

El gamer portugués: caracterización y hábito deportivo (perspectiva de género) The Portuguese gamer: characterization and sports habit (gender perspective)

*Jordi Seguí-Urbaneja, Christopher Nóbrega Mendonça, **Mário Coelho Teixeira

*Universidad de Barcelona (España); **Universidad de Évora (Portugal)

Resumen: Con el objetivo de caracterizar el perfil sociodemográfico y de gamer, y hábito deportivo de los/las gamers portugueses/as desde una perspectiva de género se realizó un cuestionario (N=413) en el evento de videojuegos celebrado en Braga, Portugal. Los resultados muestran que el gamer es predominantemente masculino (92.1%), estudiante (76.7%) y desempleado (76.9%), aunque los hombres son más jóvenes (menos de 20 años, 78.5%) respecto las mujeres (mayores de 20 años, 69.7%); los hombres tienen estudios más bajos (secundaria o inferior, 61.9%) respecto las mujeres (graduado o superior, 54.6%); y, los hombres reciben más retribución por jugar (50%) respecto las mujeres (6.1%). Atendiendo al perfil gamer, ambos entienden los videojuegos como entretenimiento (83.8%) y lo valoran como formación personal (87.1%), se identifican como gamer amateur (86.4%), dedican menos de 10h/semana de juego (55.1%) y siguen a streamers menos de 2h/día. La razón por la que empezaron a jugar (entretenimiento el 52.9% de los hombres y la competición el 36.4% de las mujeres) y la especialización de juego (estrategia/acción el 38.7% de los hombres y el retro el 57.6% de las mujeres) difiere según el género. Atendiendo los hábitos de práctica deportiva, las mujeres practican menos (42.4%) y los hombres practican más días a la semana; y reconocen beneficios en su rendimiento posterior en videojuegos (66.4%); las mujeres no realizan entrenamientos específicos para gamers (66.7%). Se concluye que estos datos evidencian las diferencias de perfiles según el género y la necesidad de desarrollar estrategias de promoción de la actividad física, así como desplegar acciones para adaptarse mejor a las necesidades de cada género.

Palabras clave: gestión deportiva; e-games; gamers; actividad física; género.

Abstract. With the aim of characterizing the sociodemographic and gamer profile, and sporting habits of Portuguese gamers from a gender perspective, a questionnaire (N=413) was carried out at the video game event held in Braga, Portugal. The results show that the gamer is predominantly male (92.1%), student (76.7%) and unemployed (76.9%), although men are younger (less than 20 years old, 78.5%) compared to women (over 20 years old, 69.7%); men have lower education (secondary school or less, 61.9%) compared to women (graduate or higher, 54.6%); and, men receive more compensation for playing (50%) compared to women (6.1%). Regarding the gamer profile, both understand videogames as entertainment (83.8%) and value it as personal training (87.1%), identify themselves as amateur gamers (86.4%), spend less than 10h/week playing games (55.1%) and continue to streamers less than 2h/day. The reason they started playing (entertainment 52.9% of men and competition 36.4% of women) and game specialization (strategy/action 38.7% of men and retro 57.6% of women) differs by gender. Considering sports practice habits, women practice less (42.4%) and men practice more days a week; and recognize benefits in their subsequent performance in video games (66.4%); women do not perform specific training for gamers (66.7%). It is concluded that these data show the differences in profiles according to gender and the need to develop strategies to promote physical activity, as well as to deploy actions to better adapt to the needs of each gender.

Keywords: sport management; e-games; gamers; sport habits; gender

Fecha recepción: 04-05-22. Fecha de aceptación: 16-09-22

Jordi Seguí Urbaneja

jsegui@inefc.es

Introducción

En 1962, Steve Russell y sus compañeros, desarrollaron en el Instituto de Tecnología de Massachusetts el programa Spacewar. En octubre de 1972, la Universidad de Stanford celebró la primera competición de Spacewar, llamada "olimpiadas intergalácticas", la que es considerada la primera competición de videojuegos. Uno de los primeros registros del término e-sport, se le atribuye al periodista Matt Bettington quien en 1999 comparó los deportes electrónicos con los deportes tradicionales, en un comunicado de prensa sobre el lanzamiento de la Asociación de Jugadores en Línea (OGA -por sus siglas en inglés-). Con el paso de los años el desarrollo de los videojuegos como industria ha sido desigual entre Estados Unidos y Europa, y Asia, pero en ambos casos coincide que la actividad ha atraído, y atrae, compañías y marcas que han apostado, y apuestan, por invertir y patrocinar torneos, ferias y todo tipo de eventos relacionados con los videojuegos (e-sports y e-games).

Pero, ¿a qué nos referimos cuando hablamos de competiciones de videojuegos? Algunos autores han definido las competiciones de videojuegos, como la práctica reglada de videojuegos que, de forma individual o en grupo, se realiza a través de una estructura online (virtual), con el objetivo de competir -ganar o derrotar al adversario- (Rosell, 2017). Y, aunque no existe un consenso en los diferentes términos y muchas veces se utilizan videojuegos, e-sports y e-games como sinónimos; fue el proveedor de software de apuestas BetInvest quien diferenció los videojuegos en dos tipologías los e-sports y los e-games según la tipología de videojuego. Así, en el sector de los juegos electrónicos se entiende que los e-sports están constituidos por los deportes electrónicos clásicos como Dota 2, CS:GO y League of Legends; y los e-games son los deportes tradicionales (fútbol, baloncesto, tenis,...) transferidos al mundo online.

Desde la creación del programa Spacewar hasta ahora, han pasado 6 décadas y ese inocente proyecto universitario ha desembocado en una industria mundial, competición de

videojuegos (e-sports y e-games), que genera miles de millones de euros. La consultora especializada en videojuegos, Newzoo, en su último informe publicado (Newzoo, 2021), calculó que en 2020 los ingresos del sector en todo el mundo alcanzaron los 1.100 millones de dólares, lo que supone un crecimiento interanual de un 15.7% respecto al 2019. La mayoría de estos ingresos (74.8%) provienen de patrocinios y derechos de medios, 822.4 millones de dólares, lo que supone un aumento del 17.2% con respecto al año pasado. Y, lo que es más destacable, es que la situación de pandemia mundial no solamente no afectó a la industria, sino que la benefició. La audiencia total de competiciones de videojuegos (e-sports y e-games), en 2020 se calculó en 495 millones de personas, con una previsión de mucho margen de crecimiento. La evolución y el impacto económico mundial ha posibilitado la profesionalización del y la jugador/a, llamados gamers (Deshbandhu, 2016), en 2017 se calculó que había cerca de 191 millones de gamers profesionales en todo el mundo (Cunningham et al., 2018) con una incidencia de 27 millones de gamers diarios; lo que la convierte en una actividad mucho más practicada que la mayoría de deportes tradicionales (Keiper et al., 2017). Tal es el impacto y magnitud que organizaciones deportivas clásicas como el Comité Olímpico Internacional y algunas Federaciones Internacionales deportivas están intentando incluir los e-games como una de sus modalidades deportivas, para así apropiarse la respectiva competición electrónica (Graham, 2017).

Tras la eclosión de los videojuegos en el ámbito económico y social, el fenómeno intenta ser entendido mediante varios estudios y desde varias perspectivas: a) reflexionar si los e-games son o no deporte (Cerqueira et al., 2020; Jenny et al., 2017); b) entender la relación entre practicante y consumidor (Holden et al., 2017; Johnson et al., 2016); c) evaluar el impacto psicosocial de los gamers (Choi, 2019; Marelić & Vukušić, 2019); d) valorar los beneficios sociales de los videojuegos (Martončík, 2015); e) identificar el vínculo entre gaming y los efectos en la educación (Biddiss & Irwin, 2010; Funk et al., 2018); f) comprender el desarrollo de las competiciones de videojuegos en edad escolar y edad universitaria (Anderson et al., 2018; Tammy et al., 2019); o g) intentar poner orden a todas las publicaciones realizadas (Bányai et al., 2018), entre otros estudios.

Comprendido el fenómeno y algunas de sus consecuencias, también se analiza las características de las personas jugadoras de videojuegos y como se puede garantizar una práctica saludable (Adachi & Willoughby, 2017; Hallmann & Giel, 2018). En España, la Asociación Española de Videojuegos, publicó el Libro Blanco de los e-sports en el que identificaba un perfil de gamer español muy definido: hombre (71%) de entre 21 y 35 años (>50%), trabajador a tiempo completo (60%) y consumidor de contenidos online frente a los medios tradicionales (Asociación Española de Videojuegos [ANVI], 2018). Aún así reconocía que quedaba un largo camino por recorrer ya

que esa cifra solo representaba el 22,7% de las personas que juegan habitualmente a videojuegos y es un ámbito altamente volátil y cambiante.

Sin embargo, a pesar de la existencia de un amplio número de estudios tanto en revistas científicas como en prensa gris o especializada en videojuegos, son nulos los estudios científicos que han abordado en profundidad la identificación del perfil genérico de las personas jugadoras de videojuegos en Portugal, la relación con la práctica de actividad física y, menos aún, analizarlo desde las ciencias sociales con una perspectiva de deporte y género.

Es en este contexto que se formula el presente artículo, con el objetivo de identificar el perfil del gamer portugués -características sociodemográficas, perfil de gamer y hábitos de práctica deportiva-, con la intención de realizar una comparación por género y formular recomendaciones para garantizar una práctica saludable que comporte beneficios físicos y psicológicos a través de la actividad física.

Metodología

La presente investigación utilizó métodos cuantitativos mediante la aplicación de una encuesta como instrumento para recoger la información de estudio. La implementación se desarrolló en el evento de e-sports celebrado el día 27 de enero de 2020 en la ciudad de Braga, en la región norte de Portugal, organizado por la Federación Portuguesa de Fútbol.

La encuesta estaba estructurada en tres dimensiones: perfil sociodemográfico (género, edad, estudiante, estudios, ocupación, retribución como gamer), perfil gamer (opinión de los videojuegos, identificación como gamer, razón empezar a jugar, número de horas de juego por semana, tipo de juego en el que se ha especializado, sigue a streamers) y hábitos de práctica deportiva (práctica actividad física semanal, número de sesiones por semana, duración media de la sesión, percepción de beneficio de la actividad física y realiza entrenamiento específico en videojuegos). Un total de 17 preguntas conformaron la encuesta, 6 para la dimensión perfil sociodemográfico, 6 para el perfil gamer, y 5 para la dimensión hábitos de práctica deportiva.

La validación del cuestionario se realizó aplicando el proceso Delphi mediante el siguiente proceso: a) revisión por parte de un panel de 6 expertos, 3 hombres y 3 mujeres, 2 de los cuales eran organizadores de eventos de videojuegos, 2 eran expertos académicos y 2 eran jugadores profesionales. Tras incorporar las observaciones (utilizar la terminología de videojuegos y aclarar los términos de actividad física y frecuencia) de la primera ronda, se vuelve a realizar una segunda en la que todos están de acuerdo; b) realización de un pre-test a 15 personas, 10 hombres y 5 mujeres, que habitualmente compiten en videojuegos, las cuales pidieron el cambio de orden de alguna pregunta para mejorar la lógica interna del mismo; c) finalmente se valida el cuestionario siguiendo todas las propuestas de mejora aportadas por el panel de expertos y los y las juga-

doras.

Los cuestionarios se recogieron de forma presencial durante el evento. Los encuestadores se ubicaron a la entrada del recinto. Las personas encuestadas fueron seleccionadas de manera aleatoria por conveniencia y su participación fue voluntaria, previa información, y aceptación por su parte, del tratamiento confidencial de sus respuestas, estando estas sujetas a las garantías de la Directiva 95/46/EC relativa a la protección de datos personales y garantías de los derechos digitales. Para poder participar en el estudio, previo al inicio del cuestionario, se verificaba que la persona era de nacionalidad portuguesa y participante del evento como jugadora, así, se descartaron las personas de nacionalidad no portuguesa y no competidoras.

Se recogieron 428 encuestas de las cuales 413 fueron correctamente validadas. El criterio de exclusión fue el de no completar la totalidad de la encuesta. Los datos recogidos fueron trabajados mediante el programa SPSS, versión 25.0 (IBM Corp, 2017) y examinados mediante análisis estadístico descriptivo según características y distribución (prueba de la normalidad) de las diferentes variables: frecuencias, valores medios, máximas y mínimas, y mediana.

Resultados

Características sociodemográficas

En la tabla 1, se muestran los resultados referentes a las características sociodemográficas de los gamers portugueses. Los resultados recogen los datos del total de personas que respondieron y posteriormente diferenciados según el género. Se observó una predominancia del género masculino (92.1%) frente al femenino (7.9%). Si se analiza la edad de los/las gamers portugueses/as, aunque la media era mayor de 16 años (84.6%), se observaron diferencias según el género, así la edad máxima de los hombres era de 28 años, mientras que en las mujeres era de 34 años y la edad media de los hombres era de 18 y de las mujeres era de 24. El hombre era más joven y con franjas de edades menores, no aparecieron mujeres menores de 16 años. Los hombres estaban repartidos homogéneamente en todas las franjas de edad, mientras que las mujeres se centraban en dos franjas (16 años y mayores de 20 años).

En relación a la formación del gamer portugués, mayoritariamente eran estudiantes (76.6%), aunque el porcentaje era mayor en el género masculino (78.4% respecto el 57.6% de las mujeres). Si se atiende el nivel de estudios, se observa que los hombres tenían estudios más básicos (básica y secundaria, 61.9%) en relación a las mujeres que presentaban estudios de más grado (graduadas y superior, 54.6%). Los hombres mayoritariamente indicaban tener estudios de secundaria (43.2%) respecto a las mujeres que, aún estando más repartidas por niveles, eran en los niveles más altos donde presentan mayores porcentajes.

Si se atiende a la ocupación actual se observan datos muy similares entre géneros, así la mayoría actualmente no trabajaba (77.2% de los hombres y 75% de las muje-

res). Cuando se preguntó por si recibían retribución por ser gamer, se obtuvieron diferencias según género donde la mitad de los hombres recibía retribución (50%) en contra de una minoría en las mujeres (6.1%).

Tabla 1.

Características sociodemográficas de las personas gamers

Variable	Total		Masculino		Femenino	
	N=413	%	N=380	%	N=33	%
Género						
Masculino	380	92.1				
Femenino	33	7.9				
Edad						
Menos de 14	21	5.1	21	5.5	0	0
15 años	43	10.3	43	11.3	0	0
16 años	93	22.6	87	22.9	6	18.2
Entre 17 y 18	66	16.1	66	17.4	0	0
Entre 19 y 20	101	24.4	97	25.5	4	12.1
Más de 20 años	89	21.5	66	17.4	23	69.7
Media (años)	413	18	380	18	33	24
Estudiante						
Si	317	76.7	298	78.4	19	57.6
No	96	23.3	82	21.6	14	42.4
Nivel de estudios						
Básica	78	19	71	18.7	7	21.2
Secundaria	172	41.7	164	43.2	8	24.2
Graduado	109	26.3	100	26.3	9	27.3
Post graduado	54	13	45	11.8	9	27.3
Ocupación actual						
Actualmente trabajo	95	23.1	87	22.8	8	25.0
Actualmente no trabajo	318	76.9	293	77.2	25	75.0
Retribución por jugar a						
videojuegos	192	46.4	190	50.0	2	6.1
Si, si recibe	221	53.6	190	50.0	31	93.9
No, no recibe						

Perfil gamer

En la tabla 2 se muestran los datos obtenidos en los que se puede observar el perfil del gamer portugués. Se observó que ambos géneros coincidían en entender los videojuegos como un elemento de entretenimiento (83.4% en los hombres y el 87.5% de las mujeres), los entendían como una herramienta de formación personal (86.1% en los hombres y el 100% de las mujeres), y se identificaban como gamer (86.3% de los hombres y el 87.5% de las mujeres).

Por lo que respecta a la razón por la que empezaron a jugar, se observaron diferencias entre géneros, así los hombres principalmente lo hacían como entretenimiento (52.9%) mientras que las mujeres lo hacían por la competición (36.4%). Otro elemento a destacar es que las respuestas se oponen en porcentaje, es decir, la competición y el reconocimiento social era minoritaria en hombres, pero mayoritaria en mujeres; mientras que para hacer amistades o entretenimiento era a la inversa.

Cuando se atiende a los hábitos de gamer, en relación a las horas de juego semanal ambos géneros decían dedicar menos de 10h/semana; aunque si se profundiza en los resultados se puede destacar que el porcentaje de mujeres que decía dedicar menos de 10h/semana es mucho mayor (84.8%) que los hombres (52.6%) y que las mujeres no había ninguna que reconociera dedicar más de 19h/semana, mientras que los hombres reconocían dedicar hasta más de 39h/semana.

Por otro lado, las respuestas obtenidas en la pregunta

de tipología de juego en el que se habían especializado revelaron diferencias entre géneros, así la mayoría de hombres se habían especializado en juegos de estrategia/acción (38.7%) mientras que las mujeres lo hacían en juegos retro (57.6%). De un análisis más profundo se observó que la tipología social solo era jugada por las mujeres (6.1%); que la tipología de deporte era mayoritariamente practicada por hombres (27.4%) respecto las mujeres (3.0%).

Tabla 2.

Perfil de las personas gamers

Variable	Total		Masculino		Femenino	
	N=413	%	N=380	%	N=33	%
Opinión sobre los videojuegos						
Entretimiento	346	83.8	317	83.4	29	87.5
Trabajo	67	16.2	63	16.6	4	12.5
Opinión juegos como herramienta de formación personal						
Si	360	87.1	327	86.1	33	100
No	53	12.9	53	13.9	0	0
Identificación como gamer						
Amateur	357	86.4	328	86.3	29	87.5
Profesional	56	13.6	52	13.7	4	12.5
Razón por la que empiezas a jugar						
Competición	36	8.6	24	6.3	12	36.4
Amigos/as	145	35.0	142	37.4	3	9.1
Reconocimiento social	24	5.7	13	3.4	11	33.3
Entretimiento	208	50.7	201	52.9	7	21.2
Número horas juego semana						
Menos de 10	228	55.1	200	52.6	28	84.8
Entre 11 y 19	101	24.5	96	25.3	5	15.2
Entre 20 y 29	59	14.3	59	15.5	0	0
Entre 30 y 39	17	4.1	17	4.5	0	0
Más de 39	8	2.0	8	2.1	0	0
Juego en el que te has especializado						
Deporte (e-game)	105	25.4	104	27.4	1	3.0
Estrategia /acción (e-sport)	154	37.3	147	38.7	7	21.2
Retro (e-sport)	54	13.1	35	9.2	19	57.6
Disparos / guerra (FPS) (e-sport)	98	23.7	94	24.7	4	12.1
Social (e-sport)	2	0.5	0	0	2	6.1
Sigue a streamers						
No, no sigo	85	20.6	74	19.5	11	33.3
Si, menos de 2h/día	274	66.5	261	68.7	13	38.1
Si, entre 2 y 4 h/día	36	8.6	30	7.9	6	19.1
Si, más de 4h/día	18	4.3	15	3.9	3	9.5

Hábitos de práctica deportiva

La tabla 3 recoge los datos relativos a los hábitos de práctica deportiva de las personas gamers, del análisis del mismo se observó que un mayor porcentaje de mujeres no practicaba (42.4%) respecto a los hombres (3.4%). De las personas que realizaban práctica también se observan diferencias según el género, así los hombres practicaban en mayor porcentaje entre 2 y 3 días a la semana (22.6% y 27.6% respectivamente), mientras que las mujeres lo hacían entre 3 y 4 días a la semana (15.2% y 12.1% respectivamente). En relación a la duración de la sesión si hay una coincidencia en que la mayoría practicaba menos de 1h por sesión (92.8% en hombres y 81.5% en mujeres).

Cuando se preguntó si realizaban entrenamiento específico de e-games, los hombres reconocieron realizar más entrenamiento que las mujeres (71.6%, respecto las mujeres, 33.3%). De los que dijeron desarrollar entrenamiento específico los hombres mayoritariamente dedicaban entre 2 y 4h/día (36.6%), mientras que las mujeres lo hacían menos de 2h/día (18.2%).

Finalmente, cuando se preguntó por si sentían benefi-

Finalmente, en relación al seguimiento que hacían a streamers se observan diferencias interesantes por género, así mayor porcentaje de mujeres no seguían a streamers (33.3% respecto el 19.5% de los hombres); pero de las que seguían mayor porcentaje lo hacía entre 2 y 4h/día (19.1% de mujeres respecto al 7.9% de los hombres) y más de 4h/día (9.5% de las mujeres respecto el 3.9% de los hombres).

cio tras las sesiones de actividad física, la mayoría reconocían sentir beneficios (65.3% en hombres y 78.8% en mujeres).

Tabla 3.

Hábitos de práctica deportiva de las personas gamers

Variable	Total		Masculino		Femenino	
	N=413	%	N=380	%	N=33	%
Práctica actividad física						
No, no practico	27	6.5	13	3.4	14	42.4
Si, 1 día/semana	21	5	19	5.0	2	6.1
Si, 2 días/semana	89	21.6	86	22.6	3	9.1
Si, 3 días/semana	110	26.8	105	27.6	5	15.2
Si, 4 días/semana	68	16.5	64	16.8	4	12.1
Si, 5 días/semana	43	10.3	40	10.5	3	9.1
Si, más de 5 días semana	55	13.3	53	13.9	2	6.1
Duración sesión	n=386		n=359		n=27	
Menos de 1h	355	92.1	333	92.8	22	81.5
Más de 1h	31	7.9	26	7.2	5	18.5
Entreno específico e-games	n=386		n=359		n=27	
No, no sigo	122	31.5	102	28.4	18	66.7
Menos de 2 h/día	106	27.4	101	28.2	5	18.2
Entre 2 y 4 h/día	132	34.3	131	36.6	2	9.1
Más de 4 h/día	26	6.8	24	6.8	2	6.1
Beneficio actividad física						
Si, siente beneficios	274	66.4	248	65.3	26	78.8
No, no siente beneficios	139	33.6	132	34.7	7	21.2

Discusión

En lo que respecta a las características sociodemográficas, los resultados obtenidos en cuanto a porcentaje de gamers según su género son parecidos en la línea de otros estudios previos, incluso con un mayor porcentaje del género femenino (AEVI, 2018; DEVA, 2022, Newzoo, 2021). Lo mismo ocurre si se atiende a la edad y el perfil de estudios del jugador/a de videojuegos (Müller-Lietzkow, 2006); aunque en este caso no profundizaron en la diferencia por género. No se han encontrado estudios previos para comparar en relación a la situación ocupacional ni en relación a la retribución por gamer. Datos que, tras ser analizados desde una perspectiva de género, exponen dos realidades muy diferenciadas. Pero sin duda alguna, nos encontramos con una actividad masculinizada, en la que los hombres se inician antes que las mujeres y las mujeres tienen estudios superiores a los hombres; las personas jugadoras lo hacen en la fase de la vida estudiantil y no tienen ocupación laboral; pero sobre todo es altamente discriminante atendiendo si reciben o no retribución por jugar según el género.

En esta línea, Cecilia Duarte “Lady Mufa”, fundadora y directora de la Liga de Videojuegos Profesional de Argentina identificaba que, a su parecer, el machismo, la misoginia, la cosificación y la falta de oportunidades laborales son las principales barreras que se enfrentan las mujeres que intentan insertarse en la industria de los videojuegos (Bravo, 2021). Por lo tanto, claramente, el sector del videojuego es un ámbito con una barrera más social que física.

Si se atiende al perfil de gamer, a la identificación como gamer, la razón por la que empezaron a jugar y las horas dedicadas a la semana los resultados obtenidos son similares a otras investigaciones (Ghuman & Griffiths, 2012; Martončík, 2015). Pero al realizar el análisis desde la perspectiva de género resulta muy interesante considerar que la motivación para iniciarse en la práctica (las mujeres principalmente por competición y reconocimiento social, mientras que en los hombres es por entretenimiento y amistad) y la tipología de juego en el que se especializan (las mujeres el 97% practica e-sports y solo el 3% juega a e-games; mientras que en los hombres el 75% practica e-sports y el 25% e-games) son opuestas entre géneros. Igual que también destaca el número de horas que dedican a jugar a la semana, que, aunque en su globalidad son parecidas a estudios anteriores (DEVA, 2022), al analizar por género detallan perfiles de jugadores muy diferentes.

Si se considera la relación de la persona gamer con los hábitos de práctica deportiva, aunque en Portugal no tengan estandarizado un sistema de conteo y haya que considerar el barómetro (European Commission, 2018) los datos obtenidos están por encima de la media. Aún así cabe diferenciar, desde una perspectiva de género, la diferencia de personas no practicantes (el 42.4% de las mujeres frente el 3.4% de los hombres) aún más cuando es la mujer la reconoce en mayor porcentaje los beneficios de dicha

práctica. Cabe destacar que, de las personas que realizan práctica, tienen el hábito de hacerlo más días las mujeres que los hombres. Así, las mujeres realizan menos actividad física que los hombres, pero de las que practican lo hacen con mayor frecuencia que los hombres.

Finalmente, cabe destacar que si se realiza una lectura a la prensa especializada sorprende que ésta atienda a los videojuegos desde un punto de vista puramente de negocio (impacto mediático, marco legal, la lucha para no ser considerada deporte, impacto económico, la ordenación del sector -ecosistema muy fragmentado-, negocio real -fabricantes de PC's o creadores de videojuegos-, oportunidad de inversión, etc.) y en ningún caso se postula el bienestar de los jugadores y aún menos la masculinización del ámbito. Es por ello, que, aun no siendo deporte, desde una perspectiva jurídica, el ámbito de las ciencias del deporte y la actividad física tienen una gran oportunidad para contribuir, con su conocimiento y experiencia, a construir un sector más sano (a través de la actividad física) y más equitativo (en proporción de género). Y son, estudios como el presente, que pueden servir de punta de lanza para iniciar el proceso.

Conclusiones y recomendaciones

El estudio realizado ha permitido conocer el perfil sociológico, perfil de gamer y hábitos de actividad física de la persona jugadora de videojuegos en Portugal. A partir de los resultados obtenidos, se evidencia una industria altamente masculinizada, en la que participan personas con características diferentes (según el género) y con elevadas discriminaciones (solo el 6.1% de las mujeres cobra). Todo ello genera la necesidad de establecer estrategias para incrementar la participación del género femenino y poderla incluir y que se sienta acogida en la industria del videojuego. Varios son los elementos clave para poder fomentar la igualdad: a) entender que la mujer tiene una edad mayor y nivel de estudios superiores; el principal motivo por el que empieza a jugar es la competición y el reconocimiento social; dedica menos horas de juego a la semana (seguramente por no tener que dedicar tiempo a otras obligaciones) y la tipología de juego en la que se especializa es el retro. Pero, sobre todo, hay dos datos que deberían ser alarmantes y deberían implicar una estrategia de corrección inmediata: a) solo una minoría de mujeres cobran como gamers (en este estudio no se ha podido valorar si existe o no equidad de sueldo -cobrar la misma cantidad realizando la misma tarea- por géneros), y b) una mayoría de mujeres no realiza actividad física.

Otro elemento que cabe destacar es que nos encontramos con una industria absorbente que implica que las personas gamers puedan llegar a jugar más de 12h al día. Con el objetivo de garantizar una práctica saludable se recomienda que las propias organizaciones que gestionan las competiciones de videojuegos deberían priorizar hábitos saludables entre sus participantes. Uno de ellos, claramente es el ejercicio físico. O como extremo que exista

una regulación administrativa que garantice una limitación del juego, como dispone la República China la cual obliga a las empresas de juegos en línea a limitar el acceso a tres horas semanales a las personas menores de 18 años.

Finalmente, se quiere hacer una advertencia a las organizaciones deportivas clásicas que quieren integrar los e-games como una de sus modalidades; y es que, de acuerdo a los resultados de este estudio solo el 3% de las mujeres gamers dice jugar a esta tipología de videojuegos. Por ello, deberían tener en cuenta el perfil del practicante y desarrollar estrategias para facilitar la motivación, interés e integración de la mujer en estas modalidades, ya que en caso contrario contribuirían a aumentar la discriminación.

Conocer los perfiles de los y las gamers portugueses/as ha permitido identificar aspectos relevantes que permiten entender la situación actual y pueden contribuir a impulsar una industria más justa (igualar los y las gamers según el género), más equitativa (igualar la retribución que reciben los y las gamers -en % y cantidad-), y más saludable (igualar la práctica de actividad deportiva entre géneros).

Limitaciones y perspectivas de futuro

La principal limitación del presente estudio es que la recogida de datos se realizó en un único evento de e-games, por lo que los resultados no se pueden extrapolar a la población en general.

En relación a las perspectivas de futuro se recomienda ampliar los casos de estudio (en diferentes eventos y aumentando la muestra femenina), a la vez que permitiría profundizar con un estudio estadístico (chi-cuadrado y correlación) que aportaría datos más representativos. Profundizar en los elementos que diferencian los perfiles de género a partir de entrevistas en profundidad sobre todo gamers femeninos. Y realizar estudios comparativos con otros países del sur de Europa, atendiendo a su semejanza sociocultural.

Agradecimientos

La autoría de este artículo quiere agradecer la colaboración a la organización del evento e-games analizado, al igual que se agradece a todas las personas que han participado contestando la encuesta y con ello han colaborado en identificar el perfil genérico, perfil de gamer y hábitos de actividad física de las personas jugadoras de videojuegos en Portugal.

También al apoyo, institucional y económico, del Instituto Nacional de Educación Física de Catalunya (INEFC) y la Universidad de Évora (Portugal).

Referencias

- Adachi, P. J. C., & Willoughby, T. (2017). The Link Between Playing Video Games and Positive Youth Outcomes. *Child Development Perspectives*, 11(3), 202–206. <https://doi.org/10.1111/cdep.12232>
- Anderson, C. G., Tsaasan, A. M., Reitman, J., Lee, J. S., Wu, M., Steel, H., ... Steinkuehler, C. (2018). Understanding esports as a STEM career ready curriculum in the wild. *10th International Conference on Virtual Worlds and Games for Serious Applications*, VS-Games 2018 - Proceedings. <https://doi.org/10.1109/VS-Games.2018.8493445>
- Asociación Española de Videojuegos (2018). *Libro blanco de los esports en España*. Retrieved from: http://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2018/05/ES_libroblanco_online.pdf
- Bányai, F., Griffiths, M. D., Király, O. & Demetrovics, Z. (2018). The Psychology of Esports: A Systematic Literature Review. *Journal of gambling studies*, 35 (2), 351–365. <https://doi.org/10.1007/s10899-018-9763-1>.
- Biddiss, E., & Irwin, J. (2010). Active video games to promote physical activity in children and youth: A systematic review. *Archives of Pediatrics and Adolescent Medicine*, 164(7), 664–672. <https://doi.org/10.1001/archpediatrics.2010.104>
- Bravo, R. (2021, julio 7). Lady Mufa, militante por la inclusión en el mundo gamer. *Revista G7*. Retrieved from: <https://revistag7.com/lady-mufa-militante-por-la-inclusion-en-el-mundo-gamer/>
- Cerqueira, M., Monteiro, D., Travassos, B., & Machado, S. (2020). E-Sports: a Legitimate Sport?: E-Sports: a Legitimate Sport?. *Cuadernos de psicología del deporte*, (20) 2, I-II. <https://doi.org/10.6018/cpd.422831>
- Choi, C. (2019). Understanding media consumption of electronic sports through spectator motivation, using three different segmentation approaches: The levels of addiction, passion, and fan identification. *Sport Mont*, 17(1), 3–8. <https://doi.org/10.26773/smj.190201>
- Cunningham, G. B., Fairley, S., Ferkins, L., Kerwin, S., Lock, D., Shaw, S., & Wicker, P. (2018). eSport: Construct specifications and implications for sport management. *Sport Management Review*, 21(1), 1–6. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2017.11.002>
- Deshbandhu, A. (2016). Player Perspectives: What It Means to Be a Gamer. *Deshbandhu. Press Start*, 3(2), 48–64. Retrieved from: <http://press-start.gla.ac.uk>
- Deportes Electrónicos y Videojuegos de Argentina, DEVA (2022). Censo sobre Esports y Videojuegos. Retrieved from: <https://www.deva.org.ar/articulosinvestigacion2/de-vainvestigaciones/>
- European Commission (2018). Sport and physical activity: special Eurobarometer 472. European Commission. Retrieved from: <https://sport.ec.europa.eu/news/new-eurobarometer-on-sport-and-physical-activity>
- Funk, D. C., Pizzo, A. D., & Baker, B. J. (2018). eSport management: Embracing eSport education and research opportunities. *Sport Management Review*, 21(1), 7–13. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2017.07.008>
- Graham, B. A. (2017, Abril 18). *eSports to be a medal event at 2022 Asian Games*. The Guardian. Retrieved from:

- <https://www.theguardian.com/sport/2017/apr/18/esports-to-be-medal-sport-at-2022-asian-games>
- Ghuman, D., & Griffiths, M. (2012). A Cross-Genre Study of Online Gaming: Player Demographics, Motivation for Play, and Social Interactions Among Players. *International Journal of Cyber Behaviour, Psychology and Learning*, 2 (1), 1-17. <https://doi.org/10.4018/ijcbpl.2012010102>
- Hallmann, K., & Giel, T. (2018). eSports – Competitive sports or recreational activity? *Sport Management Review*, 21(1), 14–20. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2017.07.011>
- Holden, J. T., Kaburakis, A., & Rodenberg, R. M. (2017). The Future is Now: Esports Policy Considerations and Potential Litigation. *SSRN Electronic Journal*, 27, 46–78. <https://doi.org/10.1123/jlas.2016-0018>
- Jenny, S. E., Manning, R. D., Keiper, M. C., & Olrich, T. W. (2017). Virtual(ly) Athletes: Where eSports Fit Within the Definition of “Sport.” *Quest*, 69(1), 1–18. <https://doi.org/10.1080/00336297.2016.1144517>
- Johnson, D., Gardner, J., & Sweetser, P. (2016). Motivations for videogame play: Predictors of time spent playing. *Computers in Human Behavior*, 63, 805–812. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.06.028>
- Keiper, M. C., Manning, R. D., Jenny, S., Olrich, T., & Croft, C. (2017). No reason to LoL at LoL: the addition of esports to intercollegiate athletic departments. *Journal for the Study of Sports and Athletes in Education*, 11(2), 143–160. <https://doi.org/10.1080/19357397.2017.1316001>
- Marelić, M., & Vukušić, D. (2019). E-Sports: Definition and Social Implications. *Exercise and quality of life*, 11 (2), 47–54. <https://doi.org/10.31382/eqol.191206>
- Martončik, M. (2015). E-Sports: Playing just for fun or playing to satisfy life goals? *Computers in Human Behavior*, 48, 208–211. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.01.056>
- Müller-Lietzkow, J. (2006). Sport im Jahr 2050: E-Sport! Oder: Ist E-Sport Sport?. *Medien + Erziehung* (6), S. 102-112.
- Newzoo (2021). Global Esports Market Report 2020. Retrieved from: <https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-esports-market-report-2020-light-version/>
- Rosell Llorens, M. (2017). eSport Gaming: The Rise of a New Sports Practice. *Sport, Ethics and Philosophy*, 11(4), 464–476. <https://doi.org/10.1080/17511321.2017.1318947>
- Tammy Lin, J. H., Bowman, N., Lin, S. F., & Chen, Y. S. (2019). Setting the digital stage: Defining game streaming as an entertainment experience. *Entertainment Computing*, 31(64), 100309. <https://doi.org/10.1016/J.ENTCOM.2019.100309>