

## 2. HOGARES USUARIOS DE VIDEOJUEGOS

A lo largo del primer capítulo hemos recogido las características más generales relacionadas con en el mundo de los videojuegos en España. Para lo que hemos contado con la totalidad de la muestra (1.500 entrevistas). A partir de ahora, nos referimos al estudio del comportamiento, la opinión y las actitudes del colectivo que hemos definido como **hogares usuarios de videojuegos**. Se trata de los hogares en los que convive una persona, como mínimo, que se declara usuario de los juegos electrónicos durante, al menos, el año 2000. No importa tanto si los utilizan con más o menos frecuencia, lo relevante es que en el domicilio entrevistado haya una persona que cumpla esa característica. Por tanto, la entrevista nos la ha contestado un miembro del hogar que bien es un usuario de videojuegos o bien es otra persona que convive con él. La intención es conocer el perfil de lo que sucede en un domicilio donde residen uno o varios usuarios de videojuegos. Por tanto, se ha reducido el total de entrevistados sobre los que haremos los cálculos estadísticos de este capítulo. En concreto, nos hemos dirigido a 1.000 individuos que representan a otros tantos **hogares usuarios de videojuegos**. Como veremos en cada sección de este capítulo, las cuestiones son cada vez más específicas. Por consiguiente, se recogen datos mucho más precisos sobre el consumo de este tipo de entretenimientos. Lo que, inevitablemente, nos conduce a realizar un análisis estadístico comparado mucho más fino.

## 2.1. Experiencia en el hogar con los videojuegos

Para medir el grado de experiencia en el uso de los videojuegos, hemos preguntado **¿Desde hace cuántos años hay videojuegos en su domicilio?**<sup>∇</sup>. Naturalmente, la respuesta no implica que el entrevistado los use personalmente. Aunque sí se deduce que algún miembro del núcleo familiar lo ha hecho durante el periodo de años que nos responden. En realidad, es otra manera de estudiar el grado de familiaridad con el mundo de los videojuegos. Esta vez, de manera más concreta al dirigirnos, de manera exclusiva, a los hogares que se declaran usuarios actuales.

Una vez recogidas las respuestas las hemos clasificado en cuatro grupos que indican el grado de experiencia o de relación con el mundo de los videojuegos. Además, de estos conjuntos restan dos respuestas más que no incluimos en el análisis. En concreto, el 1% que contestó que no tenía ningún año de experiencia y otro 1% que, simplemente, no quiso responder a la pregunta. Los datos totales figuran en la **tabla 2.1.1**. A los cuatro grupos le hemos asignado un nombre convencional que ayuda a identificar los intervalos de años de experiencia con que los asociamos. Estos son:

- **NOVATOS:** De uno a tres años (28%)
- **EXPERIMENTADOS:** De 4 a 6 años (28%)
- **CONOCEDORES:** De 7 a 10 años (31%)
- **EXPERTOS:** Más de diez años (12%)

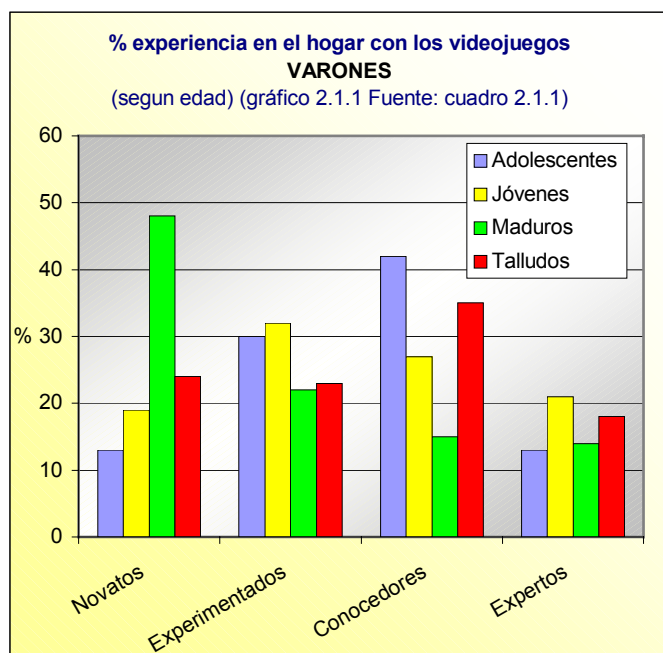
<b>Tabla 2.1.1. *</b>	
% marginales	
Base: todos	
% experiencia en el hogar con los VJ	
Novatos	28
Experimentados	28
Conocedores	31
Expertos	12
Sin experiencia	1
No contestan	1
todos los totales no es 100 debido a los redondeos decimales	

<sup>∇</sup> Esta pregunta es la U1 del cuestionario específico para hogares usuarios de videojuegos. La pregunta era abierta y podían responder un número de años sin clasificarlo en ningún intervalo con diferentes grados.

<b>Cuadro 2.1.1.</b>		<b>% experiencia en el hogar con los videojuegos</b> (según sexo y edad)			
% Horizontales					
Base: hogares usuarios					
<b>Sexo y edad</b>	Novatos	Experimentados	Conocedores	Expertos	
<b>Varones</b>					
Adolescentes	13	30	C 42	13	
Jóvenes	19	C 32	27	C 21	
Maduros	C 48	22	15	14	
Talludos	24	23	35	18	
<b>Mujeres</b>					
Adolescentes	25	28	36	11	
Jóvenes	35	29	32	4	
Maduras	C 48	C 30	18	3	
Talludas	21	24	C 38	C 16	
<b>Total edad</b>					
Adolescentes	17	29	C 40	12	
Jóvenes	25	C 30	29	14	
Maduros	C 48	27	17	6	
Talludos	22	24	37	C 16	
<b>Total sexo</b>					
Varones	22	28	31	16	
Mujeres	C 32	27	30	9	
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>28</b>	<b>31</b>	<b>12</b>	

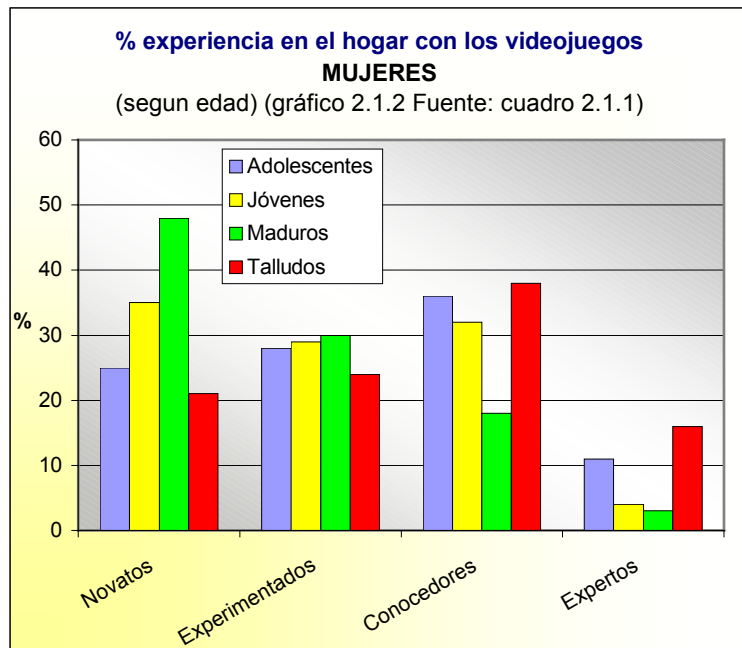
C: Dato máximo más significativo de cada columna

El primer cuadro con el que combinaremos la experiencia en el hogar de videojuegos vendrá cruzado por el sexo y la edad del entrevistado. En la cabecera del cuadro 2.1.1. tendremos los cuatro grupos con los que hemos clasificado la pregunta de estudio sobre la experiencia con los videojuegos. En las filas del cuadro quedarán reflejadas todas las combinaciones posibles según el sexo y la edad para cada una de las agrupaciones mencionadas.



Los gráficos 2.1.1. y 2.1.2. representan los datos del cuadro 2.1.1. Cada uno contiene la información de los varones (gráfico 2.1.1.) y de las mujeres (gráfico 2.1.2.). De manera que, visualmente, también podemos comparar las diferencias que se aprecian al comparar ambos sexos.

Para analizar esta pregunta veremos cuáles son las características de cada uno de los grupos según la experiencia del hogar con los videojuegos. Comenzamos con los “novatos” mientras que analizamos cómo influye el sexo y la edad de los entrevistados en cada caso.



### Novatos

Los “novatos” (hasta tres años de experiencia) son personas que suelen estar más bien representados por las personas maduras (entre 31 y 40 años). Este tramo de edad suele coincidir con personas casadas. Además, es habitual que tengan hijos que pueden llegar hasta la adolescencia. Lo que significa que, hay cierta posibilidad de encontrar a individuos que no hayan tenido experiencias propias hasta esta edad. En cuyo caso, es probable que hayan entrado en contacto por primera vez con los videojuegos a través de sus hijos. Ya sabemos que, si entrevistamos a varones, tenemos mayor probabilidad de encontrar usuarios de los videojuegos. Así, para los varones, el grupo más numeroso de novatos lo forman las personas que cuentan con edades superiores a 30 años. En especial, los maduros (48%) que superan a los talludos (24%). Las novatas mujeres presentan una distribución más homogénea según la edad. Pero coinciden con los varones en que el grupo etáneo más nutrido de novatas corresponde a las mujeres maduras. Aunque ahora son más numerosas las más jóvenes que en el caso del sexo masculino. Claro que ya se esperaba una mayor proporción de mujeres con este grado de experiencia (el de

menos años). Es más probable, entonces, que las mujeres entren por primera vez en contacto con estos videojuegos cuando comienzan a tener hijos. Son menos los varones novatos que las mujeres y puede ser debido a que su experiencia está más relacionada con el juego en sí, con la relación con sus amigos. Según los datos totales, hay una diferencia de diez puntos para las mujeres. **El 32% de las mujeres se declaran “novatas” respecto al 22% de los varones.**

## Experimentados

Los “experimentados” (de cuatro a seis años de experiencia) se reparten de manera muy homogénea según los cuatro grupos etáneos e incluso según el sexo de los entrevistados. Aparentemente, los experimentados se concentran en las personas consultadas de menor edad. El 29% de los adolescentes figuran como “experimentados”, un dato muy similar que en el caso de los jóvenes (30%). Lo que sucede es que esta situación es diferente si se distinguen ambos sexos. Aumenta la proporción de varones menores de 30 años que se declaran “experimentados” (el 30% de los adolescentes y el 32% de los jóvenes). Los varones que han cumplido más de treinta años se saben menos “experimentados” que los de menor edad. El 30% de las mujeres maduras se sitúan en este grupo o grado de experiencia, es el porcentaje más alto de mujeres “experimentadas”.

## Conocedores

Los “conocedores” afirman que llevan viendo por lo menos siete años videojuegos en casa, algunos llegan hasta los diez. Aquí se observa una polaridad muy peculiar. Los grupos etáneos más representados son, precisamente, los más jóvenes y los que cuentan con más edad (talludos). Lo que evidencia la hipótesis de que sean dos tipos humanos muy diferentes con experiencias muy cercanas, como ya habíamos adelantado. **Si nos**

fijamos en los varones, los adolescentes suponen el 42% de los “conocedores” y los talludos el 35%. Los otros dos grupos intermedios de edad suponen una proporción considerablemente menor para este nivel de **experiencia**. Los adolescentes son chicos que, con mayor probabilidad, llevan más de siete años utilizando los videojuegos. Quizá alcancen los diez años como usuarios. El 35% de los talludos incluirá a muchos padres de familia y tengan otro tipo de relación con el mundo del videojuego además de jugar con ellos. También compran o regalan estos productos. Los dos extremos de edad definen dos tipos humanos distintos y complementarios. Faltan las mujeres, que ya sabemos que suelen entrar más en los roles de compra, regalo e, incluso recomendación de estos videojuegos. El fenómeno es similar, aunque las proporciones ligeramente inferiores, como era de esperar. Para terminar, solo cabe destacar que el grupo de edad menos representado es el de los maduros.

## Expertos

El último conjunto de entrevistados lo forman los que, en sus hogares llevan más de diez años en contacto con alguno estos entretenimientos electrónicos: los “*expertos*”. Naturalmente, la comparación del total de casos con el resto de grupos anteriores es menor (12%). Pero no es el objeto de la investigación comparar cada uno de los grupos construidos. Más bien, se trata de analizar cómo influye el sexo y la edad de los entrevistados en cada uno de ellos. **Pues bien, los talludos (en especial ellas) pesan de manera especial sobre el resto de los grupos etáneos. La hipótesis que se confirma es que la mujer a esta edad, más que considerarse usuaria, conoce bien este mundo de los videojuegos.** Su conocimiento se orienta más bien al mercado que al uso de estos entretenimientos. Ha tenido hijos, sabe de sus gustos y los considera idóneos para su familia. Lo que no quita que también encontremos mujeres que actualmente utilicen estos juegos electrónicos. Quizá, todo esto lo confirme, el hecho comprobado que el varón suele ser un usuario “permanente”, más bien continuo a lo largo del tiempo. **Los varones jóvenes se saben los más expertos (21%) al compararlos con los demás**

conjuntos de edades. Digamos que su contacto con los videojuegos es constante y activo, con interés para utilizarlos. Fíjense que los varones casi doblan a las mujeres expertas. Pero ellos se sitúan en las franjas de menor edad y ellas en la de mayor edad.

## La experiencia y la relación con los videojuegos

La edad y el sexo son determinantes a la hora de descubrir la experiencia en el hogar con el mundo de los videojuegos. Pero la relación que se tiene con estos productos empieza a ser igual de elocuente (cuadro 2.1.2.).

Para los varones, si son novatos, no encontramos ningún tipo de relación con los videojuegos que destaque sobre las demás. Todas las proporciones están muy cerca del 20%. No sucede así en el caso de las mujeres. Las mujeres que compran (32%) y regalan (31%) se declaran “novatas” en mayor medida que las que los intercambian (27%) o los recomiendan (23%). En todos los casos son proporciones más altas que para los varones “novatos”.

Cuando alcanzan el nivel de “experimentados”, ahora los varones superan a las mujeres en la compra y el regalo. Aunque las diferencias son insignificantes, más bien el dato relevante es que acercan sus posturas. Sin embargo, destacan las mujeres que intercambian (36%) los videojuegos que se declaran “experimentadas”. Este grado de experiencia suele ir relacionado más bien por el interés familiar que el suyo propio. Incluso llegan a tener suficiente conocimiento para recomendar estos productos.

El perfil de los “conocedores” es muy similar para ambos sexos, aunque las mujeres siguen aumentando en el dominio del mercado que les permite recomendar, en mayor medida, los videojuegos. Se trata de la proporción más alta (37%). Digamos que el

sector del videojuego tiene diferentes frentes o públicos objetivos con intereses cambiantes.

Sobre todo son los varones los que se saben más “*expertos*”. Esto hace que continúen con cierta homogeneidad a la hora de los diferentes tipos de relación. **Las mujeres expertas destacan ligeramente por regalar estos productos antes que comprarlos, recomendarlos y, especialmente, disminuye su protagonismo a la hora de intercambiarlos.**

<b>Cuadro 2.1.2.</b>		<b>% experiencia en el hogar con los videojuegos</b>			
% horizontales		(según sexo y contacto con los videojuegos)			
Base: hogares usuarios					
<b>Sexo y contacto con VJ</b>	Novatos	Experimentados	Conocedores	Expertos	
<b>Varones</b>					
Los compra	21	27	33	18	
Los regala	23	25	32	19	
Los intercambia	20	29	31	17	
Los recomienda	18	26	34	19	
<b>Mujeres</b>					
Los compra	C 32	25	33	9	
Los regala	31	23	32	C 11	
Los intercambia	27	C 36	31	4	
Los recomienda	23	30	C 37	8	
<b>Total contacto con VJ</b>					
Los compra	<b>27</b>	<b>26</b>	<b>32</b>	<b>13</b>	
Los regala	<b>C 28</b>	<b>24</b>	<b>34</b>	<b>14</b>	
Los intercambia	<b>23</b>	<b>C 31</b>	<b>32</b>	<b>12</b>	
Los recomienda	<b>20</b>	<b>27</b>	<b>35</b>	<b>16</b>	
<b>Total sexo</b>					
Varones	<b>22</b>	<b>28</b>	<b>31</b>	<b>16</b>	
Mujeres	<b>C 32</b>	<b>27</b>	<b>30</b>	<b>9</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>28</b>	<b>31</b>	<b>12</b>	