



# UNIVERSITARIOS, VIOLENCIA DE GÉNERO, BRECHA DIGITAL Y VIDEOJUEGOS

University students, Gender Violence, the Digital Divide and Video Games

REMEDIOS MARTÍNEZ VERDÚ  
Universidad de Alicante, España

---

## KEYWORDS

Equality  
Gender violence  
Gender  
Pandemic  
University students  
Young  
Videogames

---

## ABSTRACT

*Since the 1960s, when numerous analyses of the culture of contemporary society, in which video games are integrated, have been carried out, they have been increasingly conceived as a cultural product, in contrast to those approaches that have tended to highlight the video game as a technological element. From the perspective of the Frankfurt School, which coined and developed the concept of cultural industry, video games produce and reproduce certain values and ideas of modern society and are immersed in the so-called phenomenon of gamification.*

---

## PALABRAS CLAVE

Igualdad  
Género  
Violencia de género  
Pandemia  
Universitarios  
Jóvenes  
Videojuegos

---

## RESUMEN

*Desde que en los años 60 del siglo XX se realizaron numerosos análisis de la cultura de la sociedad contemporánea, en la cual se integran los videojuegos, han sido concebidos, cada vez más, como un producto cultural, en contraste con aquellos enfoques que han tendido a destacar al videojuego como un elemento tecnológico. Desde la perspectiva de la Escuela de Frankfurt, la que acuñó y desarrolló el concepto de industria cultural, los videojuegos producen y reproducen determinados valores e ideas propios de la sociedad moderna y están inmersos en el llamado fenómeno de la ludificación.*

---

Recibido: 29/ 10 / 2022

Aceptado: 31/ 12 / 2022

## 1. Introducción

El fenómeno contemporáneo de los videojuegos, que se encuadra dentro del concepto de industria cultural, sobrepasa los límites de lo meramente tecnológico y se ha convertido en la actualidad en una de las formas de ocio, comunicación y socialización de importantes capas de la población, en especial entre la juventud. Por ello los videojuegos, como dispositivos socioculturales y tecnológicos, son inseparables de problemáticas candentes como la desigualdad de género. Aquí es donde se encuadra el problema de la brecha digital de género, así como la reproducción o la lucha contra los estereotipos vinculados a los sexos (en términos de opiniones que descansan en ideas preconcebidas y que suelen fijarse en la moralidad y la percepción, sobre la base de la conducta transmitida a través de generaciones; Castañón, 2009), en el mundo de los videojuegos. Asimismo, los videojuegos son el reflejo de la sociedad a este respecto, en el sentido de que en función de cómo va avanzando la sociedad lo femenino y lo masculino tienen un papel u otro en la creación de contenidos audiovisuales. Cambios que se han profundizado en plena época de pandemia, en particular entre el grupo de los jóvenes estudiantes.

Son múltiples las conclusiones a las que se han llegado al problematizar el uso de los videojuegos en las sociedades contemporáneas. Antes de presentar algunos de los resultados a los que han llegado muy diversos estudios, conviene no perder de vista que tanto niños como adolescentes y adultos emplean cada vez más tiempo frente a la pantalla de un dispositivo electrónico, en particular jugando a videojuegos, los cuales serán progresivamente más relevantes en las diversas etapas de desarrollo del ser humano, lo que es especialmente sensible en el caso de niños y adolescentes (Moncada y Chacón, 2012).

Investigaciones como la de Carrubba (2019) consolidan la tesis de que los videojuegos y los entornos digitales-virtuales en general funcionan hoy en día más “como un sistema de procedimientos que impulsan relaciones sociales, así como herramientas de transformación contextualizadas en las situaciones donde se producen y consumen” (pp. 388-389), lo que lleva a considerar particularmente el elemento cultural de los videojuegos.

Más análisis sociológicos a propósito de los videojuegos en grupos de jóvenes universitarios, como el realizado por Chacón (2017), concluyen con resultados que muestran la complejidad sociológica del fenómeno cultural de los videojuegos entre la juventud. En primer lugar, se demuestra que la concesión de ayudas a los y las estudiantes (becas) disminuye en más del doble los hábitos de consumo de videojuegos. Además, se confirma que el consumo excesivo de videojuegos tiene un impacto negativo en el rendimiento académico del estudiantado universitario, de ahí la significación que tienen programas de sensibilización, concienciación y autocontrol sobre los peligros del uso excesivo y la adicción a los videojuegos.

En lo que concierne a la cuestión de la violencia de género y el entorno digital, se parte de la premisa de que la violencia de género digital es el traslado de las distintas expresiones de violencia sexista a la realidad virtual, esfera donde las situaciones de naturaleza controladora, intimidatoria, acosadora y violenta se digitalizan, con el daño que ello puede comportar para las potenciales víctimas a nivel psicológico-emocional y moral, con el consiguiente daño a la reputación de la persona víctima de malos tratos digitales. Violencia de género digital que, a su vez, presenta una variada tipología, desde la *sextorsión* hasta el acoso virtual, pasando por el *sexpredding* y el *grooming*; en suma, hostigamiento y ciberacoso a manos de conocidos y desconocidos, actos de abuso, control y violencia dentro de las relaciones de pareja o expareja, distribución de mensajes falsos en la red para atraer a mujeres hacia una agresión sexual o mensajes violentos misóginos (Fascendini y Fialová, 2011; Duque, 2020).

Hay que tener presente que los adolescentes y los jóvenes en general constituyen un grupo de riesgo en internet y nuevas tecnologías, lo cual responde a las siguientes razones: el 20 % de los menores contacta por internet con personas desconocidas; por un motivo puramente cuantitativo, este grupo de población suele utilizar de manera mucho más intensa lo digital, por lo cual es más probable que sufran más riesgos relacionados con formas de acoso, abuso sexual, etc., a lo que hay que sumar los rasgos propios de crisis de identidad entre personas adolescentes y jóvenes (Pineda y Aliño, 2013). Riesgos que, además, se ven amplificados por rasgos propios de lo virtual como son la impunidad aparente, la invulnerabilidad de la víctima y la gratificación inmediata que proporcionan a los agresores en entornos virtuales y de videojuegos, sobre todo en categorías de videojuegos como los MMORPG.

El estudio de Villar *et al.* (2021), centrado en jóvenes de Galicia (España), concluye, respecto a la variable de agresiones por transgredir la moralidad sexista designada a la mujer, que el comportamiento más frecuente es criticar a una mujer por poligamia a través de la red, siendo más bajas, respectivamente, las tipologías de acosar a una mujer insinuante por redes sociales y ultrajar a una mujer joven por la red por negarse a tener relaciones con hombres en el pasado; en cuanto a las agresiones vinculadas con la LGBTfobia, la investigación de Villar *et al.* (2021) muestra cómo las conductas más recurrentes en este sentido son “llamar enfermo/a a alguien por tener una identidad de género u orientación sexual diferente a la normativa”, así como “insultar por redes sociales a una persona por pensar que forma parte del colectivo LGBT” y “divulgar por la red la orientación sexual de una persona sin su consentimiento”, siendo menos recurrentes otras actitudes como “ofender a una mujer porque no le interesan los varones” o “usurpar la identidad de una persona para ridiculizarle, haciéndole pasar por un individuo del colectivo LGBT”; respecto a las agresiones relacionadas con el canon de belleza cisheteropatriarcal, las conductas más recurrentes mostradas en redes sociales y entornos virtuales son “ultrajar a una chica por tener un físico poco atrayente” e “insultar a un chico por tener un físico poco varonil”; respecto a agresiones asociadas a la

violencia sexual, las más habituales son “chantajear a alguien con fotos para tener relaciones sexuales”, “amenazar a una mujer para establecer una relación de pareja” o “acosar a alguien a través de su correo electrónico con contenido de índole sexual”, entre otras, si bien se constata que estas agresiones son menos habituales que las categorías anteriores; para las agresiones vinculadas a la intolerancia a la mujer, destacan prácticas como “echar a una persona de una red social o chat por ser mujer”; por último, a propósito de las agresiones que se relacionan con la mitificación del amor romántico, resalta por encima de todas la práctica consistente en vigilar y controlar a la pareja en redes sociales. Redes sociales que, siguiendo la tipología establecida por Suárez (2020), agrupan a una gran cantidad de jóvenes que son ciberusuarios habituales, nativos digitales o miembros de la *Generación e*, y en las que se abre el abanico de oportunidades para el ejercicio de distintas expresiones de violencia, entre otros motivos por la capacidad que pueden tener las redes como altavoz o amplificador de mensajes de odio, de violencia, etc., si bien no son herramientas *per se* violentas, sino que reproducen actitudes, roles y prejuicios que existen en la sociedad (Ruiz, 2016; García y Mindek, 2021).

Los resultados a los que llegan Villar *et al.* (2021) se pueden comparar con los de la investigación realizada por el Departamento de Educación, Política Lingüística y Cultura del Gobierno Vasco (2021), que encuentra que las chicas son contactadas por el único motivo de ser chicas, y ser chicas, así, se constituye en un elemento de riesgo en las redes sociales; ser chica es el motivo por el que hombres desconocidos o conocidos, mayores o de su edad, se permiten el derecho de enviarles mensajes, intentar conseguir sus fotografías o vigilar sus perfiles en búsqueda de informaciones íntimas (p. 97).

Asimismo, la investigación llevada a cabo por el Departamento de Educación, Política Lingüística y Cultura del Gobierno Vasco (2021) muestra que las conductas de acoso ha generado un patrón de respuesta inmediato por parte de las chicas (consistente en normalizar e ignorar tales situaciones, hasta el punto de que dicha tolerancia a la violencia virtual hace que se amplíe la tolerancia hacia la violencia fuera de los entornos virtuales), las cuales, igualmente, no manifiestan en general ser totalmente conscientes de que tales conductas se deben a la desigualdad a la hora de utilizar y aprovechar las nuevas tecnologías (redes sociales, aplicaciones móviles, videojuegos, etc.).

Respecto al problema de la brecha digital de género, que hace alusión a la sustancial diferencia existente entre sexos a la hora de utilizar las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, debido a las desiguales condiciones sociales y culturales en que mujeres y hombres acceden a lo digital (Castaño, 2008; Rubio y Cabañez, 2012). El reciente estudio del Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (2022) ha arrojado luz a importantes cuestiones relativas a dicho problema. En primer lugar, la brecha digital en España se advierte en la práctica en todas las actividades culturales analizadas, si bien destacan los videojuegos (21 % de hombres frente a 7 % de mujeres).

Ahora bien, al mismo tiempo se muestra cómo las mujeres cada vez muestran más interés por el diseño de videojuegos, en particular en tareas de programación, diseño y arte. Sin embargo, en el campo del desarrollo de los videojuegos las mujeres continúan siendo una minoría en cuanto a perfiles profesionales, alcanzándose en España tan solo un 18,5 % de participación laboral femenina en el sector, lo cual produce un fuerte contraste habida cuenta de que en la variable de los jugadores (*gamers*) las mujeres representan el 42 % de la comunidad de videojugadores; se corrobora, en general, que la mayor parte de las mujeres dedicadas profesionalmente al mundo de los videojuegos desarrollan su labor dentro de perfiles artísticos y de animación, no de tareas de desarrollo ni de programación.

Respecto a las *gamers*, el estudio de Santana y Díaz (2021), focalizado en la región española de Canarias, demuestra que una cantidad importante de jugadores soportan actitudes sexistas en partidas multijugador o al verter sus opiniones en redes sociales como Twitch o YouTube; dichas actitudes se traducen en mensajes con contenido sexual explícito o amenazas explícitas o veladas. Tales prácticas, en el caso de las *gamers* de *eSports*, comportante un formidable obstáculo a la hora de desarrollar su carrera. Por todo ello, tal y como plantean Santana y Díaz (2021), es imperativo.

Ante esta situación y para poder aportar soluciones inmediatas, obtener un diagnóstico ajustado y fiel a la realidad es imprescindible. Sin embargo, el Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos 2017 señalaba que apenas hay datos sobre la presencia de mujeres en la industria, e insistía en la necesidad de elaborar estadísticas detalladas sobre la misma. Dos años después, el Libro Blanco de las mujeres en el ámbito tecnológico 2019<sup>13</sup> sigue reclamando lo mismo en sus conclusiones (Santana y Díaz, 2021, p. 15).

En cuanto a los hábitos de consumo de los jugadores y las jugadoras, la investigación de Santana y Díaz (2021) muestra, en primer lugar, que difieren las preferencias en los tipos de videojuegos según el sexo; así, las mujeres tienden más a jugar videojuegos de aventuras gráficas que videojuegos de rol o de deportes. En lo relativo a la autopercepción como *gamers*, las mujeres se consideran a partes iguales como *gamers* y como no *gamers*, mientras que los hombres mayoritariamente sí se autoidentifican con el concepto de *gamers*.

Respecto a las mujeres que trabajan en el sector, el estudio de Santana y Díaz (2021) también muestra cómo la mayor parte de las personas consultadas no conoce a ninguna mujer que se dedique profesionalmente al mundo de los videojuegos; resultados similares se dan para las variables de mujeres que compiten profesionalmente y de mujeres que publican contenidos relacionados con el mundo de los videojuegos. En cuanto a los videojuegos

que puedan resultar sexistas o discriminatorios, solo una minoría de mujeres encuestadas asegura no encontrar contenidos de esta índole en videojuegos de distintas tipologías (acción, aventuras, cartas, conducción, disparos, educativos, estrategia, lucha, plataformas, *role playing game* de acción o de estrategia, *massively multiplayer online role-playing game*, simuladores, vehículos, *survival horror*, etc.); dentro de los considerados como sexistas o discriminatorios, las mujeres encuentran sobre todo como características principales, por este orden, la objetivación sexual y la violencia; en el caso de la objetivación sexual, ello tiene que ver con la representación de las mujeres en los videojuegos, es decir, cuando aparece vinculada con la prostitución, cosificada físico-sexual (que se ejemplifica en títulos tan populares como *League of Legends*, la saga *GTA*, *Tomb Raider*, *God of War*, *The Last of Us* o *Resident Evil*, entre muchos otros), con tipos de vestimenta explícitamente sexuales o directamente desnudas, con sonidos como gemidos que se relacionan con lo sexual, etc.; respecto a los contenidos netamente violentos, aparecen sobre todo prostitución, sumisión, torturas, violaciones, asesinatos, maltratos diversos, insultos, acosos y manoseos, esclavismo, discriminación y machismo. Por último, en lo referente al consumo de videojuegos con protagonista femenina, las mujeres, en tanto que *gamers*, están por debajo de los hombres: 58,8 % frente a 63,3 %, para la pregunta de si han jugado alguna vez a este tipo de videojuegos.

## 2. Objetivos.

Con el siguiente artículo se pretende contrastar los siguientes objetivos en una muestra de estudiantes universitarios de educación:

Con respecto al consumo de videojuegos

1. Determinar la frecuencia de utilización de videojuegos en estudiantes universitarios
2. Conocer las características sociodemográficas del perfil de jugadores
3. Evaluar el tiempo que invierten los estudiantes encuestados en jugar a videojuegos, así como determinar el grado de sociabilidad en el consumo de videojuegos
4. Conocer las diferencias en comportamientos sexistas en el consumo de videojuegos según su sexo
5. Analizar las experiencias que han tenido las jóvenes con diferentes formas de violencia de género a través de los videojuegos.

## 3. Metodología

En la elaboración de la investigación nos hemos basado en una muestra procedente de la participación voluntaria de personas. La muestra final está comprendida por 105 alumnos.

El método de recolección de datos se ha llevado a cabo mediante el autocumplimiento de encuestas online (encuesta para alumnos) a través de la plataforma de google drive: google forms (formularios). Las ventajas de esta metodología es la rapidez en el envío, recepción inmediata, aumento del alcance, así como la comodidad para el encuestado de autocumplimentarla cuando desee rapidez de acción, tanto como la facilidad de gestión de resultados.

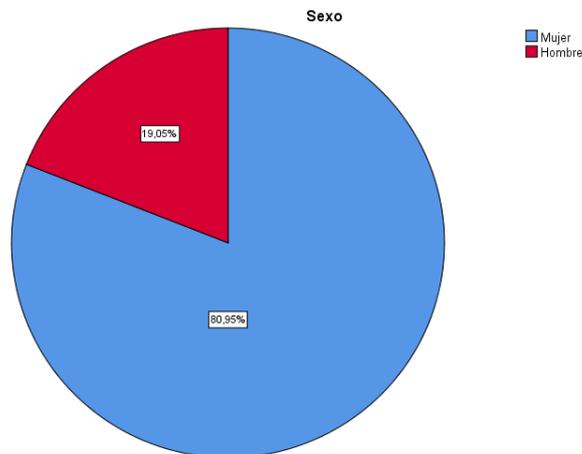
### 3.1. Muestra

La muestra final está comprendida por 105 alumnos. Para conocer más información sobre la composición muestral segmentada por variables sociodemográficas, observamos la siguiente información.

**Tabla 1.** Distribución de la muestra según sexo

	Frecuencia	Porcentaje
Mujer	85	81,0
<b>Hombre</b>	20	19,0
<b>Total</b>	105	100,0

Figura 1. Gráfico de sectores. Porcentaje de la muestra según sexo.

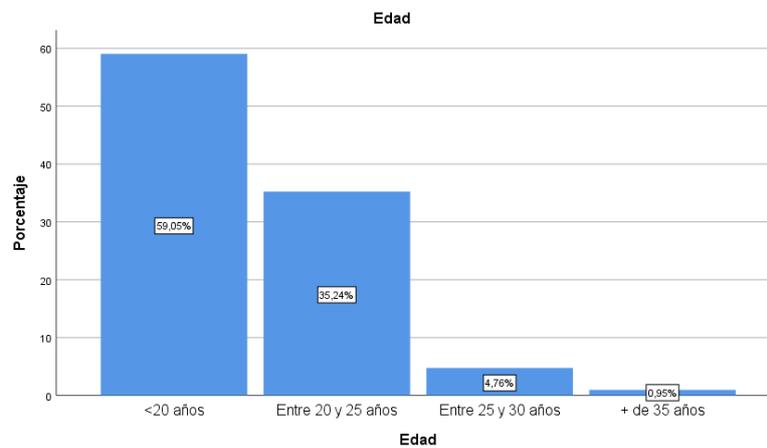


Fuente: Elaboración propia

Tabla 2. Distribución de la muestra según edad

	Frecuencia	Porcentaje
<20 años	62	59,0
Entre 20 y 25 años	37	35,2
Entre 25 y 30 años	5	4,8
+ de 35 años	1	1,0
Total	105	100,0

Figura 2. Gráfico de barras. Porcentaje de la muestra según edad.



Fuente: Elaboración propia

Por medio del gráfico 1 y tabla 1 se puede observar como la mayoría de casos de estudio queda representados por mujeres (81%), por otro lado, se reconoce que la muestra está representada por un 59% de personas menores de 20 años y un 35,2% entre 20 y 25 años (tabla2 y gráfico 2).

### 3.2. Diseño.

El diseño que se ha empleado es de un estudio observacional transversal descriptivo retrospectivo. Se analizan resultados por medio de la recaudación de encuestas, por tanto, no hay manipulación del investigador en variable criterio o variable a conocer (observacional). Es transversal al partir de una muestra en la que se extrae la información en un momento dado (sin secuencia temporal) y retrospectivo pues se inicia el análisis posterior a la recogida de información al analizar los resultados posteriores al momento del que se recoge la información.

### 3.3. Justificación del tamaño muestral.

Para el estudio realizado se parte de una población o universo objetivo de estudio finito: alumnos, procedentes de la universidad de Alicante, estudiantes de Grado Infantil y Grado en Sociología. Ante el objeto de la investigación, se pretende obtener en una primera fase exploratoria el conocimiento descriptivo de los objetivos planteados, por lo que se trabaja con una muestra experimental para posteriormente ampliar el número de casos en estudios posteriores. Con una muestra recogida de 105 casos, con un nivel de confianza del 95% para una proporción esperada del evento desconocida (50%), con un universo de 1.534 estudiantes matriculados en los grados de Sociología y Magisterio Infantil en la UA.

### 3.4. Técnicas estadísticas.

Este estudio se emplea un diseño cuantitativo cuasiexperimental (selección de casos no aleatorio). Para el análisis estadístico se emplean técnicas descriptivas. En el logro de objetivos se incluyen análisis de frecuencias para variables cualitativas de naturaleza nominal u ordinal acompañados de gráficos.

En la comparación de frecuencias según características del encuestado se emplea tablas cruzadas y la prueba estadística Chi cuadrado para conocer si existe asociación entre las variables estudiadas.

### 3.5. Instrumento.

Por medio del cuestionario reflejamos el hábito y consumo tanto como comportamientos machistas vinculados a los videojuegos entre alumnos universitarios a través de sus frecuencias de respuesta. Se trata de un cuestionario con diferentes escalas de medida (escala nominal dicotómica y politómica y escala ordinal) aplicada a las distintas preguntas tratadas según el objetivo predefinido estableciendo 2 bloques de preguntas según el área tratada; Consumo de videojuegos y violencia sexista, el perfil del consumidor y conductas sexistas en el mundo de los videojuegos online.

## 4. Resultados.

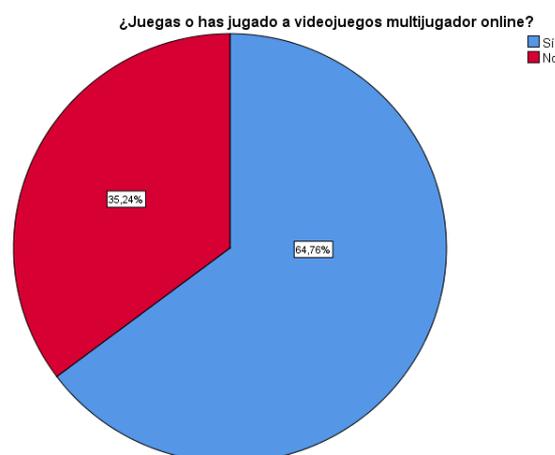
En este apartado se mide la incidencia de las siguientes características que miden el consumo de videojuegos y comportamientos que inducen en violencia de género en el grupo universitario.

En primer lugar vamos a conocer las características del consumidor joven de videojuegos, o perfil social a través de aquella muestra que previamente afirman jugar o haber jugado a videojuegos online.

**Tabla 3.** Distribución de los jóvenes que juegan o han jugado a videojuegos multijugador online

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	68	64,8
No	37	35,2
Total	105	100,0

**Figura 3.** Gráfico de sectores. Porcentaje de los jóvenes que juegan o han jugado a videojuegos multijugador online.



Fuente: Elaboración propia

En la tabla y gráfico 3 se observa que el 64,8% del total de la muestra que juega o ha jugado a videojuegos multijugador online, Por tanto, para conocer el perfil y frecuencia de juego de los jóvenes consumidores vemos la

distribución de los 68 casos (tabla 4).

Tabla 4. Perfil del consumidor de videojuegos

Perfil del consumidor de videojuegos	Total
¿Cuánto tiempo empleas en juegos multijugador online semanalmente?	n=68
<3 horas semanales	49 (72,1%)
3-5 horas semanales	8 (11,8%)
5-10 horas semanales	6 (8,8%)
>10 horas semanales	5 (7,4%)
¿A qué edad comenzaste a jugar a videojuegos multijugador online?	
Antes de los 8 años	3 (4,4%)
Entre los 8 y los 12 años	28 (41,2%)
Entre los 12 y los 18 años	27 (39,7%)
Después de los 18 años	7 (10,3%)
No lo recuerdo	3 (4,4%)
¿Sueles relacionarte con otras personas mientras juegas a videojuegos multijugador online?	
No, prefiero no relacionarme	12 (17,6%)
Sí, pero solo con personas conocidas	34 (50%)
Sí, pero solo si me veo en la obligación	5 (7,4%)
Sí, tanto con personas conocidas como desconocidas	17 (25%)
¿Con quién sueles jugar más a menudo a estos juegos multijugador online?	
Mayoría de jugadoras mujeres	7 (10,3%)
Mayoría de jugadores varones	25 (36,8%)
Mitad de jugadores varones, mitad de jugadoras mujeres	9 (13,2%)
No juego	1 (1,5%)
Ns	25 (36,8%)
Otro	1 (1,5%)
¿Usas habitualmente nicks o personajes online que puedan identificarse con tu sexo (nombres/ personajes femeninos en el caso de las mujeres y masculinos en el caso de varones)?	
No, nunca o casi nunca utilizo nicks o personajes de mí mismo sexo	9 (13,2%)
Sí, siempre o casi siempre utilizo nicks o personajes femeninos	30 (44,1%)
Sí, siempre o casi siempre utilizo nicks o personajes masculinos	15 (22,1%)
Sí, utilizo nicks o personajes de mí mismo sexo, pero no muy a menudo	14 (20,6%)

Fuente: Elaboración propia

Destacamos de los resultados (tabla 4), como los encuestados universitarios no son consumidores consumados de videojuegos, concretamente el 72% de los que afirman jugar a videojuegos lo hace menos de 3h semanales. Se pone en relieve la importancia de la edad de comienzo a jugar a videojuegos multijugador, el 44,3% los hace antes de los 8 años o bien entre los 8 y 12 años. El estudiante universitario se caracteriza por pertenecer al sector de jóvenes que ocupa un papel central en la sociedad del conocimiento y dados los continuos avances tecnológicos en las últimas décadas, este grupo de estudiantes ha quedado prácticamente catalogado como nativos digitales al nacer en el seno de la sociedad TIC.

Un 75% suele relacionarse con otras personas mientras juega a videojuegos multijugador online, es decir, que bien se relacionan con amigos o personas conocidas (50%) o bien tanto con personas conocidas como desconocidas (25%). Podemos decir que cierto estigma asociado a relaciones afectivas pobres como efecto social entre los jugadores de videojuegos se rompe con la socialización de este tipo de juegos online.

Esta relación con otros jugadores virtuales, en casi el 37% no saben si son jugadores o jugadoras, mientras que otro casi 37% dice jugar a videojuegos plataforma online con jugadores varones.

En cuanto al uso de sobrenombres, avatares o nicks de personajes online que se identifiquen con el sexo del jugador un 13,2% no utiliza personajes jugadores del mismo sexo del joven jugador, mientras que el resto utilizan los nicks o personajes del mismo sexo que del jugador que establece la partida.

Una vez analizado los resultados del perfil del consumidor de videojuegos pasamos a conocer la opinión de toda la muestra (105 casos) sobre las creencias y consideraciones sobre actitudes machistas o sexistas en el consumidor de videojuegos (tabla 5). Es decir, se destaca sobre una población ubicada como un colectivo tecnológicamente adaptado como sufren tipos de violencia de género online.

Se puede observar que poco más de 3 de cada 10 estudiantes universitarios estarían dispuestos a participar en

una hermandad que solo admitiera jugador@s del mismo sexo.

Hay un elevado porcentaje que afirma que creen que existe mayor variedad de personajes masculinos que femeninos en los videojuegos (67,6%).

El 75% cree que existe mayor número de jugadores que de jugadoras en los videojuegos.

A la hora de considerar si las mujeres reciben algún tipo de trato diferenciador por el hecho de ser mujer (positivo o negativo) un 35% piensa que sí y un 33% piensa que exclusivamente este trato especial tiene connotaciones negativas.

Un 13,5% ha padecido algún tipo de ciberacoso como forma de ejercer la violencia de género como es arremeter directamente a la usuaria por sus datos personales (saber su nombre, edad, datos personales) por el hecho de que el personaje del videojuego sea femenino. Casi el 26% ha recibido insultos machistas, ya sea directamente a la persona (16,3%) o exclusivamente cuando lleva un personaje femenino (9,6%).

Tabla 5. Percepciones referentes al trato sexista en el usuari@ videojuegos

	Total
¿Participarías en una hermandad/ grupo de juego/ equipo, etc., que solo admitiera jugadores/as de tu mismo sexo?	n=105
No	72 (68,6%)
Sí	33 (31,4%)
¿Crees que existe en general, la misma variedad de personajes masculinos y femeninos en videojuegos multijugador online?	
No, existe mayor variedad de personajes masculinos	71 (67,6%)
Ns	21 (20%)
Sí, existe la misma variedad para ambos sexos	13 (12,4%)
¿Crees que existe el mismo número de jugadores que de jugadoras en los videojuegos multijugador online?	
No, juegan más mujeres que varones	3 (2,9%)
No, juegan más varones que mujeres	79 (75,2%)
Ns	18 (17,1%)
Sí, varones y mujeres juegan por igual	5 (4,8%)
¿Consideras que las mujeres reciben tratos especiales (ya sean positivos o negativos) simplemente por ser mujeres en los juegos online?	
No, en absoluto	29 (27,6%)
Sí, de ambos tipos	37 (35,2%)
Sí, especialmente negativos	35 (33,3%)
Sí, especialmente positivos	4 (3,8%)
¿Alguna vez te han preguntado por tus datos personales (nombre, edad, telef., mail, et.) o han intentado establecer relaciones íntimas, sexuales o amorosas en un videojuego online?	
No, nunca me ha pasado	79 (76%)
Sí, me ha pasado lleve el personaje o nik que lleve (masculino o femenino)	9 (8,7%)
Sí, pero solo cuando llevo personajes o niks femeninos	14 (13,5%)
Sí, pero solo cuando llevo personajes o niks masculinos	2 (1,9%)
¿Alguna vez has recibido un insulto machista o trato vejatorio dentro de un videojuego?	
No, nunca me han insultado ni he recibido un trato vejatorio	77 (74%)
Sí, me han insultado personalmente	17 (16,3%)
Sí, solo por llevar un personaje femenino	10 (9,6%)

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se detalla cuáles han sido las diferencias significativas entre el sexo y las cuestiones referentes a al bloque de consumo de videojuegos. Dividimos las tablas por secciones, por un lado, el apartado destinado a perfil de usuari@ consumidor y otro por otro, la tabla referida a las creencias y acciones realizadas por los consumidor@s de videojuegos.

Antes de nada, se referencia la asociación existente entre los que afirman jugar o haber jugado a videojuegos

multijugador online y el sexo, se afirma una mayor adicción o consumo en este tipo de juegos multiplataforma entre los hombres, el 100% de los jóvenes confirma ser jugador o haber jugado (tabla 6)

**Tabla 6.** Reconocimiento de ser o no jugador de videojuegos online según sexo

	Mujer n=85	Hombre n=20	Sig.
¿Juegas o has jugado a videojuegos multijugador online?			0,00
Sí	48 (56,5%)	20 (100%)	
No	37 (43,5%)	0 (0%)	

**Fuente:** Elaboración propia

Ahora se muestra los aspectos relacionados con el perfil del jugador o jugadora, como es las horas que le dedican, la socialización durante el juego o el perfil del personaje usado. Por tanto, en el siguiente bloque se filtra entre aquellos jóvenes que afirman jugar o haber jugado a videojuegos multijugador online.

**Tabla 7.** Asociación entre características de los jugadores y jugadoras y el sexo

	Mujer n=48	Hombre n=20	Sig.
¿Cuánto tiempo empleas en juegos multijugador online semanalmente?			0,00
<3 horas semanales	41 (85,4%)	8 (40%)	
3-5 horas semanales	4 (8,3%)	4 (20%)	
5-10 horas semanales	2 (4,2%)	4 (20%)	
>10 horas semanales	1 (2,1%)	4 (20%)	
¿A qué edad comenzaste a jugar a videojuegos multijugador online?			0,35
Antes de los 8 años	3 (6,3%)	0 (0%)	
Entre los 8 y los 12 años	21 (43,8%)	7 (35%)	
Entre los 12 y los 18 años	16 (33,3%)	11 (55%)	
Después de los 18 años	5 (10,4%)	2 (10%)	
No lo recuerdo	3 (6,3%)	0 (0%)	
¿Sueles relacionarte con otras personas mientras juegas a videojuegos multijugador online?			0,01
No, prefiero no relacionarme	12 (25%)	0 (0%)	
Sí, pero solo con personas conocidas	23 (47,9%)	11 (55%)	
Sí, pero solo si me veo en la obligación	5 (10,4%)	0 (0%)	
Sí, tanto con personas conocidas como desconocidas	8 (16,7%)	9 (45%)	
¿Con quién sueles jugar más a menudo a estos juegos multijugador online?			0,00
Mayoría de jugadoras mujeres	6 (12,5%)	1 (5%)	
Mayoría de jugadores varones	9 (18,8%)	16 (80%)	
Mitad de jugadores varones, mitad de jugadoras mujeres	9 (18,8%)	0 (0%)	
No lo sabe	24 (50%)	3 (15%)	
Usas habitualmente nicks o personajes online que puedan identificarse			0,00
No, nunca o casi nunca utilizo nicks o personajes de mi mismo sexo	7 (14,6%)	2 (10%)	
Sí, siempre o casi siempre utilizo nicks o personajes femeninos	30 (62,5%)	0 (0%)	
Sí, siempre o casi siempre utilizo nicks o personajes masculinos	1 (2,1%)	14 (70%)	
Sí, utilizo nicks o personajes de mi mismo sexo pero no muy a menudo	10 (20,8%)	4 (20%)	

**Fuente:** Elaboración propia

En los resultados de la tabla 7 se observan los distintos cruces en función de la variable sexo indicando aquellos cruces donde existe relevancia estadística (valores de significación por debajo de 0,05), es decir existe una asociación entre la variable sexo y la pregunta en cuestión.

En el primer caso observamos como el sexo se asocia con la frecuencia con la que juega a los videojuegos, de tal modo que existen evidencias estadísticas significativas para afirmar que los hombres son los que mayores horas de consumo a videojuegos dedican mientras que las mujeres destacan su relevancia en una frecuencia de juego a

plataformas multijugador online esporádica (del total de mujeres el 85,4% juegan <3h semanales).

A la hora de indicar la compañía con la que frecuenta en el consumo y disfrute de videojuegos, los hombres se vuelcan más a relacionarse con otras personas mientras juegan a videojuegos multijugador online, así del total de hombres jugadores el 45% afirma jugar tanto con personas conocidas como desconocidas.

Se resalta relevancia significativa en cuanto al tipo de compañía con la que los estudiantes frecuentan este consumo de videojuegos multiplataforma online. En mayor medida en los juegos, los hombres tienden más a jugar con mayoría de jugadores varones (del total de hombre el 80% lo afirma), mientras que las mujeres tienden a jugar más en equidad; mitad jugadores y mitad jugadoras (el 18,8% del total de mujeres).

A la hora de distinguir entre el uso de nicks o sobrenombres en la identificación de sus personajes o jugadores, hay diferencias significativas según el sexo del encuestado, cada sexo del jugador se identifica o vincula con personajes de su mismo sexo.

A continuación, se analizan los resultados referentes al apartado que analiza las creencias o consideraciones referentes a aspectos o formas de violencia de género en entornos de juego online y la relación con el sexo del jugador. Para esta sección de nuevo se cuenta con la totalidad de la muestra.

**Tabla 8.** Asociación entre formas de violencia de género en entornos de juego online según el sexo

	Mujer n=85	Hombre n=20	Sig.
¿Participarías en una hermandad/ grupo de juego/ equipo, etc., que solo admitiera jugadores/as de tu mismo sexo?			0,70
No	59 (69,4%)	13 (65%)	
Sí	26 (30,6%)	7 (35%)	
¿Crees que existe en general, la misma variedad de personajes masculinos y femeninos en videojuegos multijugador online?			0,00
No, existe mayor variedad de personajes masculinos	63 (74,1%)	8 (40%)	
Ns	17 (20%)	4 (20%)	
Sí, existe la misma variedad para ambos sexos	5 (5,9%)	8 (40%)	
¿Crees que existe el mismo número de jugadores que de jugadoras en los videojuegos multijugador online?			0,93
No, juegan más mujeres que varones	2 (2,4%)	1 (5%)	
No, juegan más varones que mujeres	64 (75,3%)	15 (75%)	
Ns	15 (17,6%)	3 (15%)	
Sí, varones y mujeres juegan por igual	4 (4,7%)	1 (5%)	
¿Consideras que las mujeres reciben tratos especiales (ya sean positivos o negativos) simplemente por ser mujeres en los juegos online?			0,04
No, en absoluto	20 (23,5%)	9 (45%)	
Sí, de ambos tipos	31 (36,5%)	6 (30%)	
Sí, especialmente negativos	32 (37,6%)	3 (15%)	
Sí, especialmente positivos	2 (2,4%)	2 (10%)	
¿Alguna vez te han preguntado por tus datos personales (nombre, edad, telef., mail, et.) o han intentado establecer relaciones íntimas, sexuales o amorosas en un videojuego online?			0,12
No, nunca me ha pasado	63 (75%)	16 (80%)	
Sí, me ha pasado lleve el personaje o nik que lleve (masculino o femenino)	6 (7,1%)	3 (15%)	
Sí, pero solo cuando llevo personajes o niks femeninos	14 (16,7%)	0 (0%)	
Sí, pero solo cuando llevo personajes o niks masculinos	1 (1,2%)	1 (5%)	
¿Alguna vez has recibido un insulto machista o trato vejatorio dentro de un videojuego			0,00
No, nunca me han insultado ni he recibido un trato vejatorio	67 (79,8%)	10 (50%)	
Sí, me han insultado personalmente	7 (8,3%)	10 (50%)	
Sí, solo por llevar un personaje femenino	10 (11,9%)	0 (0%)	

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 8 se puede apreciar que hay asociación o diferencias significativas entre los que creen que existe en general la misma variedad de personajes masculinos y femeninos en los videojuegos, donde claramente los

varones jóvenes consideran que sí que existe la misma variedad para ambos sexos, un 40% de los chicos lo piensa, mientras que porcentualmente las mujeres creen que no hay paridad en esto y existe mayor variedad de personajes masculinos, el 74,1% de las mujeres así lo cree.

Por otro lado, ante la cuestión de si consideran que las mujeres reciben tratos especiales, ya sean positivos o negativos simplemente por ser mujeres, de nuevo existen diferencias entre hombres y mujeres, siendo las mujeres la que consideran que sí reciben este tipo de trato y en concreto negativos (15%), mientras que los hombres piensan que no ocurre este comportamiento y lo creen de manera tajante, absolutamente no (45%).

Ante la pregunta si alguna vez han recibido insultos machistas o tratos vejatorios dentro de un juego online, resaltamos que las mujeres niegan con mayor peso que hayan sido insultadas o recibido algún tipo de trato vejatorio (79,8%), mientras que los hombres afirman que han sido insultados, personalmente la mitad de los chicos lo afirma.

## 5. Conclusiones.

A modo de conclusiones destacamos primeramente los principales aspectos a destacar en este artículo sobre la violencia en el consumo de videojuegos online:

- El 64,8% del total de la muestra que juega o ha jugado a videojuegos multijugador online. De estos:
  - Los encuestados universitarios no son consumidores consumados de videojuegos, concretamente el 72% de los que afirman jugar a videojuegos lo hace menos de 3h semanales.
  - Se pone en relieve la importancia de la edad de comienzo a jugar a videojuegos multijugador, el 44,3% los hace antes de los 8 años o bien entre los 8 y 12 años.
  - El estudiante universitario se caracteriza por pertenecer al sector de jóvenes que ocupa un papel central en la sociedad del conocimiento y dados los continuos avances tecnológicos en las últimas décadas, este grupo de estudiantes ha quedado prácticamente catalogado como nativos digitales al nacer en el seno de la sociedad TIC.
  - Un 75% de los estudiantes universitarios suele relacionarse con otras personas mientras juega a videojuegos multijugador online, es decir, que bien se relacionan con amigos o personas conocidas (50%) o bien tanto con personas conocidas como desconocidas (25%).
  - Podemos decir que cierto estigma asociado a relaciones afectivas pobres como efecto social entre los jugadores de videojuegos se rompe con la socialización de este tipo de juegos online.
  - Sobre relación con otros jugadores virtuales, en casi el 37% no saben si son jugadores o jugadoras, mientras que otro casi 37% dice jugar a videojuegos plataforma online con jugadores varones.
  - En cuanto al uso de sobrenombres, avatares o nicks de personajes online que se identifiquen con el sexo del jugador, un 13,2% no utiliza personajes jugadores del mismo sexo del usuari@, mientras que el resto utilizan los nicks o personajes del mismo sexo que del jugador@ que establece la partida.
- Sobre las opiniones de toda la muestra, acerca de actitudes machistas o sexistas en el consumidor de videojuegos:
  - Un poco más de 3 de cada 10 estudiantes universitarios estarían dispuestos a participar en una hermandad que solo admitiera jugador@s del mismo sexo.
  - Hay un elevado porcentaje que afirma que creen que existe mayor variedad de personajes masculinos que femeninos en los videojuegos (67,6%).
  - El 75% cree que existe mayor número de jugadores que de jugadoras en los videojuegos.
  - A la hora de considerar si las mujeres reciben algún tipo de trato diferenciador por el hecho de ser mujer (positivo o negativo) un 35% piensa que sí y un 33% piensa que exclusivamente este trato especial tiene connotaciones negativas.
  - Un 13,5% ha padecido algún tipo de ciberacoso como forma de ejercer la violencia de género, como es arremeter directamente a la usuaria por sus datos personales (saber su nombre, edad, datos personales, etc.) por el hecho de que el personaje del videojuego sea femenino.
  - Casi el 26% ha recibido insultos machistas, ya sea directamente a la persona (16,3%) o exclusivamente cuando lleva un personaje femenino (9,6%).
- En cuanto a las diferencias significativas entre el sexo y el perfil de usuari@ consumidor de videojuego online:
  - Existe asociación entre los que afirman jugar o haber jugado a videojuegos multijugador online y el sexo, el 100% de los jóvenes varones mientras que se aplica un 56,5% en las mujeres.
  - Los hombres son los que mayores horas de consumo a videojuegos dedican (20% + de 10h semanales), mientras que las mujeres juegan a plataformas multijugador online de manera esporádica (del total de mujeres el 85,4% juegan <3h semanales).
  - Los hombres se vuelcan más a relacionarse con otras personas mientras juegan a videojuegos multijugador online, así del total de hombres jugadores el 45% afirma jugar tanto con personas conocidas como desconocidas.

- Los hombres tienden más a jugar con mayoría de jugadores varones (del total de hombre el 80% lo afirma), mientras que las mujeres tienden a jugar más en equidad; mitad jugadores y mitad jugadoras (el 18,8% del total de mujeres).
- A la hora de distinguir entre el uso de nicks o sobrenombres en la identificación de sus personajes o jugadores, hay diferencias significativas según el sexo del encuestado, cada sexo del jugador se identifica o vincula con personajes de su mismo sexo.
- Sobre las consideraciones referentes a aspectos o formas de violencia de género en entornos de juego online y la relación con el sexo del jugador:
  - Los varones jóvenes consideran que sí que existe la misma variedad de personajes masculinos y femeninos en los juegos online, un 40% de los chicos lo piensa, mientras que porcentualmente las mujeres creen que no hay paridad en esto y existe mayor variedad de personajes masculinos, el 74,1% de las mujeres así lo cree.
  - las mujeres afirman que reciben tratos especiales por el hecho de ser mujeres, en concreto negativos (15%), mientras que los hombres piensan que no ocurre este comportamiento y lo creen de manera tajante, absolutamente no (45%).
  - Las mujeres niegan con mayor peso que hayan sido insultadas o hayan recibido algún tipo de trato vejatorio (79,8%) mientras que los hombres afirman que han sido insultados, personalmente la mitad de los chicos lo afirma.

## Referencias

- Carrubba, L. (2019). *Los Juegos Posibles. La creación de videojuegos alternativos entre arte, mercado y cultura de masas* (Tesis doctoral). Facultad de Bellas Artes, Universidad de Barcelona. <https://www.tdx.cat/handle/10803/667499>
- Castañó Collado, C. (2008). *La segunda brecha digital*. Cátedra.
- Castañón Blanco, C. (2009). *Aprendiendo la igualdad*. Cefoim.
- Chacón Cuberos, R. (2017). Relación entre factores académicos y consumo de videojuegos universitarios. Un modelo de regresión. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 50, 109-121. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/51882/374-2818-1-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Departamento de Educación, Política Lingüística y Cultura del Gobierno Vasco (2021). *La desigualdad de género y el sexismo en las redes sociales. Una aproximación cualitativa al uso que hacen de las redes sociales las y los jóvenes de la CAPV*. Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco. [https://www.euskadi.eus/contenidos/noticia/liburua\\_sexismoa\\_gazteak\\_7/es\\_def/adjuntos/sexismo\\_gizarte\\_sareetan\\_c.pdf](https://www.euskadi.eus/contenidos/noticia/liburua_sexismoa_gazteak_7/es_def/adjuntos/sexismo_gizarte_sareetan_c.pdf)
- Duque, I. (2020). *Guía didáctica. Conectar sin que nos raye*. Centro Municipal de Información a la Mujer (CMIM), Ayuntamiento de Andújar (Jaén, España).
- Fascendini, F. y Fialová, K. (2011). Voices from digital spaces: Technology related violence against women. *Association for Progressive Communications (APC)*. [https://www.apc.org/sites/default/files/APCWNSP\\_MDG3advocacypaper\\_full\\_2011\\_EN\\_0.pdf](https://www.apc.org/sites/default/files/APCWNSP_MDG3advocacypaper_full_2011_EN_0.pdf)
- García Román, M. y Mindek Jagic, D. (2021). Ciberviolencia de género en redes sociales. Sus tipos, trampas y mensajes ocultos. *Controversias y Concurrencias Latinoamericanas*, 333-349. <https://uy.vlex.com/vid/ciberviolencia-genero-redes-sociales-868388229>
- Moncada Jiménez, J. y Chacón Araya, Y. (2012). El efecto de los videojuegos en variables sociales, psicológicas y fisiológicas en niños y adolescentes. *RETOS. Nuevas Tendencias en Educación Física, Deporte y Recreación*, 21, 43-49. <https://recyt.fecyt.es/index.php/retos/article/view/34603>
- Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (2022). *Brechas. Brecha digital de género*. Gobierno de España, Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial. [https://www.ontsi.es/sites/ontsi/files/2022-03/brecha\\_digital\\_genero\\_2022\\_0.pdf](https://www.ontsi.es/sites/ontsi/files/2022-03/brecha_digital_genero_2022_0.pdf)
- Pineda, S. y Aliño, M. (2013). El concepto de adolescencia. *Manual de prácticas clínicas para la atención integral a la salud en la adolescencia*, 1-23. <https://ccp.ucr.ac.cr/bvp/pdf/adolescencia/>
- Rubio Méndez, M. y Cabañez Martínez, E. (2012). El sexo de los píxeles. Del yo-mujer al yo-tecnológico. *Revista de Estudios de Juventud*, 98, 150-166. [http://www.injuve.es/sites/default/files/Revista98\\_11.pdf](http://www.injuve.es/sites/default/files/Revista98_11.pdf)
- Ruiz Repullo, C. (2016). *Una mirada cualitativa a la violencia de género en adolescentes*. Instituto Andaluz de la Mujer.
- Santana Rodríguez, N. y Díaz Santana, O. (2021). *GÉNERO, GAMERS Y VIDEOJUEGOS. Una aproximación desde el enfoque de género, al consumo de videojuegos y la situación de las jugadoras en el sector*. Cátedra Telefónica de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Fundación CajaCanarias, La Caixa, Vicerrectorado de Cultura y Sociedad de la ULPGC y la Unidad de Igualdad de la ULPGC. [https://www.ulpgc.es/sites/default/files/ArchivosULPGC/noticia/2020/Ene/estudio\\_genero\\_gamers\\_y\\_videojuegos\\_1.pdf](https://www.ulpgc.es/sites/default/files/ArchivosULPGC/noticia/2020/Ene/estudio_genero_gamers_y_videojuegos_1.pdf)
- Suárez Ramírez, J. C. (2020). *Uso de redes sociales por estudiantes universitarios. Estudio de la dimensión emocional* (Tesis doctoral). Universitat de Lleida, Programa de Doctorat en Tecnologia Educativa. <http://www.doctorat.udl.cat/es/noticies/Tesi-Uso-de-redes-sociales-por-estudiantes-universitarios-estudio-de-la-dimension-emocional>
- Villar Varela, M., Méndez Lois, M. J. y Barreiro Fernández, F. (2021). Violencia de género en entornos virtuales: una aproximación a la realidad adolescente. *Journal of Research in Educational Psychology*, 19(3), 509-532. <https://ojs.ual.es/ojs/index.php/EJREP/article/view/4320/6411>