadas o en red. El juego en red tiene varias modalidades:

- Batalla campal: si un jugador deja fuera de combate a otro obtiene un punto y si le dejan fuera de combate a él pierde uno.
- Carrera de la muerte: gana el primer jugador que complete un número de vueltas a un circuito urbano.
- Carrera eliminatória: El objetivo es atravesar los controles antes que los demás. El último en llegar queda eliminado. Gana el superviviente.
- "Tu la llevas": al comienzo de la carrera un jugador recibe una bomba de relojería que empieza a hacer tic-tac. Para transferir la bomba a otro jugador tiene que chocarse con él. El jugador que tiene la bomba cuando la cuenta atrás llega a cero explota por los aires.

11. **Tiempo mínimo de juego y duración total:**
10 a 15 minutos es el tiempo mínimo para cada carrera.

El tiempo total de juego se puede estimar en 40 a 50 horas para superar todas las misiones. El juego en red es infinito puesto que las habilidades de los contrarios no dejan de crecer.

12. **Violencia implícita:**

El juego es intrínsecamente violento. Los atropellos están reproducidos muy gráficamente con una nube de sangre y gritos de miedo y dolor. Los otros conductores amenazan cuando el coche del jugador se aproxima a ellos

13. **Sexo/Sexismo:**

Alguno de los vehículos adversarios son conducidos por mujeres que no se diferencian de los hombres en actitudes o comentarios.

BLADE: THE EDGE OF DARKNESS

1. Tipo de Juego:

Aventura gráfica con gran influencia de juegos de rol y de lucha.

2. Formato:

Ordenador Personal (PC), PlayStation (PSX), PlayStation2 (PS2), DreamCast (DC), Nintendo 64 (N64), Game Boy (GB)

PC

3. Objetivo general:

La aventura se desarrolla en un entorno medieval imaginario con gran influencia de mitos y leyendas nórdicas. Al principio del juego se puede elegir entre cuatro personajes distintos: el caballero, la amazona, el bárbaro o el enano. Esta elección determina la historia a completar solo en el primer escenario pero establece grandes diferencias en los combates puesto que tienen habilidades y armas diferentes. Esencialmente, el personaje elegido trata de vencer al Mal que amenaza la paz del mundo conocido desarrollándose sobre escenarios diferentes (fortalezas, islas mágicas, templos, oasis, torres...) siguiendo pistas y pasando pruebas.

4. Dinámica del juego:

Cada escenario tiene un solo camino posible que hay que descubrir pasando una serie de pruebas:

resolver enigmas, encontrar puertas secretas, activar mecanismos, buscar y utilizar objetos y matar enemigos humanos o fantásticos. En estas acciones el personaje puede ser dañado (golpes, cortes, caídas, trampas, mordeduras, quemaduras) y si el daño es grande, muere y se acaba el juego. En cualquier momento se puede salvar el juego por lo que no hay que repetir todo el escenario en caso de fallo.

5. Personajes:

Cada uno de los cuatro protagonistas (solo se puede jugar con uno de ellos cada partida) es un personaje con rasgos heroicos curtidos en mil batallas contra el mal: fuerte, ágil, osado, solitario, conocedor de las tradiciones y respetuoso con ellas, sabio y leal; siguiendo el modelo "Conan".

- Tukaram (el bárbaro): el elegido por el anciano de su tribu para descubrir el motivo de unas extrañas desapariciones.
- Sargon (el caballero): capitán de los caballeros del rey, enviado a descubrir extraños sucesos en una guarnición fronteriza.
- Naglfar (el enano): uno de los pocos enanos conocedores del mundo que rodea los valles de su tribu es enviado para consultar los tomos de sabiduría de la Gran Biblioteca.

- Zoe (la amazona): guerrera experimentada que recorre el mundo en busca de fortuna ha oído historias sobre las ruinas de una ciudad perdida, rica en oro y joyas.

Durante el desarrollo de la aventura el héroe o heroína conoce a algunos personajes que le ayudan espontáneamente o a cambio de algo. Mucho mas frecuente es que se tenga que enfrentar en combate a caballeros, muertos vivientes, orcos, minotauros y demonios para finalmente enfrentarse al Señor del Mal.

6. **Presentación gráfica:**

La vista utilizada es la "semisubjetiva" del protagonista: se le observa de espaldas, a corta distancia, por lo que se ve lo que el ve. El escenario envolvente tridimensional rota sobre los tres ejes con sus movimientos.

Al terminar un escenario aparecen videos completos (no interactivos) que explican parte de la historia y sirven de nexo narrativo con el siguiente escenario.

El entorno gráfico es muy realista, mostrando en muchos casos parajes especialmente bellos: este es uno de los atractivos del juego.

7. **Sonido:**

Hay música y sonidos de fondo que varían adaptándose a la secuencia de acción subiendo la intensidad de las emociones buscadas (miedo, intriga, prisa, reflexión, felicidad al conseguir un objetivo). También se reproducen todos los ruidos producidos por el protagonista y por otros seres (pasos, quejidos de esfuerzo o daño, brazadas al nadar, etc) y sonidos de objetos que muchas veces son pistas o parte de los enigmas a resolver.

8. **Control del juego:**

Mediante el teclado se controlan los múltiples movimientos posibles del protagonista: andar, correr, girar, saltar, mirar en todas direcciones y coger objetos: armas, comida y pociones (recobra vida en caso de ser herido), llaves, anillos, mapas, etc. que son necesarios para pasar pruebas concretas.

Una de las características de este juego es la complejidad de los combates. Para realizarlos, no solo es necesario conocer las armas y escudos de cada uno de los personajes sino también conocer los distintos movimientos de golpeo, protección con escudo y esquite. El éxito en un combate reside en la habilidad para combinar estos movimientos (combos) a gran velocidad pulsando la correspondiente combinación de teclas.

9. **Habilidades requeridas:**

Este es un juego muy completo en este sentido puesto que es necesario tener coordinación y reflejos con los mandos para los momentos de acción (combos, sucesión de cabriolas, etc.), así como memoria para recordar los escenarios

con detalle (siempre hay que recorrer el escenario varias veces y suelen ser laberínticos) y unas dosis de reflexión para desentrañar los enigmas.

10. Posibilidades de compartir el juego:

La aventura sólo se puede jugar en solitario. Se puede jugar en red pero solo combates, que realmente es una de las esencias del juego. Se establece un escenario sacado de la aventura y dos o mas jugadores combaten entre ellos, pudiéndose hacer competiciones complejas, clasificaciones, etc.

11. Tiempo mínimo de juego y duración total:

Una hora es el tiempo necesario para avanzar algo en la historia y lograr así cierta satisfacción; normalmente superar alguna prueba concreta (resolver un acertijo, pasar una zona de saltos y cabriolas o matar a un malo).

El tiempo total de juego se puede estimar en 50 a 60 horas para recorrer toda la historia. Cuando se pasa la primera vez es mucho mas sencillo volverlo a hacer y pierde interés puesto que ya se sabe como resolver las situaciones. El atractivo reside en probar con otro de los personajes con armas y habilidades distintas.

La longevidad del juego en red es infinita puesto que se compite directamente con otro jugador.

12. Violencia implícita:

Parte fundamental del juego son los combates que entablan los protagonistas con sus adversarios. En ellos se utilizan espadas, hachas, mazas, martillos, lanzas y arcos, además de puñetazos y lanzamientos de objetos (piedras, taburetes, palos). Los efectos del combate se ven claramente: ropas rasgadas, cortes profundos sangrando, manchas de sangre en la ropa y en el suelo e incluso los cuerpos desmembrados al final de la pelea. El juego tiene una opción de clave de supervisión paterna que elimina la aparición de sangre y mutilaciones.

Al final de una acción de combate el protagonista muere o mata al adversario, que se desploma emitiendo un lamento lastimero. Después de esto no hay ningún tipo de grito o gesto de alegría, simplemente el juego continúa.

13. Sexo/Sexismo:

No hay ninguna diferencia entre jugar con Zoe, la protagonista femenina o con cualquiera de los otros tres guerreros.

No aparecen ni se insinúan relaciones íntimas ni ningún tipo.

ALUNDRA 2

1. Tipo de Juego:

Aventura gráfica con gran influencia de juegos de rol y de plataforma.

2. Formato:

Ordenador Personal (PC), PlayStation (PSX), PlayStation2 (PS2), DreamCast (DC), Nintendo 64 (N64), Game Boy (GB)

PSX

3. Objetivo general:

Esta es una historia mágica de piratas. El protagonista es Flint que dirigido por el jugador debe adentrarse en el reino de Varuna para ayudar a la princesa Alexia a acabar con la tiranía del Barón Díaz y sus secuaces que amenazan la paz del reino.

4. Dinámica del juego:

El reino de Varuna está representado por una gran mapa con varias ciudades y mazmorras. El jugador puede elegir cuáles visitar primero. Cada una de ellas se plantea como una sucesión de escenarios por los que tiene que transitar conociendo personajes que le ayudan dándole información u objetos y otros con los que lucha con su espada y poderes mágicos. También compra o encuentra objetos: alimentos para restaurar los puntos de salud, anillos mágicos que le otorgan poderes especiales o aumentan su fuerza de ataque. Cuando gana combates se le otorgan monedas de oro con las que puede comprar objetos pero pierde salud que debe restaurar. En algunas ocasiones cae en trampas de las que debe salir (mas por ingenio que por habilidad), descansa en posadas y pasa distintas pruebas en forma de minijuegos.

5. Personajes:

En el desarrollo del juego hay muchas animaciones no interactivas que muestran diálogos que establecen una larga serie de personajes, destacando los siguientes:

- Flint: El héroe de la historia. Cuando era niño vio como los piratas asesinaban a sus padres. Ahora, blandiendo la espada de su padre dedica su vida a la caza de piratas. En los diálogos se muestra bastante callado siendo sus interlocutores los que hablan, bien para aconsejar o para amenazar. Sus respuestas son breves y desafiantes.
- Princesa Alexia: siguiente en la línea de sucesión del reino de Varuna, es una joven dama llena de orgullo e ideales. Decidió unirse a Flint en su "cruzada" y la relación con él se muestra mas como compañeros de juego que como enamorados.

- Barón Díaz: Es el malo de la historia que hace todo lo posible por acabar con Flint y la princesa. Domina a una gran tropa de esbirros que envía a luchar contra ellos.
- Mephisto. Lugarteniente del barón tiene misteriosos poderes que utiliza para convertir a cualquier criatura en un monstruo que deberá obedecer sus deseos.
- Los tres piratas: Curiosa familia con la que Flint se topa en múltiples ocasiones y que no está claro si son amigos o adversarios puesto que a veces le ayudan y otras luchan contra él estableciendo una relación de envidia-admiración por el héroe. Papa pirata es un pirata tradicional que reclama constantemente los valores tradicionales de la piratería (hay que ser malo, traicionero, cruel, etc) y se embarca con sus hijos en aventuras para enseñarles el oficio.

La hija pirata es una niña repipi, cobarde, envidiosa y malvada que suele instigar faenas solo para poder sentirse superior riéndose de los demás. El hijo pirata aparece como bobalicon, simple y poco dado a la acción (para desesperación de su padre) y desde esa actitud plantea el absurdo de la piratería.

Lord Jeehan: aparece como una especie de oráculo al que acude Flint en busca de información y sobretodo para aprender nuevas técnicas de combate. Para ello, el héroe debe llevarle piezas de un rompecabezas que va encontrando en su recorrido.

- Hay una serie de malos enviados por el barón que Flint debe derrotar: robots piratas, cocineros, criaturas fantásticas creadas por Mephisto, etc.

6. **Presentación gráfica:**

La estética del juego y la representación de la realidad es figurativa, típica de dibujos animados. La vista utilizada en la pantalla de acción normal es casi cenital reproduciendo los distintos escenarios parciales (estancias) donde actúa Flint. Acabada la acción en una ciudad o mazmorra aparece el mapa general del reino con los otros escenarios posibles, donde se debe elegir el nuevo destino de Flint que aparece como un simple punto. En muchos combates la movilidad de los personajes es solo bidimensional con el fondo fijo y aparecen varios minijuegos puntuales que tiene una estética completamente diferente. Son muy frecuentes las animaciones no interactivas en las que los personajes establecen diálogos cuya función es explicar la historia y sobretodo ser pretendidamente graciosos.

7. **Sonido:**

Hay una música monótona de fondo que varía cuando se cambia de escenario o aparecen diálogos. También se reproducen todos los ruidos producidos por Flint y por otros seres pero de forma poco realista, buscando mas el efecto de acción típico de dibujos animados.

8. Control del juego:

Mediante los botones del mando de PlayStation se controlan los movimientos de Flint: andar, correr, subir y bajar escaleras, abrir puertas, saltar y luchar.

9. Habilidades requeridas:

Para jugar a este es un juego es necesario tener coordinación y reflejos con los mandos para los combates y unas dosis de memoria para recordar los escenarios y ubicarse correctamente en el mapa del reino.

10. Posibilidades de compartir el juego:

Este juego sólo lo puede jugar una persona cada vez.

11. Tiempo mínimo de juego y duración total:

Una hora es el tiempo necesario para avanzar algo en la historia y lograr así cierta satisfacción; normalmente superar algún escenario concreto. En este juego solo se puede salvar la partida en determinados puntos por lo que avanzar en la historia es mas difícil puesto que el jugador se ve obligado a repetir muchas veces la misma acción.

El tiempo total de juego se puede estimar en 40 a 50 horas para recorrer toda la historia. Cuando se pasa la primera vez es mucho mas sencillo volverlo a hacer pero pierde casi todo el interés puesto que ya se sabe como resolver las situaciones. Se puede decir que el juego está agotado.

12. Violencia implícita:

Los personajes y por tanto los combates entre ellos son figurativos reduciéndose la sensación de daño o muerte. No aparece sangre ni mutilaciones y los personajes muertos desaparecen de la pantalla inmediatamente. Las luchas suelen realizarse con espadas, pisotones, aplastamientos, lanzamientos (rocas, rayos, bolas de fuego, etc.) y utilización de poderes mágicos a distancia.

En algunos diálogos aparecen amenazas y agresiones verbales.

13. Sexo/Sexismo:

No hay ninguna referencia sexual en el juego.