

PANEL 4: Expresiones socioculturales, creatividad y ocio

LA CONFORMACIÓN DE LA IDENTIDAD GAMER ENTRE LA JUVENTUD: FACTORES SOCIALES, PRAXEOLÓGICOS Y DISPOSICIONALES

**Autor 1: Daniel Calderón Gómez, Universidad Complutense de Madrid,
danielcalderon@ucm.es**

**Autor 2: Alejandro Gómez Miguel, Centro Reina Sofía de Fad Juventud,
agomez@fad.es**

Palabras clave: ocio digital, videojuegos, identidad *gamer*, cultura *gamer*, juventud

1. Introducción

En las últimas décadas, los videojuegos se han erigido como un medio cultural y artístico nodal de las sociedades contemporáneas y como una de las industrias del entretenimiento más rentables económicamente. A pesar de que el descenso del mercado global de videojuegos en 2024 evidencia cierta saturación del sector, lo cierto es que, solo en España, en 2023 esta industria tuvo más jugadores que nunca (20 millones) y una facturación de 2.339 millones de euros (AEVI, 2023). Asimismo, el perfil actual de videojugadores es más diverso que nunca, abarcando cada vez más grupos de edad (el 20% de jugadores tiene más de 35 años) y una distribución prácticamente paritaria en términos de género (51% hombres, 49% mujeres), además de una amplia variedad de plataformas, géneros y prácticas diferentes.

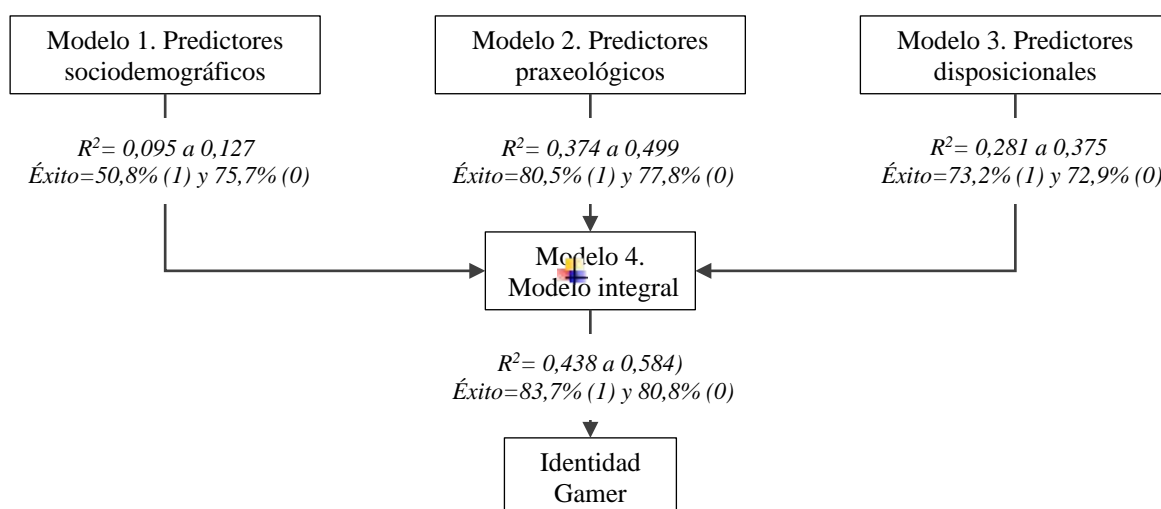
Desde el punto de vista la juventud, los videojuegos no son exclusivamente una forma de ocio, sino que constituyen espacios de sociabilidad e interacción social, además de conformar procesos de socialización que afectan al desarrollo de su propia identidad. Más allá de jugar, tendencias como el seguimiento de creadores de contenido vinculado con los videojuegos, la popularización de los deportes electrónicos o la propia ludificación de los entornos educativos y laborales están especialmente presentes entre la juventud.

A pesar de esta diversidad, la cultura en torno a los videojuegos (*gamer*) sigue siendo muy restrictivas, estrechamente vinculada con la masculinidad, la competitividad y la dedicación extrema, como diversos estudios han puesto de manifiesto (Kuss et al., 2022; Muriel, 2018; Paaßen et al., 2017). Este entorno puede resultar hostil y excluyente para buena parte de jugadores y amantes de los videojuegos, particularmente para las mujeres, lo que justifica la necesidad de profundizar en los factores que inciden en la identificación y el rechazo hacia la cultura *gamer*. Como desarrollamos a continuación, se trata de un proceso multifactorial donde influyen la propia posición social de los jugadores, las prácticas videolúdicas y las experiencias y disposiciones hacia los videojuegos.

2. Resultados principales

La aproximación metodológica de este estudio es cuantitativa y se basa en la encuesta online del Centro Reina Sofía de Fad Juventud sobre *Videojuegos y jóvenes: lugares, experiencias y tensiones* (Gómez y Calderón, 2023), realizada a una muestra de 1.187 jóvenes residentes en España entre 15 y 29 años. La técnica principal de análisis ha sido la regresión logística binomial, presentando tres modelos que pronostican la probabilidad de identificarse como *gamer* (variable dependiente) a partir de un conjunto de factores sociodemográficos (M1), praxeológico-experienciales (M2) y disposicionales (M3), además de un modelo integral (M4) que incluye las variables estadísticamente significativas de los tres modelos previos (ver resumen en Figura 1).

Figura 1. Resumen de modelos de regresión logística



Fuente: Elaboración propia / Datos: coeficientes de determinación (R^2) de Cox y Snell (primer valor) y Nagelkerke (segundo valor). Porcentaje de éxito en la clasificación de identificación (1) y rechazo (0) de la cultura *gamer*.

El **primer modelo (M1)** predice la probabilidad de identificarse como *gamer* a partir de variables sociodemográficas, obteniendo una capacidad explicativa reducida (R^2 entre 0,095 y 0,127) y una capacidad predictiva disimilar: predice adecuadamente al 75,7% de personas que rechazan la etiqueta *gamer*, pero únicamente a la mitad (50,8%) de quienes se identifican como *gamers*. En concreto, el efecto conjunto de ser hombre, heterosexual y sin carencias materiales severas aumenta la identificación como *gamer* (B: 0,936), seguido de tener entre 20 y 24 años (B: 0,313); por el contrario, ser mujer (B: -0,358) y tener estudios secundarios obligatorios o inferiores (B: -0,299) disminuye la probabilidad de identificarse con la cultura de los videojuegos.

El **segundo modelo (M2)** predice la identificación como *gamer* a partir de variables centradas en prácticas y experiencias videolúdicas, siendo el modelo con mayor capacidad explicativa (R^2 entre 0,374 y 0,499) y predictiva, pues clasifica adecuadamente al 80,5% de quienes se identifican como *gamers* y al 77,8% de quienes rechazan esta etiqueta. Específicamente, aumentan la identificación con la cultura de los videojuegos el tener una experiencia positiva jugando (B: 0,708), una mayor frecuencia de juego (B: 0,533), especialmente en PC y a videojuegos online, realizar compras y gasto relacionado con videojuegos (B: 0,444) y

consumir contenido audiovisual relacionado con los videojuegos (B: 0,433). Por el contrario, una mayor frecuencia de juego a juegos solitarios y móviles reduce la identificación como *gamer* (B: -342), mientras que tener una experiencia negativa jugando no muestra efectos significativos.

El **tercer modelo (M3)** predice la identificación como *gamer* a partir de variables relativas con gustos, percepciones y disposiciones hacia los videojuegos, obteniendo una capacidad explicativa media (R^2 entre 0,281 y 0,375), superior a M1 pero inferior a M2. La capacidad predictiva es también bastante elevada, pronosticando adecuadamente al 73,2% de casos que se identifican como *gamers* y al 72,9% de quienes rechazan la etiqueta. En concreto, los aspectos que más aumentan la identificación con la cultura *gamer* son la preferencia por el modo multijugador (B: 0,910), tener una visión positiva sobre los videojuegos (B: 0,766) y la preferencia con géneros centrados en el multijugador masivo online (MMO) y los disparos o *shooter* (B: 0,563) y, en menor medida, también los juegos de mundo abierto (B: 0,314). Por el contrario, los aspectos que más reducen la identificación son la falta de vocación profesional hacia la industria de los videojuegos (B: -0,814), el rechazo por los modos multijugador y las mecánicas complejas dentro de los juegos (B: -0,602), así como la preferencia por juegos sociales (B: -0,463) y la vinculación de la cultura videolúdica con el machismo y la falta de diversidad (B: -0,199).

Finalmente, el **modelo integral (M4)** incluye todas las variables de M1, M2 y M3 que muestran efectos significativos en la predicción de la identidad *gamer*, obteniendo una gran capacidad explicativa (R^2 entre 0,438 y 0,584) y predictiva: clasifica adecuadamente al 83,7% de casos que se identifican como *gamers* y al 80,8% de quienes rechazan la etiqueta. En este sentido, en la identificación con la cultura *gamer* afectan aspectos sociodemográficos –hombres heterosexuales sin carencias materiales (B: 0,764), edad entre 20 y 24 años (B: 0,560)–, praxeológicos –elevada frecuencia de juego (B: 0,666), más uso del PC (B: 0,249) y videoconsola y multijugador online (B: 0,332), más gasto en videojuegos (B: 0,559), consumo de contenido audiovisual sobre videojuegos (B: 0,332)– y una percepción más positiva sobre los videojuegos (B: 0,422). Por el contrario, el rechazo con la cultura *gamer* se vincula con estudios secundarios o inferiores (B: -0,894), preferencia de juegos de 1 jugador y móviles (B: -0,376) y el rechazo hacia las modalidades multijugador y competitivas (B: -0,592), así como la falta de vocación por dedicarse profesionalmente al sector de los videojuegos (B: -0,640).

3. Conclusiones e implicaciones

Este estudio muestra cómo la identificación con la cultura de los videojuegos, dentro de la juventud, es un fenómeno multicausal en el que influyen factores sociodemográficos, praxeológicos y disposicionales. En línea con la bibliografía previa (Kuss et al., 2022; Muriel, 2018; Paaßen et al., 2017), se muestra la influencia principal de las prácticas videolúdicas centradas en la dedicación (tiempo invertido) y en la competitividad (modo multijugador, mecánicas complejas) como vectores fundamentales de la identidad *gamer*, destacando secundariamente su vinculación con la masculinidad heteronormativa hegemónica, lo que se traduce en una visión más positiva de los videojuegos. Por el contrario, el rechazo de la identidad *gamer* se vincula muy específicamente con prácticas más centradas en la dimensión lúdica de los videojuegos –juego ocasional, preferencia por juegos de un solo jugador, juegos móviles–, desarrollando un mayor rechazo hacia la profesionalización del sector y una percepción más negativa de los videojuegos, especialmente en lo que se refiere al sexismo y la falta de diversidad. Esta experiencia negativa puede vincularse con la toxicidad existente en la

comunidad *gamer* online (Munn, 2023), donde las situaciones de acoso y hostigamiento están ampliamente generalizadas, lo que expulsaría a ciertos grupos (como las mujeres) a entornos seguros, como los juegos de 1 solo jugador (Kuss et al., 2022; Tsai, 2017).

Referencias bibliográficas

- AEVI (2023). *Anuario 2023. La industria del videojuego en España 2023*. Asociación Española de Videojuegos. <https://www.aevi.org.es/>
- Gómez, A. y Calderón D. (2023). *Videojuegos y jóvenes: lugares, experiencias y tensiones*. Centro Reina Sofía de Fad Juventud. <https://www.centroreinasofia.org/publicacion/videojuegos-y-jovenes-lugares-experiencias-y-tensiones/>
- Kuss, D. J., Kristensen, A. M., Williams, A. J., y Lopez-Fernandez, O. (2022). To Be or Not to Be a Female Gamer: A Qualitative Exploration of Female Gamer Identity. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(3), 1169. <https://doi.org/10.3390/ijerph19031169>
- Munn, L. (2023). Toxic play: Examining the issue of hate within gaming. *First Monday*, 28(9). <https://doi.org/10.5210/fm.v28i9.12508>
- Muriel, D. (2018). *Identidad gamer. videojuegos y construcción de sentido en la sociedad contemporánea*. AnaitGames.
- Paaßen, B., Morgenroth, T., y Stratemeyer, M. (2017). What is a True Gamer? The Male Gamer Stereotype and the Marginalization of Women in Video Game Culture. *Sex Roles*, 76(7-8), 421-435. <https://doi.org/10.1007/S11199-016-0678-Y>
- Tsai, F. H. (2017). An Investigation of Gender Differences in a Game-based Learning Environment with Different Game Modes. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 13(7), 3209–3226. <https://doi.org/10.12973/EURASIA.2017.00713A>