

3. HOGARES NO USUARIOS DE VIDEOJUEGOS

Recordemos que el primer capítulo lo dedicamos a recoger la impresión de todos los entrevistados (1.500 personas) sobre las cuestiones más generales en torno al mundo de los videojuegos. El segundo capítulo está orientado a plantear cuestiones específicas que puedan contestar las personas que vivan en hogares donde, al menos, resida un usuario de videojuegos. Las preguntas realizadas a esta parte de la muestra (1.000 personas) son más concretas y referidas a situaciones conocidas por las personas que respondieron nuestro cuestionario. Resta una parte de la población que engloba al resto de los hogares donde no vive ningún usuario de videojuegos. Podría ocurrir que hubiera personas que, antes de 2000, utilizaran estos entretenimientos electrónicos. Pero en ese caso también se considera que el hogar al que realizamos la entrevista no es usuario de videojuegos. La condición indispensable es que resida en el hogar una persona que se considere usuario, por lo menos, durante este último año. El conjunto de la muestra que cumple estas características cuenta con 500 personas.

En los capítulos anteriores nos hemos acostumbrado a realizar un análisis multivariable de la investigación. Es decir, hemos contado con dos o más variables o preguntas del cuestionario para explicar los fenómenos que eran objeto de nuestro análisis. Ahora la muestra para **hogares no usuarios de videojuegos** cuenta con la mitad de los casos que en el capítulo anterior y la tercera parte del primer capítulo. La consecuencia inmediata es que, en muchas ocasiones, no será posible combinar varias preguntas para explicar el comportamiento de otra. La razón es, sencillamente, porque será difícil que dispongamos de suficientes casos como para realizar deducciones estadísticas. Aunque la idea consiste en preguntar a hogares que no tienen contacto directo con los videojuegos. Con lo que no necesitaremos tanta precisión descriptiva como hasta ahora hemos tenido.

Solo existe una diferencia significativa desde el punto de vista analítico. En esta submuestra de hogares no usuarios de videojuegos hemos optado por recoger las opiniones de los tres primeros grupos etáneos. Esto es, adolescentes (16 a 24 años), jóvenes (25 a 30 años) y maduros (31 a 40 años). Hemos excluido al conjunto de los talludos (41 a 50 años). La idea es centrarnos en las personas que nos aporten opinión y que no recojamos muchos casos en los que no sepan o no quieran respondernos. Lo que generalmente sucede por falta de conocimiento sobre los asuntos tratados o, simplemente, por desinterés. De esta manera el colectivo entrevistado tiene mayor probabilidad de opinar y dar información relevante para la investigación.

3.1. Consumo de ordenadores personales en el hogar

Al igual que hicimos en la sección 2.2. nos interesamos por el consumo de ordenadores personales en los hogares donde no hay usuarios de videojuegos. Reproducimos la [tabla 2.2.1.1.](#) y recogemos los datos de la misma cuestión pero con la base de cálculo de los hogares no usuarios ([tabla 3.1.1.](#))

Tabla 2.2.1.1.	
% totales	
Base: hogares usuarios	
% N° de PC's en el hogar	
Ninguno	22
Uno	62
Dos o más	14
No sabe o No contesta	2

Tabla 3.1.1.	
% totales	
Base: hogares no usuarios	
% N° de PC's en el hogar	
Ninguno	40
Uno	52
Dos o más	7
No sabe o No contesta	1

El número de ordenadores que cuentan los domicilios donde residen usuarios de videojuegos es superior al de los hogares sin contacto con estos entretenimientos. Quizá sea más relevante el dato que el 40% de los hogares no usuarios de videojuegos no cuenta con ningún ordenador en casa. La diferencia, casi el doble, ya caracteriza a un tipo de familia que está mas en contacto con el mundo de la informática. Aunque no necesariamente ha de ser debido a causa del uso de videojuegos. Pero si parece claro que los que son dos tipos de hogares diferentes en cuanto al consumo de ordenadores.

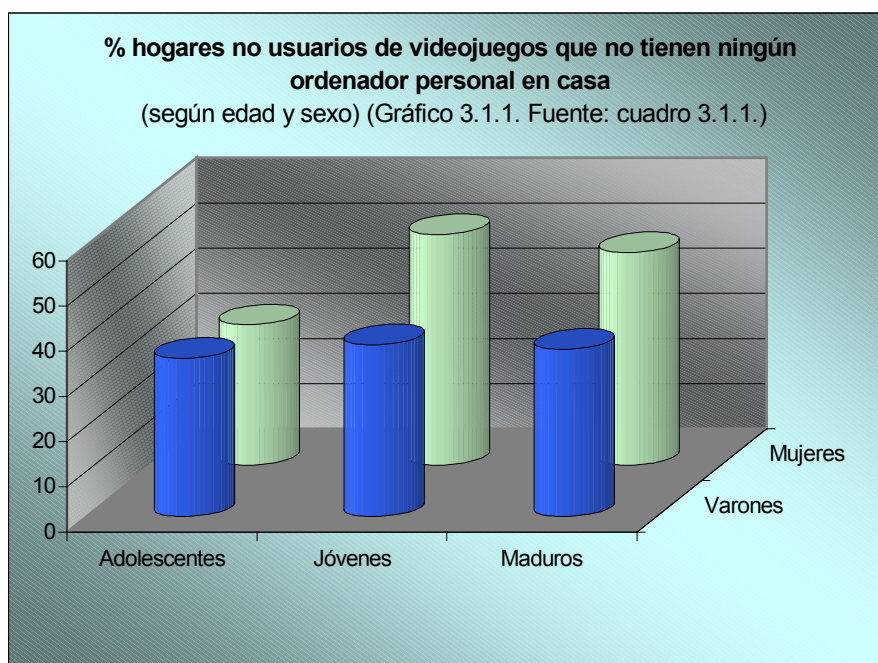
Cuadro 3.1.1.		% no disponen de ningún ordenador en casa (según el sexo y la edad)		
% de cada combinación				
Base: h. no usuarios de VJ		Sexo		
Edad		Varones	Mujeres	Total
Adolescentes		35	31	32
Jóvenes		38	CF 51	C 48
Maduros		37	F 47	43
Total		36	F 41	40

C: Dato máximo más significativo de cada columna

F: Dato máximo más significativo de cada fila

Las mujeres que contestaron a esta pregunta suponen un 41% de la muestra, algo más que los varones (36%). Pero al combinar el sexo con la edad

estas diferencias se hacen más abultadas, a excepción del grupo de los adolescentes. Para los menores de 24 años ya no son más las mujeres sino los varones los que declaran no disponer de ordenador en casa. ([cuadro 3.1.1. y gráfico 3.1.1.](#))



Ya no tenemos que asociar el consumo de ordenadores con algo relacionado con el ocio o con el entretenimiento. En general, no hay grandes diferencias según el sexo del entrevistado pero resulta interesante la combinación con la variable que define la sensación con respecto al tiempo. El 37% de los que le falta tiempo no tiene ningún ordenador en su casa. La proporción aumenta hasta el 52% de los que le sobra tiempo. Pero al observar los datos según la edad las diferencias matizan algo más el perfil de los entrevistados ([cuadro 3.1.2.](#)) El hecho de considerar que le sobra tiempo refuerza las respuestas de los que no tienen ordenadores en casa. Las personas que no asocian el entretenimiento con los ordenadores parecen más acuciadas por el tiempo. Recordemos que sucedía de otra manera al estudiar los hogares donde usaban videojuegos. Cuando declaraban que más bien eran personas a las que le sobraba el tiempo era muy probable que fueran usuarios de estos entretenimientos. Probablemente, ahora ocurra otro fenómeno que tiene que ver con que las personas más ocupadas ya manejan ordenadores en su trabajo o en los centros de estudio. Son dos formas de utilizar las herramientas informáticas.

Veamos cuáles son las prestaciones que tienen los ordenadores que tienen en sus domicilios sin usuarios de videojuegos y los comparamos con los datos del capítulo anterior. La idea consiste en verificar el nivel de uso o las necesidades que tienen sobre los ordenadores en estos dos tipos de hogares. El [cuadro 3.1.2.](#) muestra la proporción de

entrevistados que dispone de cada una de las prestaciones que les hemos enumerado. En la primera columna se distinguen los porcentajes de los hogares usuarios de videojuegos que cuentan, al menos, con un ordenador en casa. La segunda columna es similar pero para los hogares no usuarios de videojuegos. Naturalmente la base de cálculo para ambas columnas es distinta. En la segunda columna contamos con el 59% de los entrevistados que disponen de algún ordenador en casa, lo que supone 297 casos del total de esta submuestra. No obstante, es posible realizar comparaciones entre ambos datos. Para ello hemos denominado *índice de uso informático* a la diferencia entre la proporción que muestra cada prestación según las dos muestras seleccionadas. Se trata de ver el grado de funcionalidad por el que se adquieren ciertos componentes de los ordenadores. Si el signo es positivo (junto a la letra de color rojo) significa que los hogares usuarios cuentan en mayor medida con la prestación o componente indicado. Lo contrario sucede cuando el número sea negativo y de color azul. Hay un solo caso en el que no hay diferencias. Se trata, precisamente, del MODEM de 56Kb que sirve para las comunicaciones, generalmente a través de la internet. Este accesorio suele venir preinstalado en la mayoría de los ordenadores de consumo normal que actualmente se venden en el mercado. Con lo que no nos extraña que no existan diferencia alguna entre ambas muestras. Sin embargo, si se aprecian cifras mucho más abultadas con relación a otras prestaciones del ordenador.

Cuadro 3.1.3.	% de PC que integran las siguientes prestaciones (según los tipos de hogares)		
	BASE:	BASE:	
% vericales múltiples	Hogares usuarios de VJ	Hogares NO usuarios de VJ	Índice del uso informático
Base: tienen algún PC en casa			
CD-ROM	91	88	3
Cam. Videoconf	87	4	83
T. Sonido normal	69	75	-6
Modem 56kb o +	46	46	0
Cuenta email	43	45	-2
RAM 128 Mb o +	42	35	7
T. Gráfica especial	30	20	10
Grabadora CD	30	15	15
T. Aceleradora juegos	25	9	16
T. Sonido gama alta	17	14	3
DVD	15	10	5

Índice de uso informático: Diferencia entre las prestaciones de los hogares usuarios de los no usuarios de videojuegos

Los dos tipos de hogares seleccionados se asemejan en las prestaciones de sus ordenadores, fundamentalmente, en los componentes típicos de la oferta del momento.

Actualmente, los ordenadores personales más estándares contienen componentes muy similares. Así vemos como no hay diferencias en el índice de consumo para el MODEM. Los índices que se inclinan ligeramente hacia los hogares usuarios de videojuegos son productos o bien muy comunes como el CD-ROM (+3), tarjeta de sonido de alta gama (+3) o la RAM de 128 Mb (+7). Tampoco hay grandes distancias en el consumo de DVD (+5), pero esta vez es simplemente porque todavía se trata de un accesorio minoritario y muchas veces caro. Por el otro lado, el índice favorece a los hogares no usuarios en las cuentas de email (-2) y en las tarjetas de sonido normales. Lo que es lógico ya que, por un lado, una cuenta de correo electrónico está al alcance de cualquiera que disponga de un ordenador. Y por otro lado ninguna persona que use los ordenadores profesionalmente para la música o quiera usar videojuegos está interesado más que en una tarjeta de sonido normal. Estos datos no marcan todavía un perfil de un tipo de usuario más profesional o más dedicado al entretenimiento.

Las proporciones de consumo de otras prestaciones para el ordenador no son muy elevadas en general. Aunque destacan tres de ellas que son típicas de usuarios de videojuegos u otros entretenimientos similares. Se trata de las tarjetas gráficas especiales (+10), la grabadora de CD (+15) y la tarjeta aceleradora de juegos (+16). Ahora sí que se aprecian las formas de usar los ordenadores y las necesidades que generan, en especial, el uso de videojuegos. Lo que ya es más sorprendente es la elevada diferencia (+83) a favor de los hogares usuarios de videojuegos que tienen cámara de videoconferencia. Actualmente, no se trata de un producto especialmente caro y, sobre todo si se compara con algunos de los accesorios de los que ya hemos hablado. Imaginamos que el carácter social de los videojuegos se refuerza mediante las comunicaciones de todo tipo, ahora las cibernéticas a través de la videocámara por la internet.

