



Resultados del alumnado universitario de la
Comunidad Autónoma del País Vasco y de Navarra.

Videojuegos

INFORME 59 · JULIO DE 2025



ÍNDICE

IKUSIKER.....	2
FICHA TÉCNICA.	3
RESULTADOS.	4
ÚLTIMOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES VISTOS.....	4
En internet.....	4
En televisión.	7
VIDEOJUEGOS.....	10
Uso general.....	11
Videojuegos para video-consola.....	22
Videojuegos online.....	27
Micro-pagos.....	29
Nivel de conformidad con algunas afirmaciones sobre los videojuegos.....	31
RESUMEN.....	37

IKUSIKER

El Observatorio Audiovisual IKUSIKER estudia los hábitos el consumo audiovisual y los usos de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) que tienen los y las jóvenes. Creado en el curso 2018/2019, el Observatorio IKUSIKER lo forman en la actualidad, además del Grupo de Investigación NOR, EITB, la Oficina Pública del Euskera y el Observatorio Vasco de la Cultura.



Kulturaren
Euskal Behatokia
Observatorio Vasco
de la Cultura



Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la UPV/EHU

Barrio Sarriena s/n, 48940 Leioa (Bizkaia)

+34 747 414 355

ikusiker@ehu.eus

Autores: Edorta Arana Arrieta, Bea Narbaiza Amillategi, Garazi Sánchez Murciano, Ane Zugaza Goienetxea, Jone Hernández Perez de Gereñu, Helene Sagarzazu Aizpuru, Mikel Peña Sarrionaindia, Itziar Zorita Agirre eta Maialen Goirizelaia Altuna.

Esta investigación ha contado con la ayuda técnica de Aztiker Sociología Ikergunea y ha utilizado la aplicación Encuestafacil para la realización de las encuestas *online*.



encuestafacil

FICHA TÉCNICA.

En el curso 2024-2025, el panel de estudiantes universitarios de IKUSIKER está formado por algo más de dos mil alumnos de la Universidad del País Vasco (UPV/EHU) y de la Universidad Pública de Navarra (UPNA/NUP). En la muestra participan jóvenes de diferentes territorios, áreas de conocimiento, facultades y niveles de estudios. El trabajo de campo se inicia a comienzo de curso con una sesión presencial en la propia clase en la que rellenan la primera encuesta y, a partir de ahí, a las y los alumnos que desean participar en el panel reciben con una periodicidad mensual cada uno de los cinco cuestionarios siguientes.

En el siguiente informe se encuentran los resultados de la encuesta realizada entre el 7 y el 14 de mayo de 2025 sobre el consumo de videojuegos. La encuesta ha sido contestada por un total de 711 alumnos y alumnas.

El panel de la Universidad de IKUSIKER es representativo de todos los alumnos de la UPV/EHU y de la UPNA/NUP. Esta valía estadística se consigue ponderando los datos de la muestra, utilizando las siguientes variables:

- Sexo/género
- Universidad
- País
- Área de estudios
- Nivel de estudios

RESULTADOS.

ÚLTIMOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES VISTOS

En internet.

La siguiente nube de palabras presenta las respuestas relacionadas con el contenido más reciente visualizado por el estudiantado universitario de la EHU y la UPNA en Internet, considerando que la encuesta ha sido realizada a principios de mayo de 2025.

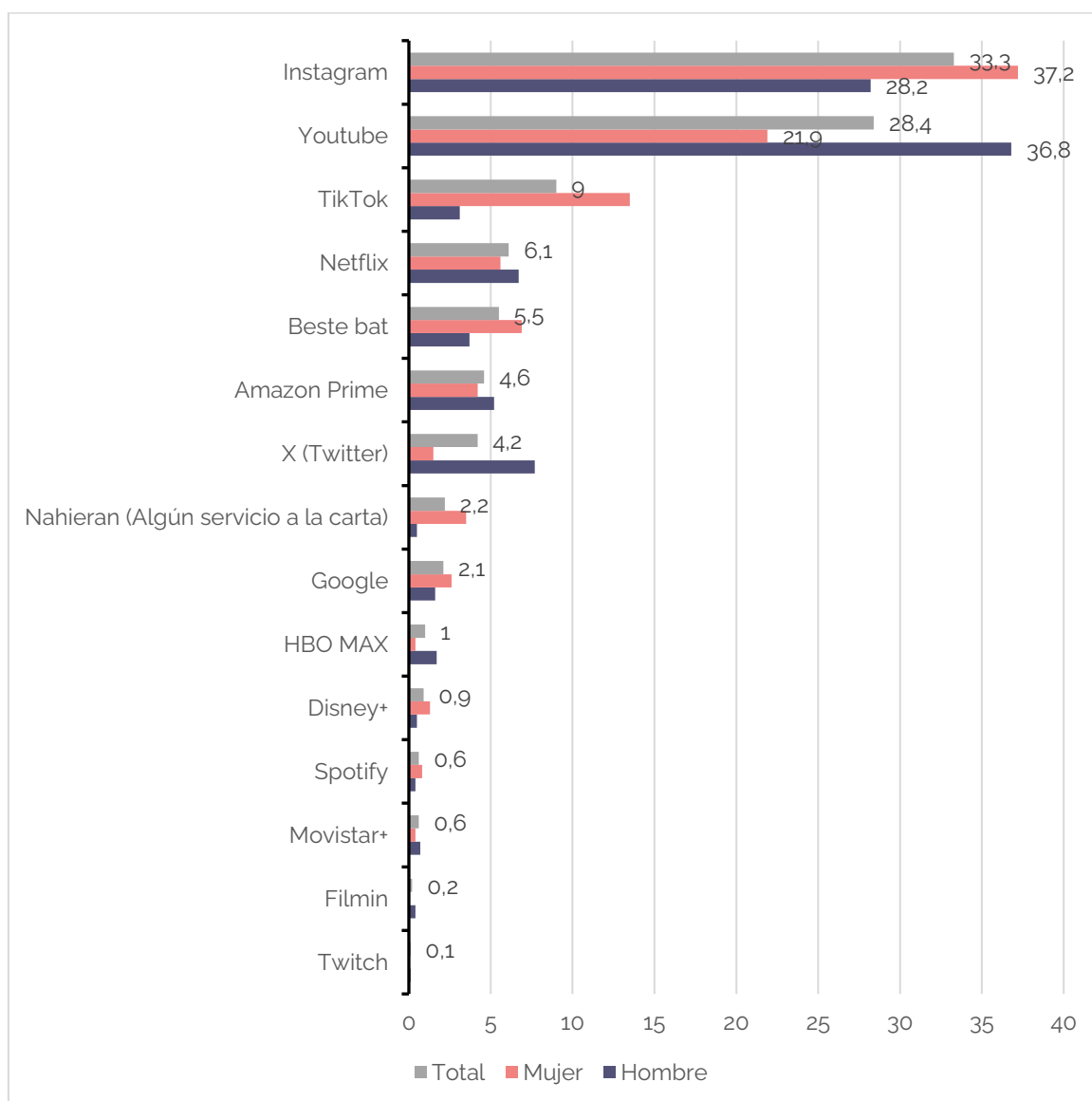
Imagen 1: Nube de palabras de los últimos contenidos vistos en internet.



Fuente: Ikusiker, mayo de 2025.

En el gráfico siguiente se muestra que las plataformas más utilizadas por los jóvenes para ver su último contenido audiovisual han sido YouTube e Instagram, evidenciando una diferencia clara en cuanto al género. Entre los chicos, la plataforma más popular ha sido YouTube (36,8%), mientras que, entre las chicas, la mayoría ha optado por Instagram (37,2%). La diferencia de género es más pronunciada en el caso de YouTube: el porcentaje de chicas que usan esta plataforma es casi 15 puntos menor (21,9%) que el de chicos. En Instagram, las chicas superan a los chicos en 9 puntos porcentuales (28,2%).

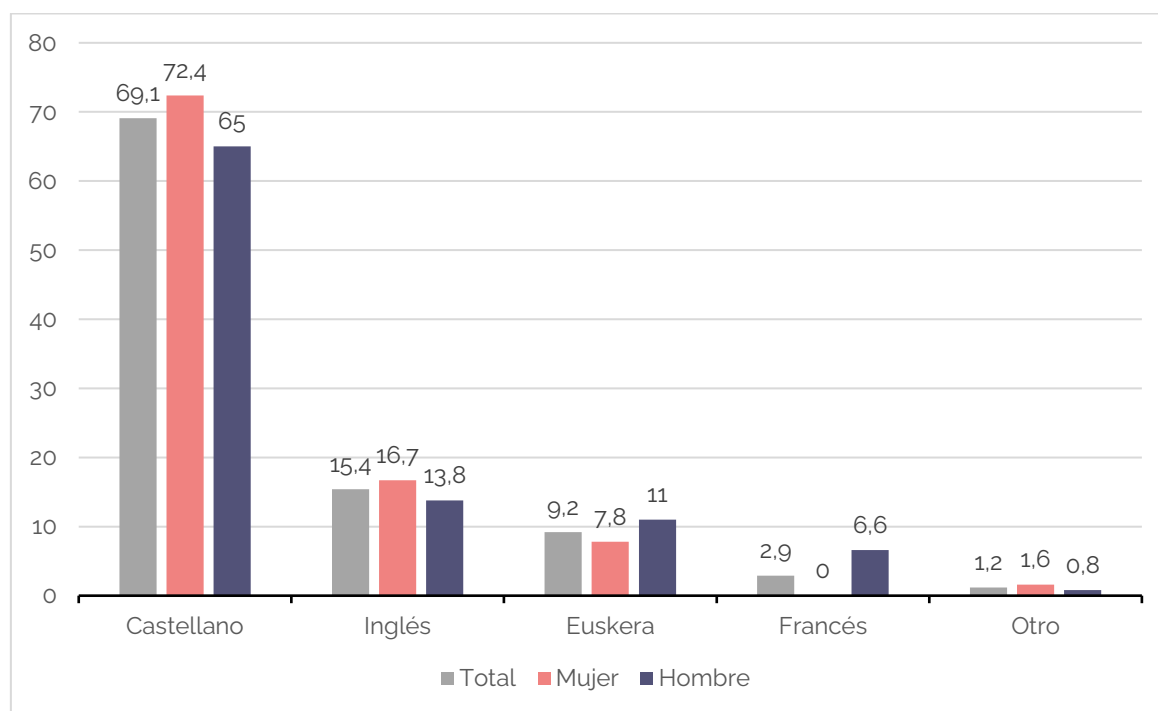
Imagen 2: Plataforma utilizada para el último consumo audiovisual en internet. Porcentajes totales y en función del género.



Fuente: lkusiker, mayo de 2025.

Teniendo en cuenta la amplia oferta disponible en Internet, los datos sobre el consumo en diferentes idiomas resultan relevantes. En el gráfico que se muestra a continuación, se recoge información sobre el idioma en el que se realizó ese último consumo en Internet. En este caso, el castellano encabeza la lista (casi un 70%), seguido del inglés (15,4%). Sumando los porcentajes del euskera y de otros idiomas, no se alcanza el 15%. Tal y como se observa en el gráfico, las mujeres han consumido el último contenido en castellano e inglés en un porcentaje ligeramente superior que los hombres.

Imagen 3: Idioma del último contenido visualizado en Internet. Porcentajes totales y en función del género.



Fuente: Ikusiker, mayo de 2025.

En televisión.

Con el objetivo de profundizar en la relación del alumnado universitario con la televisión tradicional, se ha recopilado información sobre el último programa o emisión que han seguido en este medio. La siguiente nube de palabras recoge las respuestas escritas de los jóvenes acerca de lo que vieron en la televisión convencional entre el 7 y el 14 de mayo.

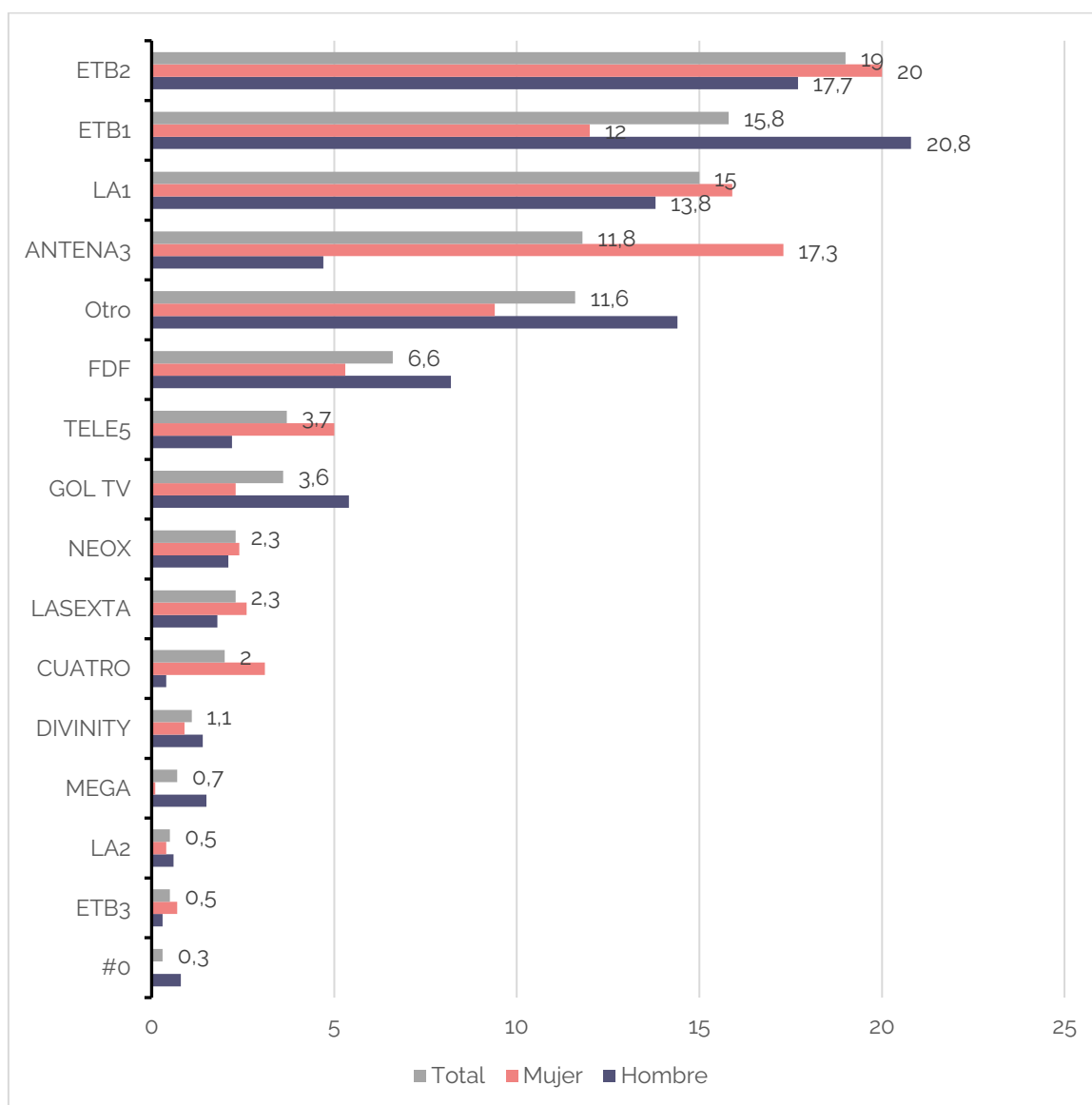
Imagen 4: Nube de palabras de los últimos contenidos vistos en televisión.



Fuente: Ikusiker, mayo de 2025.

Los datos del siguiente gráfico muestran en qué canal han visto los jóvenes ese último contenido televisivo. Aunque ETB2 destaca por encima del resto (19%), ETB1 le sigue de cerca, con una diferencia de unos 4 puntos. El porcentaje total de La1 también se sitúa cerca del de ETB2 (15%). Mientras que los porcentajes totales reflejan el orden ETB2 > ETB1 > La1, el consumo varía también según el género. De hecho, entre las mujeres, un 20% ha visto el último contenido en ETB2, un 15,9% en La1 y un 12% en ETB1. En el caso de los chicos, el canal más visto ha sido ETB1 (20,8%).

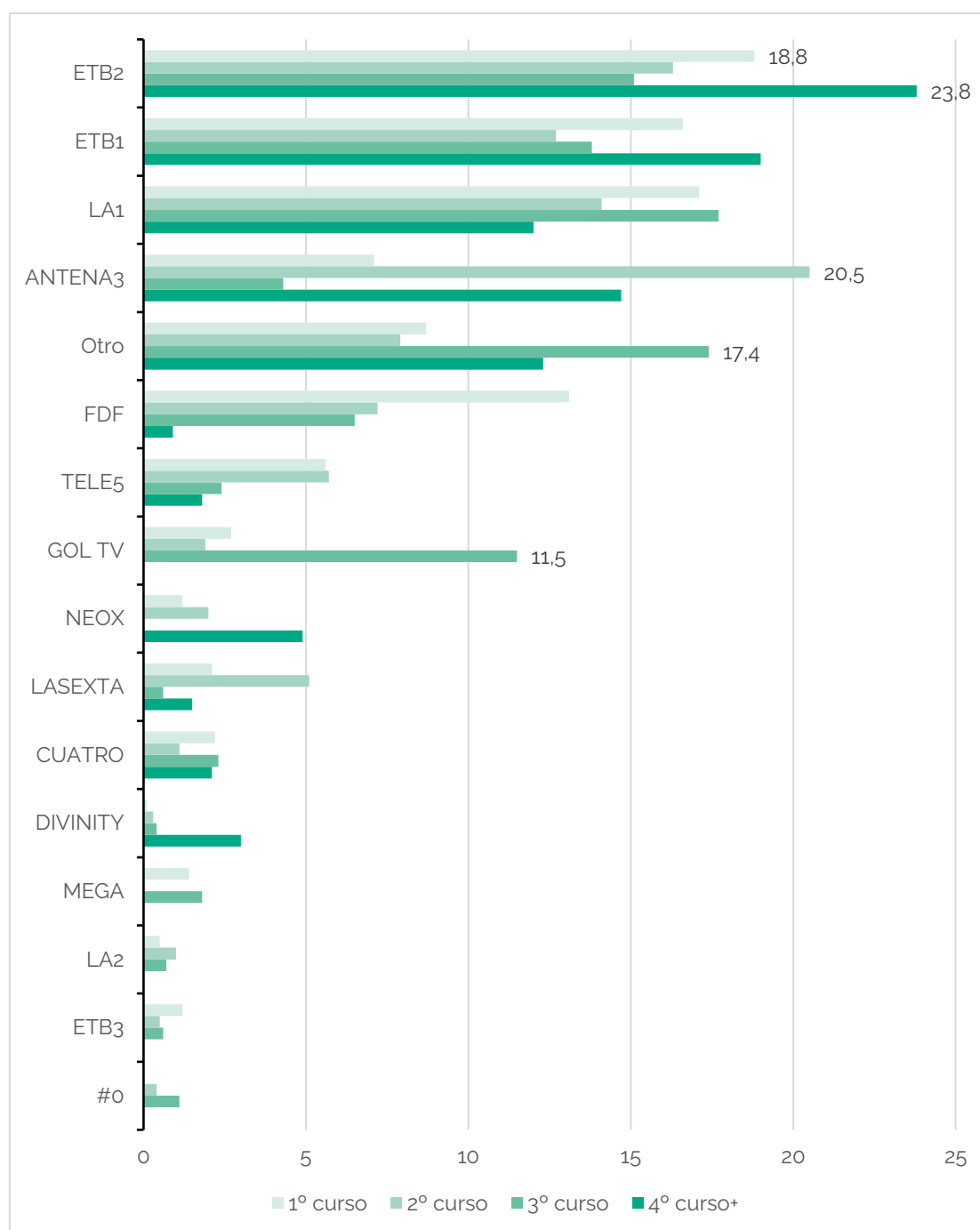
Imagen 5: Canal de televisión del último contenido visto en la televisión tradicional. Porcentajes totales y en función del género.



Fuente: Ikusiker, mayo de 2025.

Al analizar la elección del canal para el último consumo según el nivel de estudios, se observa que el alumnado de cuarto curso ha optado por ETB2 en mayor proporción que el resto de estudiantes, representando casi el 25% de este grupo.

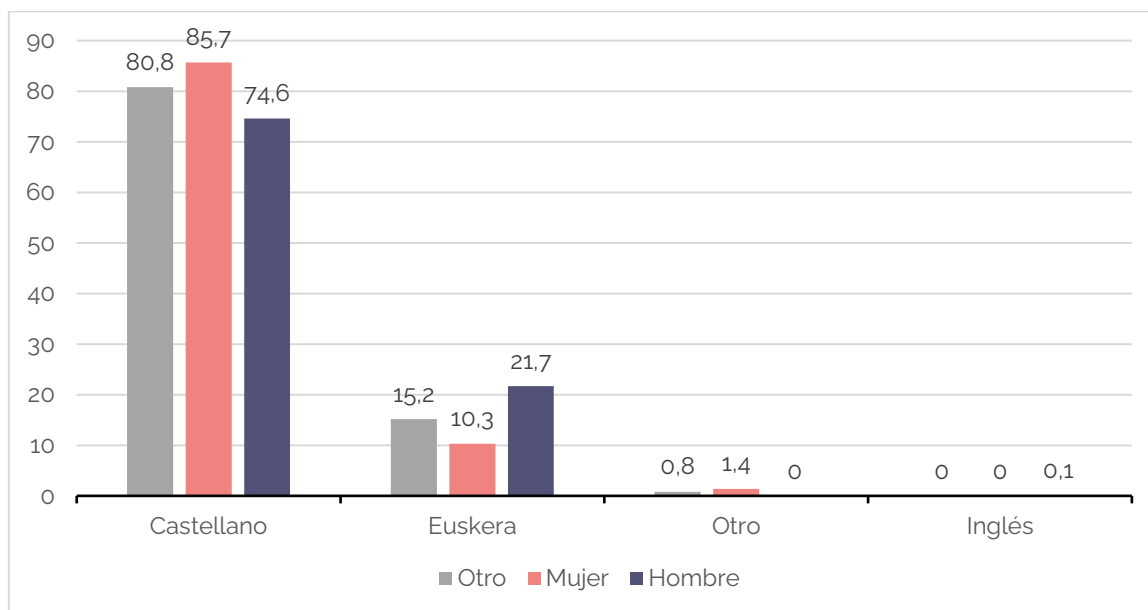
Imagen 6: Canal donde se vio el último contenido en televisión. Porcentajes según nivel de estudios:



Fuente: Ikusiker, mayo de 2025.

Al examinar la relación entre el último consumo televisivo y el idioma, se identifica que el castellano es la lengua predominante, representando el 80,8%. Asimismo, cabe destacar, que el euskera se sitúa como la segunda lengua más elegida, con un 15,2%.

Imagen 7: Idioma del último contenido visto en televisión. Porcentajes totales y según el género.



Fuente: Ikusiker, mayo de 2025.

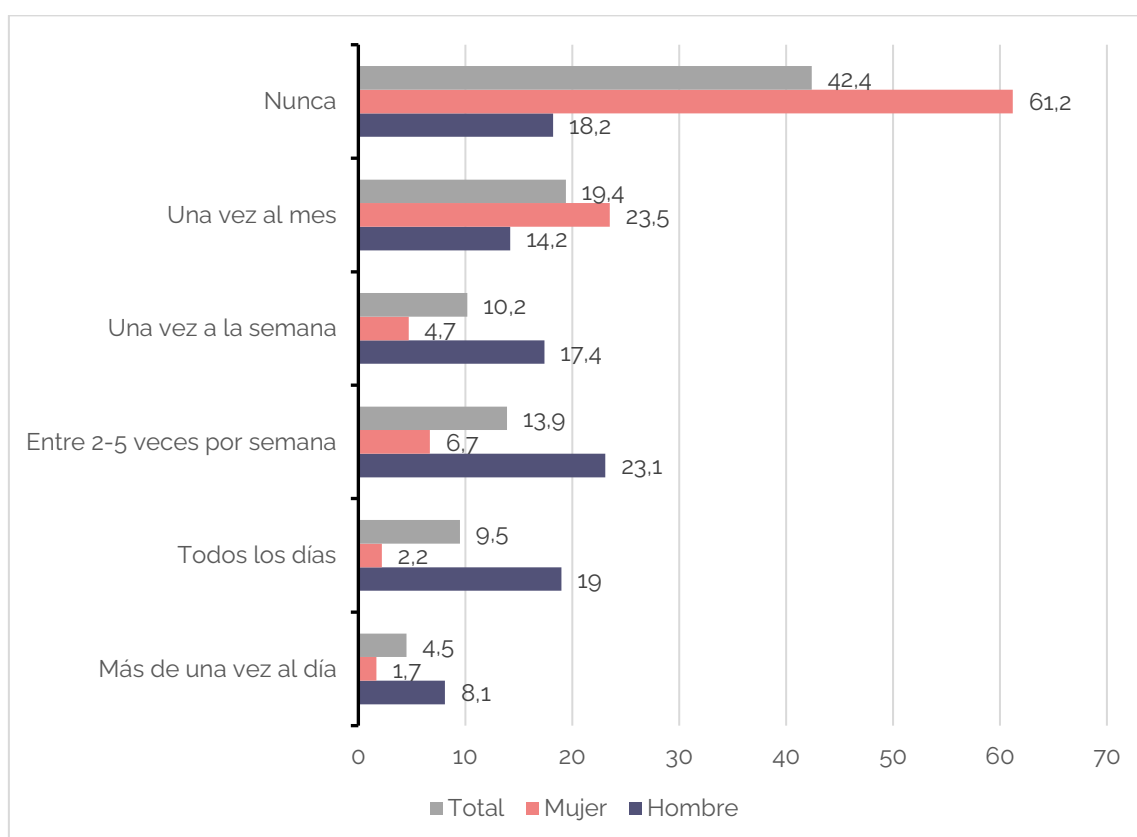
VIDEOJUEGOS

Este informe presenta datos sobre los hábitos de las y los estudiantes universitarios en torno a los videojuegos. Los resultados se organizan en varios bloques temáticos: uso general, videojuegos en dispositivos móviles, videojuegos en consolas, juegos en línea, micro-pagos y por último un apartado en el que el alumnado manifiesta el nivel de acuerdo con distintas afirmaciones vinculadas a los videojuegos.

Uso general

Los datos que se presentan a continuación reflejan la frecuencia con la que el estudiantado juega a videojuegos, mostrando diferencias significativas desde una perspectiva de género. En el caso del alumnado masculino, los porcentajes se distribuyen de manera relativamente homogénea entre los distintos niveles de frecuencia, oscilando entre el 8,1 % y el 23,1 %, destacando que un 17,1 % juega a diario. Por su parte, entre el alumnado femenino, el 61,2 % declara no jugar nunca a videojuegos, aproximadamente una de cada cuatro lo hace una vez al mes, y el 15 % restante se reparte entre frecuencias superiores. Estos resultados evidencian una brecha de género significativa en la práctica habitual de videojuegos.

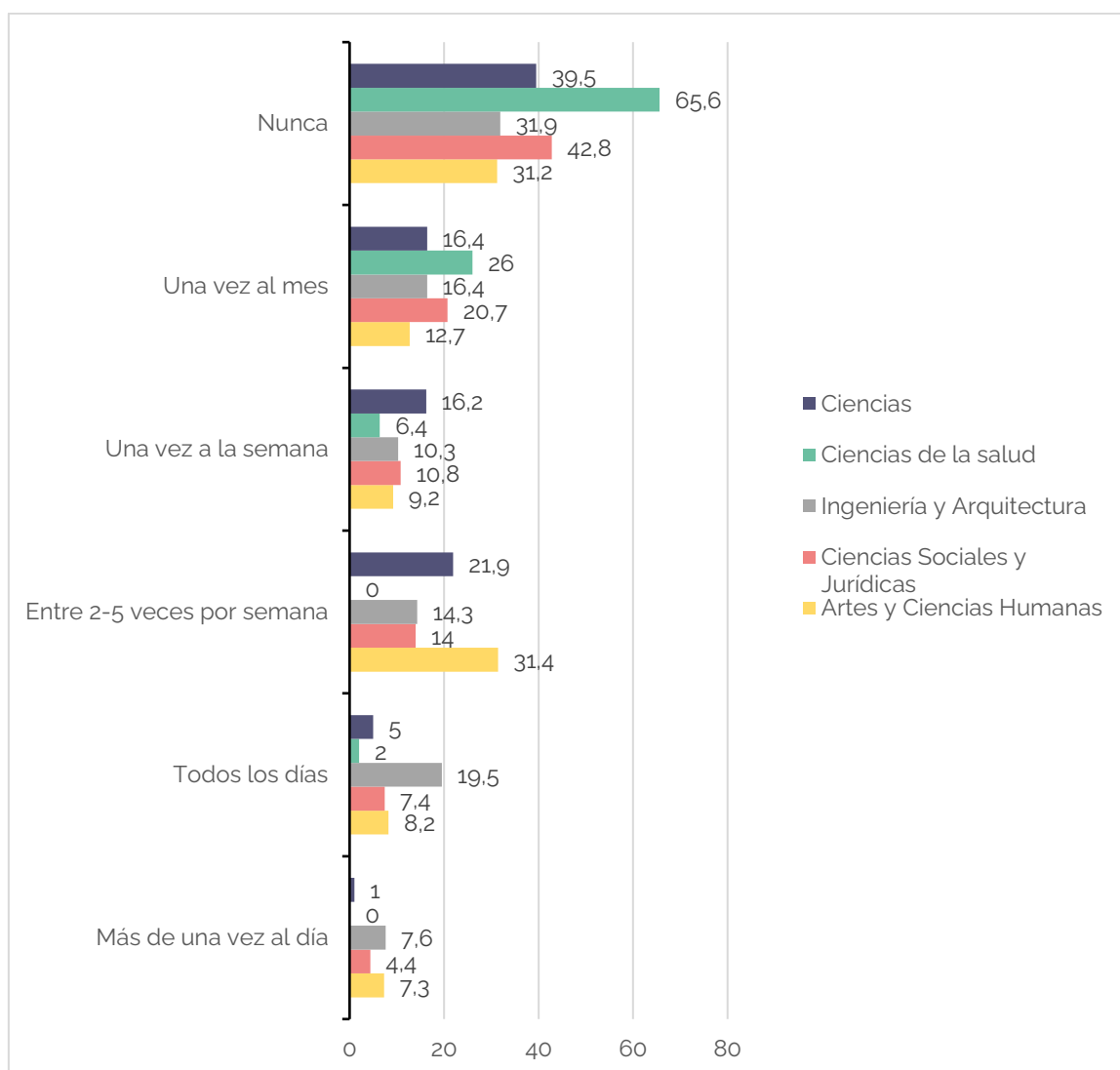
Imagen 8: Frecuencia de juego a videojuegos. Porcentajes totales y según el género.



Fuente: Ikusiker, mayo de 2025.

El análisis de los datos según el área de estudios revela diferencias significativas entre disciplinas. Destaca especialmente el caso de los estudiantes de Ciencias de la Salud, quienes constituyen la mayoría en las categorías de frecuencia "una vez al mes" y "nunca", con un 26 % y un 65,6 % respectivamente. Asimismo, en las categorías de mayor frecuencia de uso, los estudiantes de esta área registran consistentemente los porcentajes más bajos. En contraste, el 27,1 % del estudiantado de Ingeniería y Arquitectura declara jugar a diario, representando la proporción más elevada entre las distintas áreas académicas.

Imagen 9: Frecuencia de juego a videojuegos. Porcentajes según el área de estudios:

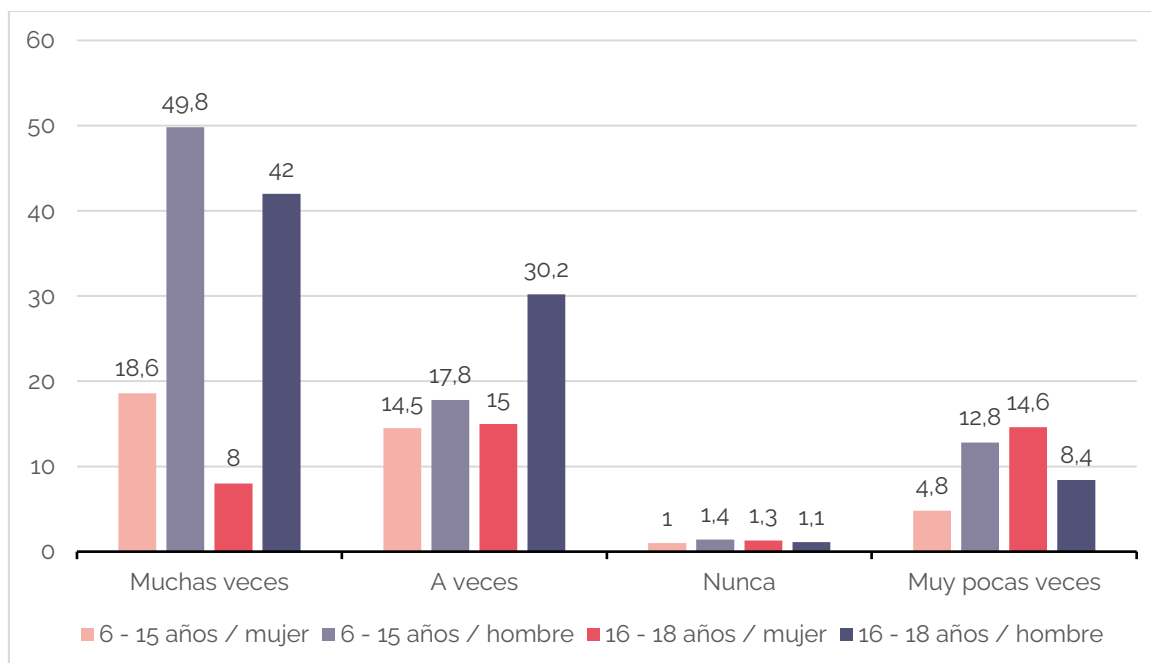


Fuente: Ikusiker, mayo de 2025.

En los siguientes apartados, los datos corresponden exclusivamente al subgrupo de estudiantes que han declarado haber jugado a videojuegos en algún momento, excluyéndose por tanto a aquellos que indicaron "nunca" en la pregunta relativa a la frecuencia de uso.

Se ha solicitado a los participantes que reportaran la frecuencia con la que jugaban a videojuegos durante dos etapas específicas de su desarrollo: infancia (6 a 15 años) y adolescencia tardía (16 a 18 años). Los resultados evidencian que, aunque desde la infancia los hombres presentan una mayor participación en el consumo de videojuegos en comparación con las mujeres, esta diferencia de género se intensifica con el paso del tiempo. En todos los niveles de frecuencia de juego, la diferencia entre hombres y mujeres se incrementa con la edad. Los chicos presentan porcentajes mayores en las categorías de uso frecuente, mientras que las chicas predominan en las categorías de uso esporádico o bajo.

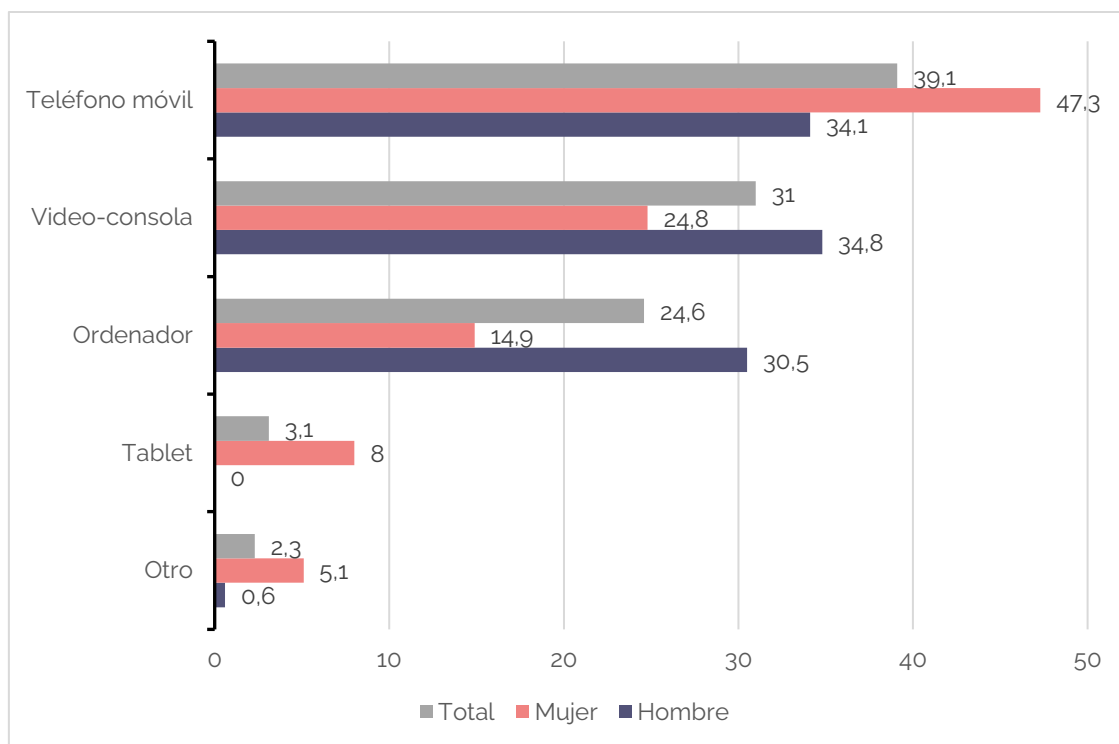
Imagen 10: Frecuencia de juego a videojuegos cuando los estudiantes eran más jóvenes. Porcentajes según tramo de edad y género.



Fuente: lkusiker, mayo de 2025.

Considerando el dispositivo empleado para la práctica de videojuegos, el teléfono móvil se posiciona como el más común, concentrando al 39,1 % del estudiantado. Dentro de esta categoría se observa una menor proporción de varones; sin embargo, entre los tres dispositivos principales —teléfono móvil, videoconsola y ordenador—, los porcentajes resultan relativamente equilibrados en el caso del alumnado masculino, lo que indica un uso distribuido de manera similar entre estos dispositivos. Por el contrario, en el alumnado femenino las diferencias en el uso de dispositivos son más marcadas: casi la mitad utiliza el teléfono móvil para jugar, aproximadamente una cuarta parte emplea la videoconsola y alrededor del 15 % prioriza el ordenador. Asimismo, cabe destacar que un 8 % de las estudiantes recurre a la tablet como dispositivo para la práctica de videojuegos.

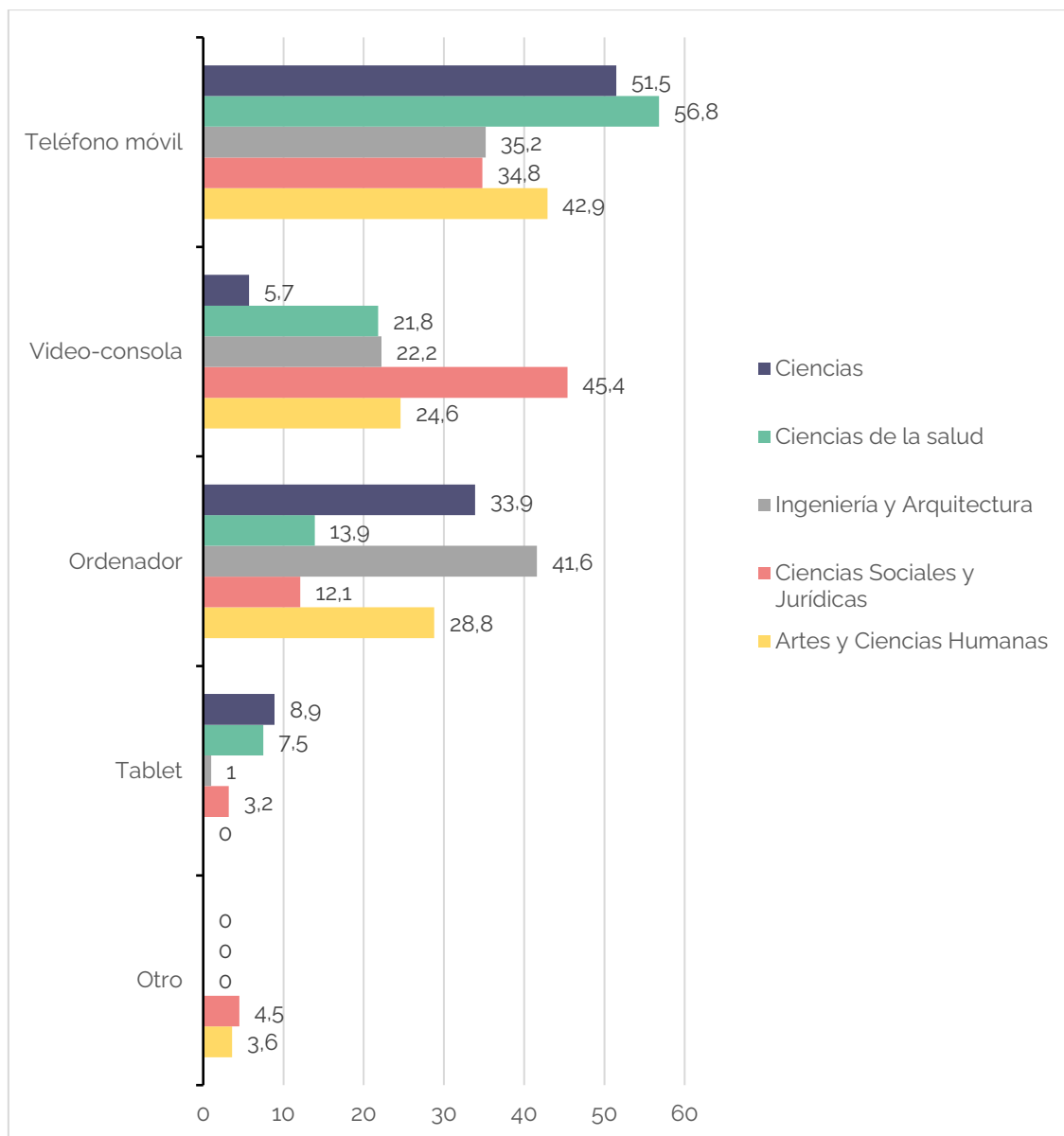
Imagen 11: Dispositivos utilizados para jugar a videojuegos. Porcentajes totales y según el género.



Fuente: Ikusiker, mayo de 2025.

Al analizar los datos según el área de estudio, se observa que el teléfono móvil predomina entre el alumnado de Ciencias de la Salud, Ciencias, y Artes y Ciencias Humanas. En contraste, la videoconsola es el dispositivo más utilizado por los estudiantes del área de Ciencias Sociales y Jurídicas, con un 45,4 %. Por otra parte, entre quienes cursan estudios de Ingeniería y Arquitectura, el ordenador se posiciona como el dispositivo preferido, alcanzando un 41,6 % de preferencia.

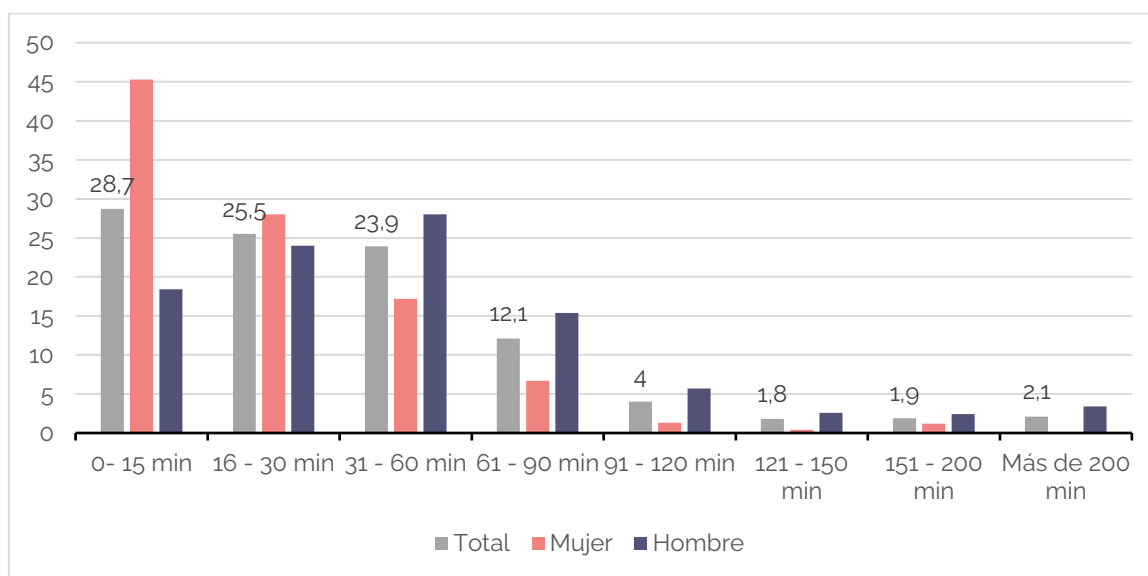
Imagen 12: Dispositivos utilizados para jugar a videojuegos. Porcentajes totales y según el género.



Fuente: Ikusiker, mayo de 2025.

El gráfico siguiente presenta el tiempo que los estudiantes dedican a jugar videojuegos, mostrando diferencias notables entre el consumo que realizan las mujeres y hombres. El 45,3 % de las chicas juega entre 0 y 15 minutos, y el porcentaje disminuye a medida que aumenta la duración del juego. Por su parte, los chicos distribuyen su tiempo de juego de manera más uniforme en los intervalos de 0 a 90 minutos. Además, un 14,1 % de los hombres juega más de 90 minutos, frente a menos del 3 % en el caso de las mujeres.

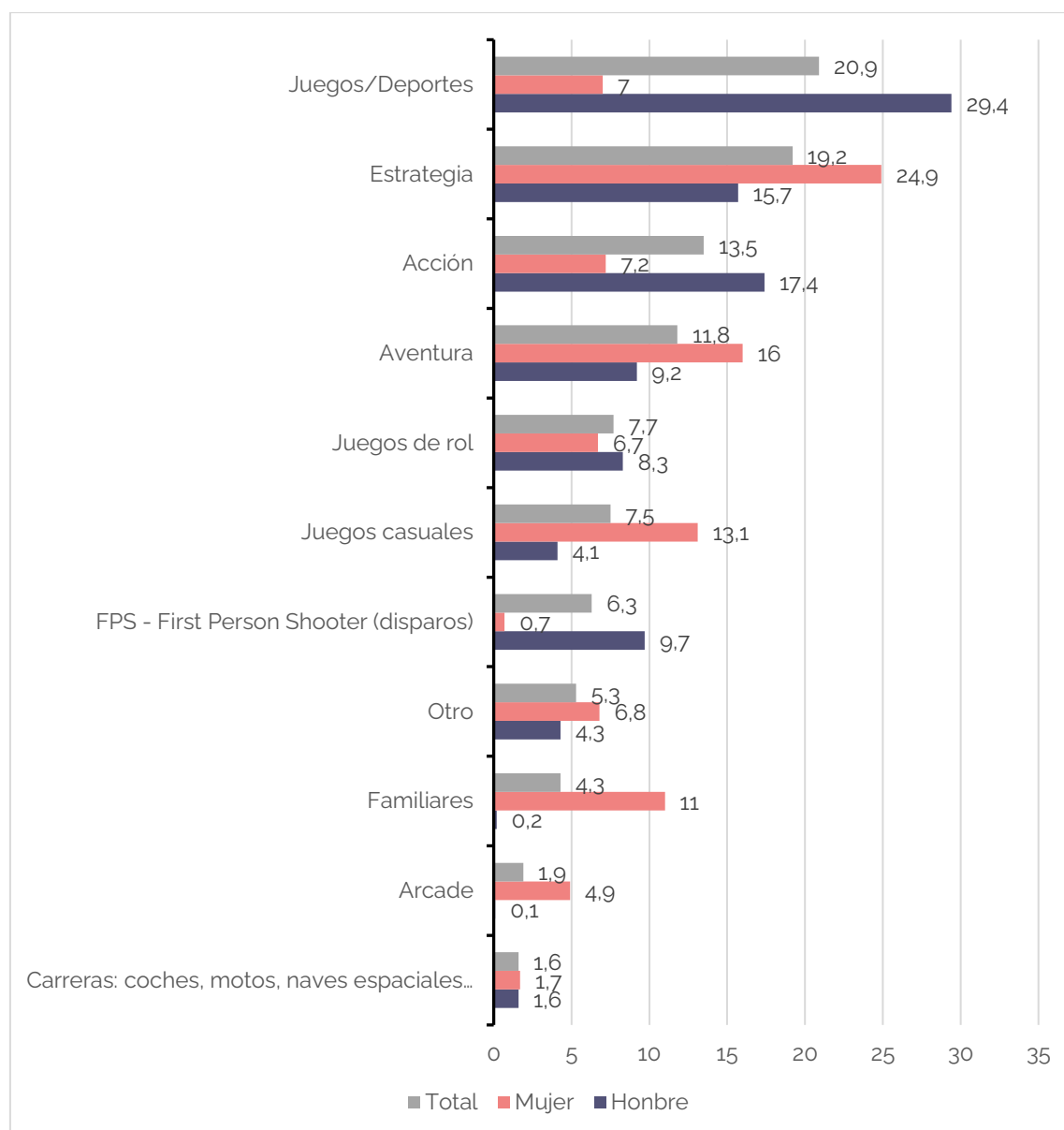
Imagen 13: Tiempo dedicado a jugar videojuegos. Porcentajes totales y por género.



Fuente: Ikusiker, mayo de 2025.

A continuación, se examinan las preferencias de los jóvenes respecto a los tipos de videojuegos. Aproximadamente el 30 % del alumnado masculino opta por los juegos de deportes, mientras que las mujeres muestran una mayor inclinación hacia los videojuegos de estrategia (24,9 %). El orden de preferencia entre los hombres es el siguiente: juegos/deportes, acción, estrategia y aventura. En contraste, entre las mujeres, la jerarquía de elección es: estrategia, aventura, juegos casuales y familiares.

Imagen 14: Tipos de videojuegos favoritos. Porcentajes totales y según el género.



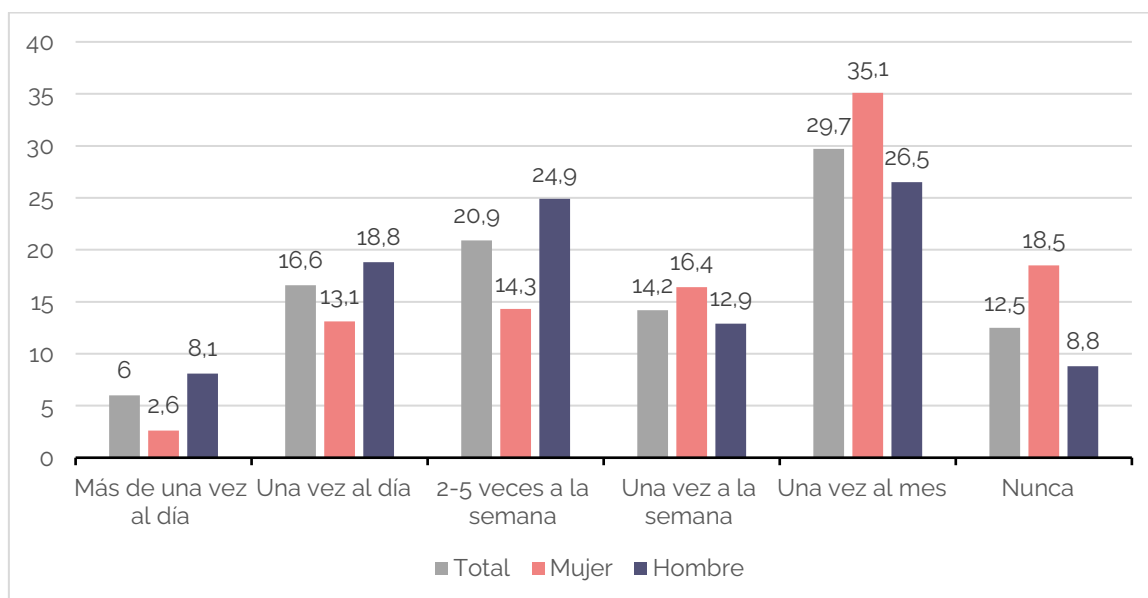
Fuente: Ikusiker, mayo de 2025.

Videojuegos para el móvil

En el presente apartado se exponen los resultados relacionados con los hábitos del estudiantado en cuanto al uso de videojuegos en dispositivos móviles. Para la elaboración de los gráficos incluidos en esta sección, se ha considerado únicamente a quienes reportaron haber jugado a videojuegos en alguna ocasión, excluyendo así a quienes indicaron "nunca" en la pregunta inicial sobre la frecuencia de juego.

Los datos que se presentan a continuación reflejan la frecuencia con la que los estudiantes utilizan videojuegos en el móvil. Aproximadamente el 40 % del estudiantado concentra su actividad en niveles bajos de frecuencia, especialmente entre las mujeres. En las categorías de frecuencia más alta, el porcentaje de hombres supera al de mujeres. No obstante, la brecha de género observada en el uso de videojuegos en dispositivos móviles es menor que la registrada en el uso general de videojuegos.

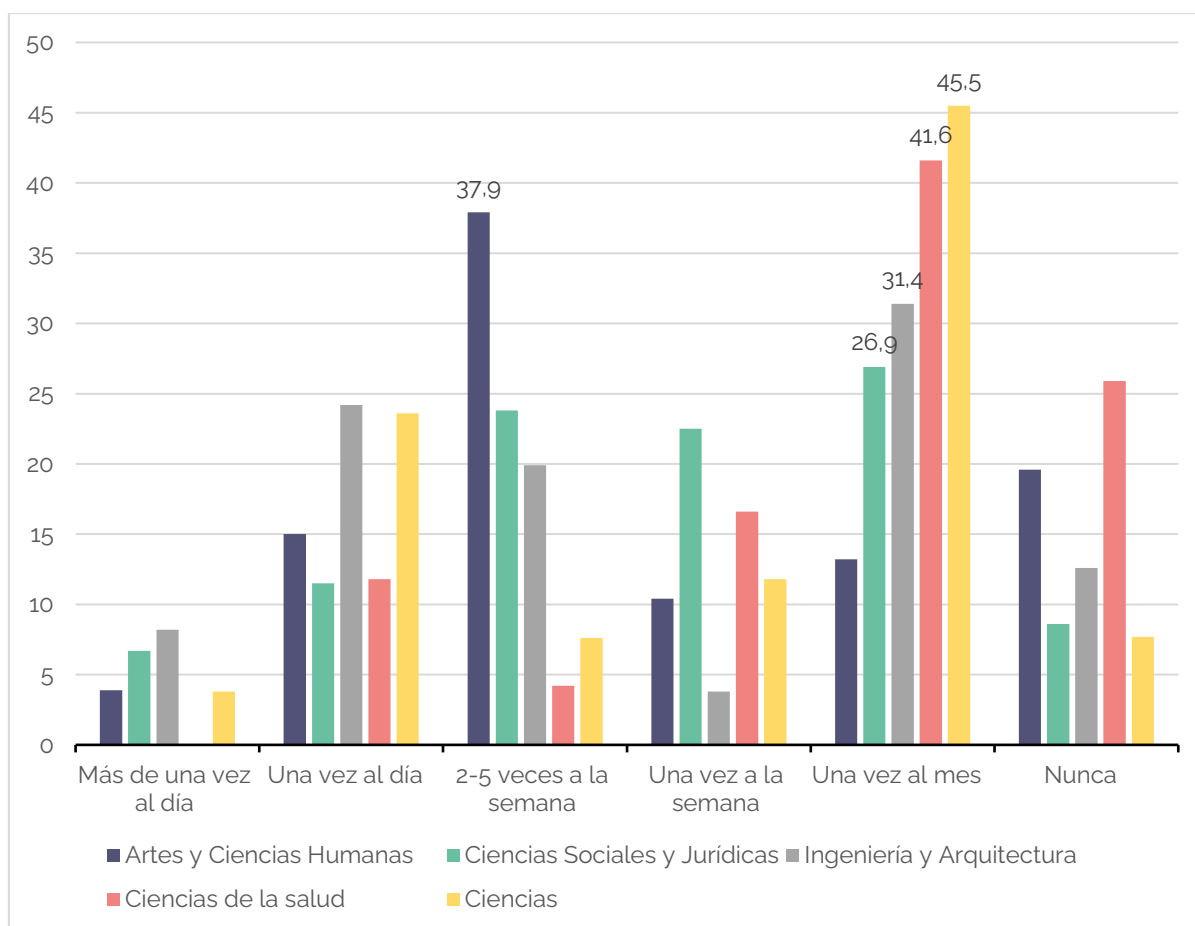
Imagen 15: Frecuencia de juego a videojuegos en el móvil. Porcentajes totales y según el género.



Fuente: Ikusiker, mayo de 2025.

Al analizar los datos según el área de estudio, se identifican diferencias relevantes entre algunas disciplinas. Destaca especialmente el grupo de estudiantes de Artes y Ciencias Sociales, quienes representan la mayoría en la categoría de consumo "2-5 veces por semana" (37,9 %). Por otro lado, el alumnado de las restantes áreas de estudio se concentra mayoritariamente en la frecuencia de "una vez al mes". En contraste, los estudiantes de Ciencias de la Salud predominan en las frecuencias más bajas de uso.

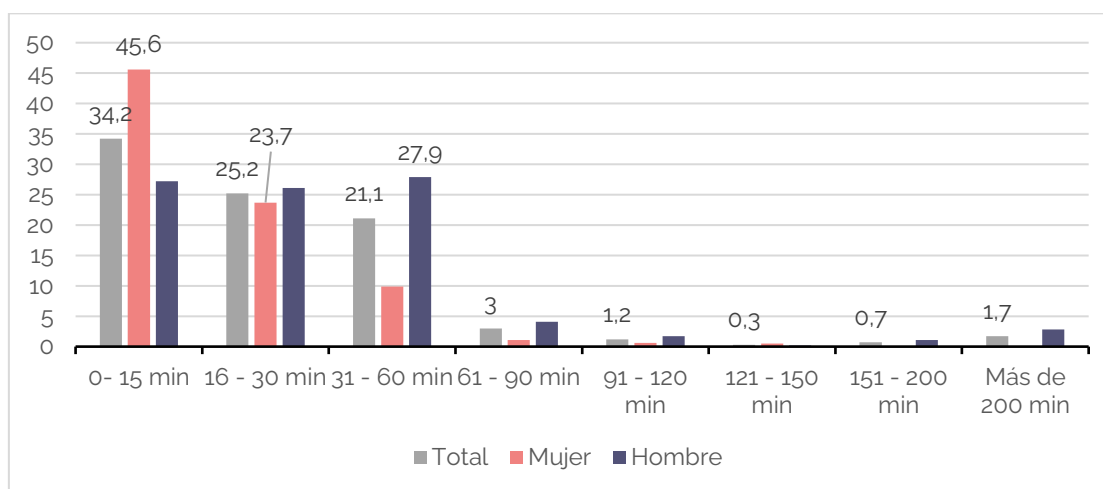
Imagen 16: Frecuencia de juego a videojuegos en el móvil. Porcentajes según el área de estudio.



Fuente: Ikusiker, mayo de 2025.

El porcentaje de chicos que juegan videojuegos en el móvil se distribuye de forma bastante uniforme en los primeros tres intervalos de tiempo (0-15, 16-30 y 31-60 minutos). En cambio, el porcentaje de chicas disminuye drásticamente a partir del primer intervalo. En ambos casos, el porcentaje de estudiantes que juegan más de 60 minutos es casi nulo.

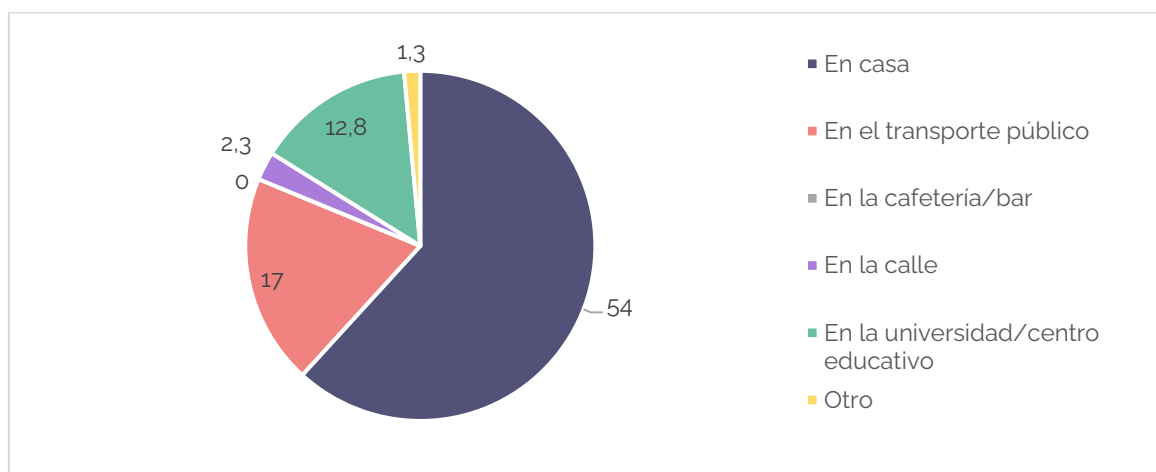
Imagen 17: Tiempo que los estudiantes dedican a jugar videojuegos en el móvil. Porcentajes según el área de estudio.



Fuente: lkusiker, mayo de 2025.

A pesar de la portabilidad que ofrecen los teléfonos móviles, más de la mitad del estudiantado declara haber jugado a videojuegos en este dispositivo principalmente en el hogar, tal como se muestra en el gráfico siguiente.

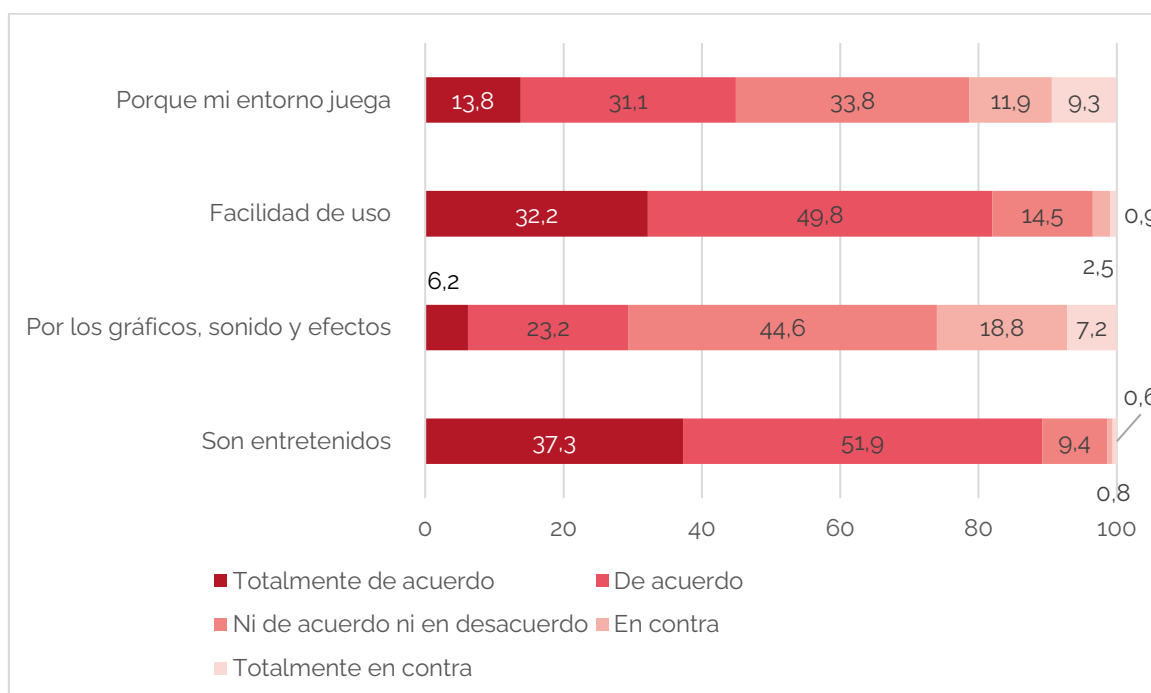
Imagen 18: Lugar donde juegan a videojuegos en el móvil. Porcentajes totales.



Fuente: lkusiker, mayo de 2025.

Al solicitar a los estudiantes que evaluaran su grado de conformidad respecto a diversas motivaciones para el uso de videojuegos en dispositivos móviles, dos características sobresalieron por encima del resto: la facilidad de uso y el carácter entretenido de los juegos. En relación con la primera, el 82 % del estudiantado manifestó un alto grado de conformidad con la afirmación, mientras que el 89,2 % coincidió en que los videojuegos son entretenidos.

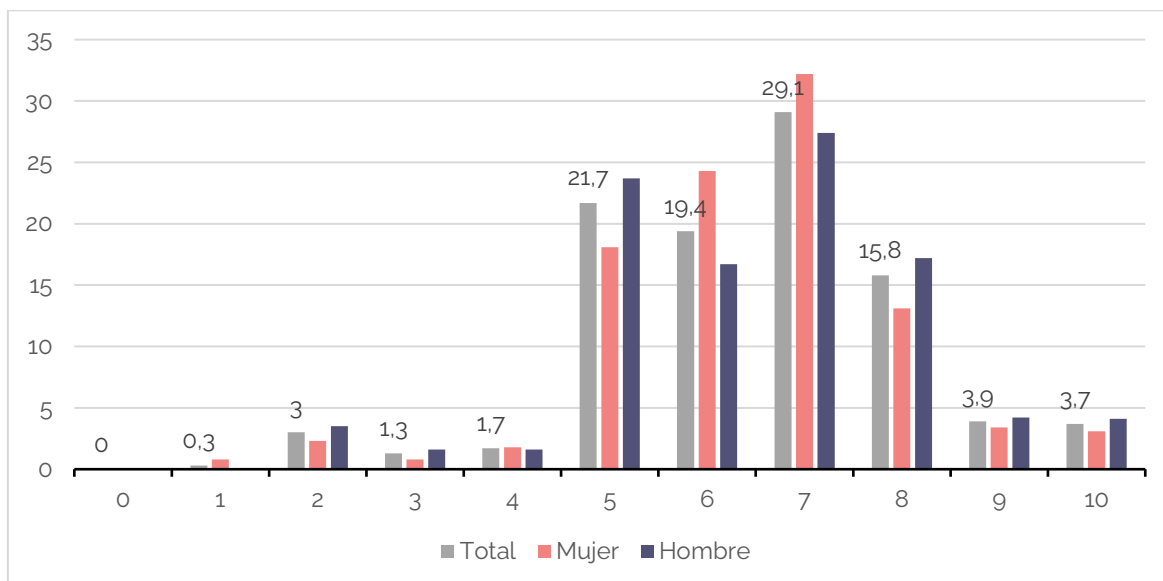
Imagen 19: Nivel de acuerdo con las razones para usar videojuegos en videoconsolas. Porcentajes totales.



Fuente: Ikusiker, mayo de 2025.

Al pedir a las y los estudiantes que valoren los videojuegos para dispositivos móviles, las puntuaciones se distribuyen de manera relativamente equilibrada entre los valores 5 y 8, predominando la calificación 7, con casi un 30 % de respuestas.

Imagen 20: Valoración de los videojuegos para móvil. Porcentajes totales.



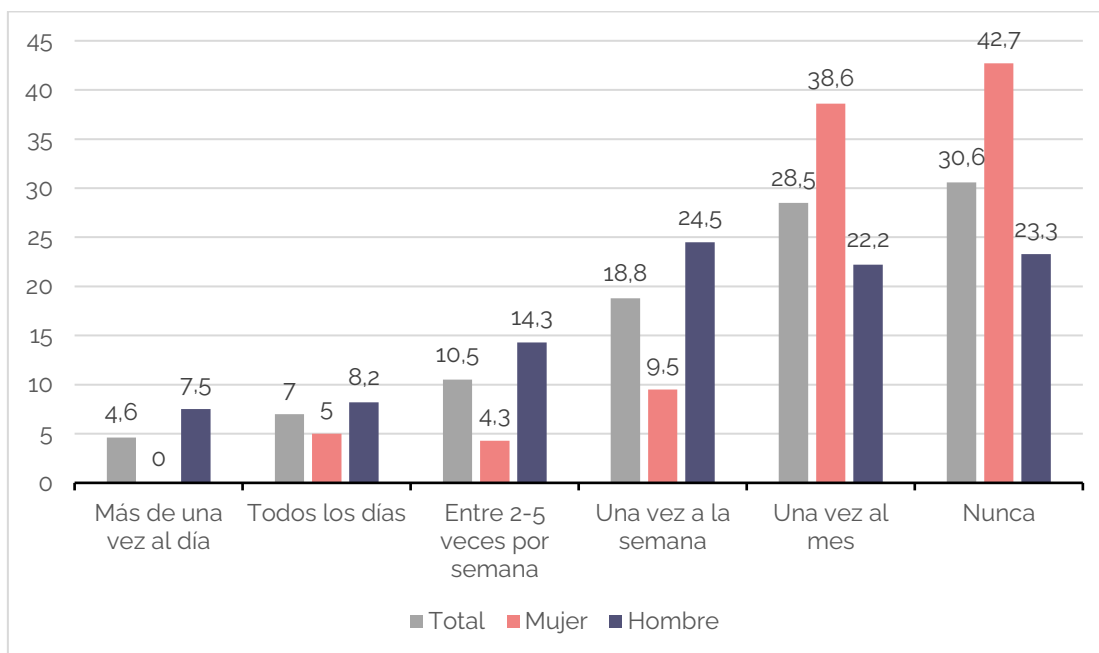
Fuente: Ikusiker, mayo de 2025.

Videojuegos para video-consola

En este apartado se presentan los resultados relacionados con los hábitos de los estudiantes respecto al uso de video-consolas para jugar a videojuegos. Para la elaboración de los gráficos incluidos en esta sección, se considera únicamente al alumnado que ha jugado alguna vez a videojuegos en general, excluyendo a quienes indicaron "nunca" en la pregunta sobre la frecuencia de juego.

A continuación, se muestran los resultados sobre la frecuencia con la que utilizan la videoconsola para jugar. En términos generales, a medida que aumentan los niveles de frecuencia, los porcentajes disminuyen. Esta tendencia es especialmente marcada entre las mujeres, cuyo porcentaje desciende de un 38,6 % en la categoría más baja a un 9,5 % en las categorías que superan "una vez al mes". En contraste, entre los hombres esta tendencia no se observa de forma clara. Además, la diferencia entre mujeres y hombres que nunca utilizan videoconsola para jugar alcanza los 20 puntos porcentuales.

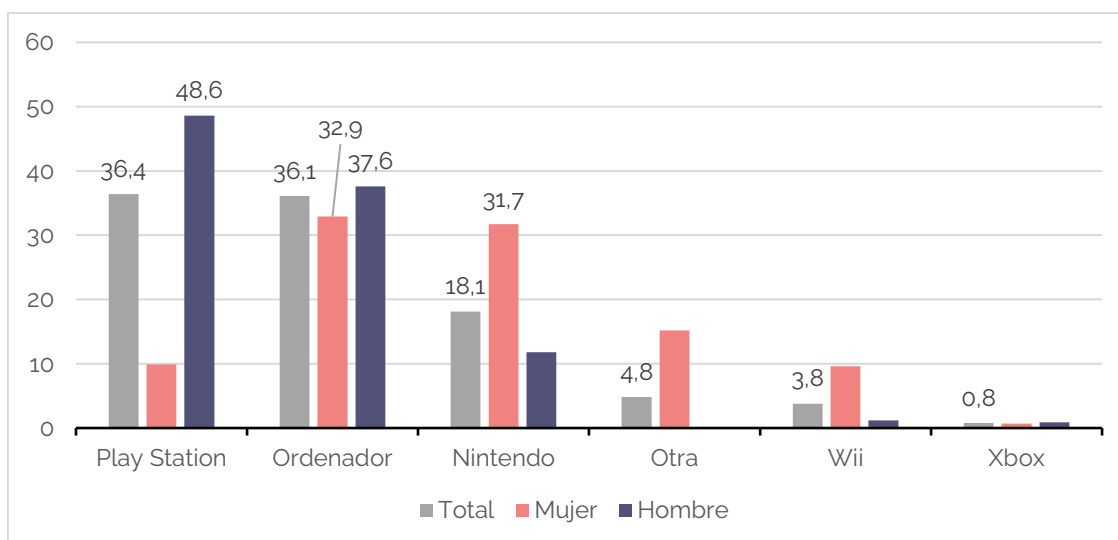
Imagen 21: Frecuencia de juego a videojuegos en videoconsola. Porcentajes totales y según el género.



Fuente: Ikusiker, mayo de 2025.

En la siguiente imagen se muestran los porcentajes de uso de diferentes videoconsolas entre el alumnado que juega a videojuegos en estos aparatos. Mientras que entre los hombres el dispositivo más utilizado es la PlayStation (48,6 %), entre las mujeres la opción más elegida ha sido el ordenador (32,9 %).

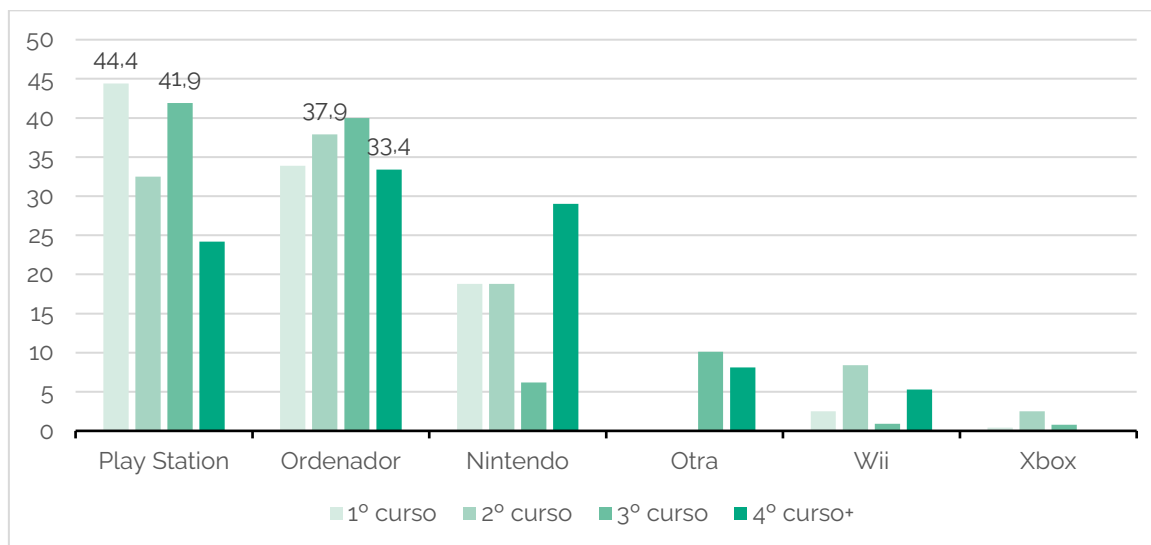
Imagen 22: Videoconsolas utilizadas para jugar a videojuegos. Porcentajes totales y según el género.



Fuente: Ikusiker, mayo de 2025.

Al analizar los datos según el nivel educativo, se observa que el alumnado de 4.º curso muestra una clara preferencia por la Nintendo (29 %), muy por encima del resto. La preferencia por el ordenador se mantiene bastante estable en todos los niveles, mientras que la PlayStation es más popular entre el alumnado de 1.º y 3.º curso.

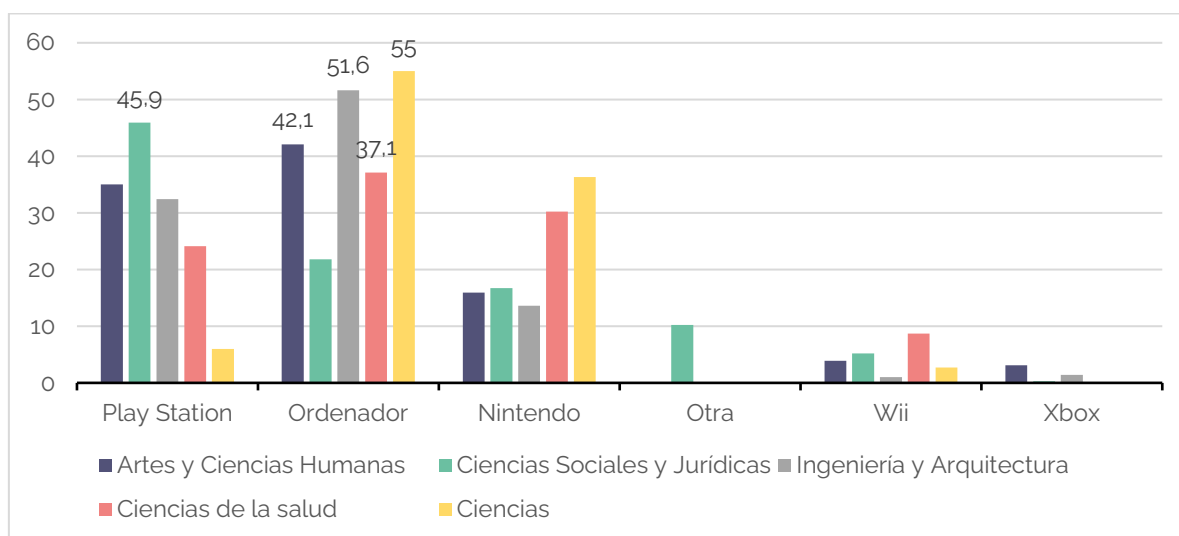
Imagen 23: Videoconsolas utilizadas para jugar a videojuegos. Porcentajes según el nivel educativo.



Fuente: lkusiker, mayo de 2025.

A continuación, se muestra el uso de videoconsolas según el ámbito de estudio. El alumnado de Ciencias apenas utiliza la PlayStation en comparación con las y los jóvenes de otras disciplinas, pero son los usuarios más habituales en cuanto al ordenador. En el caso de la Nintendo, también la utilizan más que el resto.

Imagen 24: Videoconsolas utilizadas para jugar a videojuegos. Porcentajes según el ámbito de estudio.

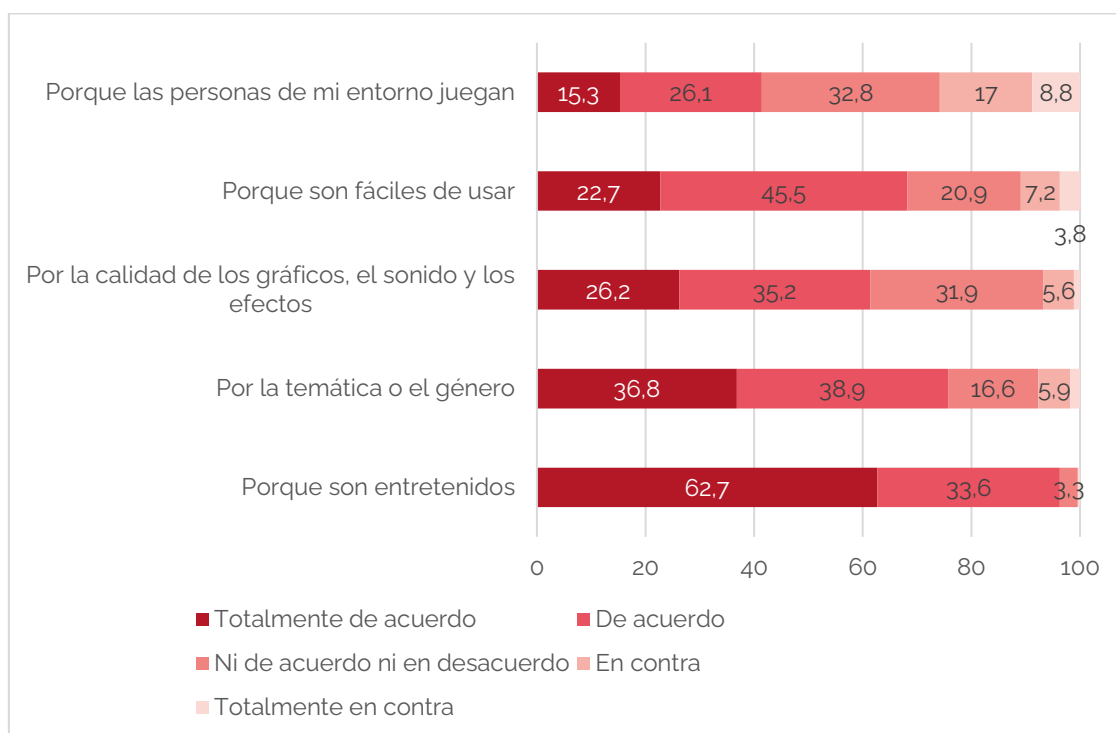


Fuente: Ikusiker, mayo de 2025.

En el siguiente gráfico se muestra el grado de conformidad del estudiantado con distintas razones para jugar a videojuegos en videoconsolas. La motivación predominante es el entretenimiento, con un 62,7 % que se declara "totalmente de acuerdo" y un 96,3 % que manifiesta algún nivel de conformidad con esta afirmación.

Además, más de la mitad del alumnado valora otros aspectos como la temática o género del juego, la facilidad de uso y la calidad de los gráficos, sonido y efectos. Por el contrario, la razón "porque las personas de mi entorno también juegan" presenta un bajo nivel de acuerdo.

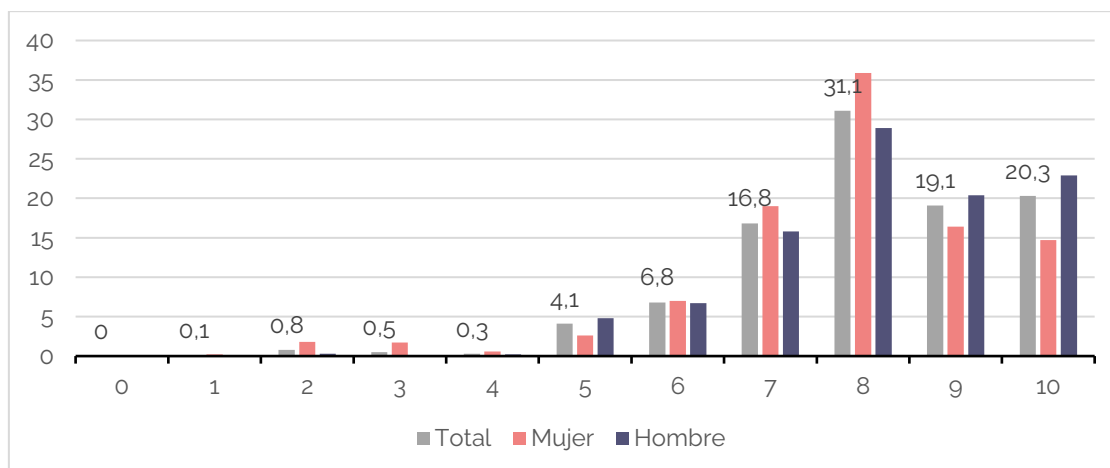
Imagen 25: Nivel de conformidad con las siguientes razones para usar videojuegos en videoconsolas. Porcentajes totales.



Fuente: Ikusiker, mayo de 2025.

Al evaluar los videojuegos para videoconsolas, el 31,1 % del estudiantado asigna una puntuación de 8. En las calificaciones más altas, de 9 y 10, predomina el alumnado masculino, mientras que en el rango de 6 a 8 son mayoritarias las mujeres.

Imagen 26: Valoración a los videojuegos para videoconsolas. Porcentajes totales y según el género.



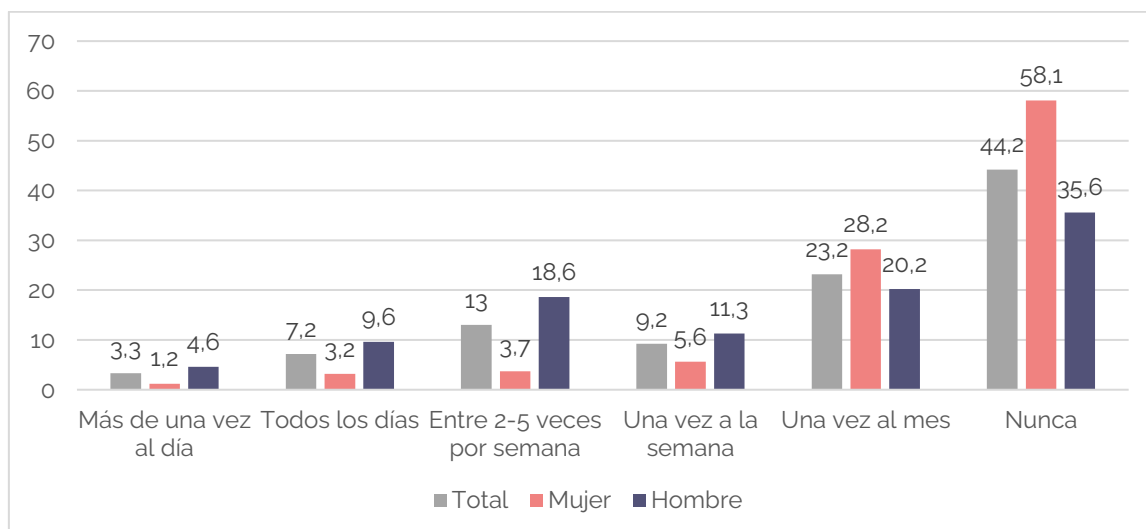
Fuente: Ikusiker, mayo de 2025.

Videojuegos online

En el siguiente apartado se presentan los resultados sobre los hábitos del alumnado respecto a los videojuegos online. Para crear los gráficos de esta sección, se toma como base a los estudiantes que juegan a videojuegos en general en algún momento, excluyendo a quienes responden "nunca" cuando se les pregunta al inicio del cuestionario sobre la frecuencia con la que juegan.

Al analizar los datos sobre la frecuencia de uso, se mantiene la tendencia observada en otros tipos de videojuegos: casi un 60 % de las chicas nunca juega, frente al 35,6 % de los chicos. Además, el porcentaje de chicas disminuye de forma notable a partir de la categoría "una vez al mes", algo que no ocurre entre los chicos, de los cuales el 14,2 % juega a diario.

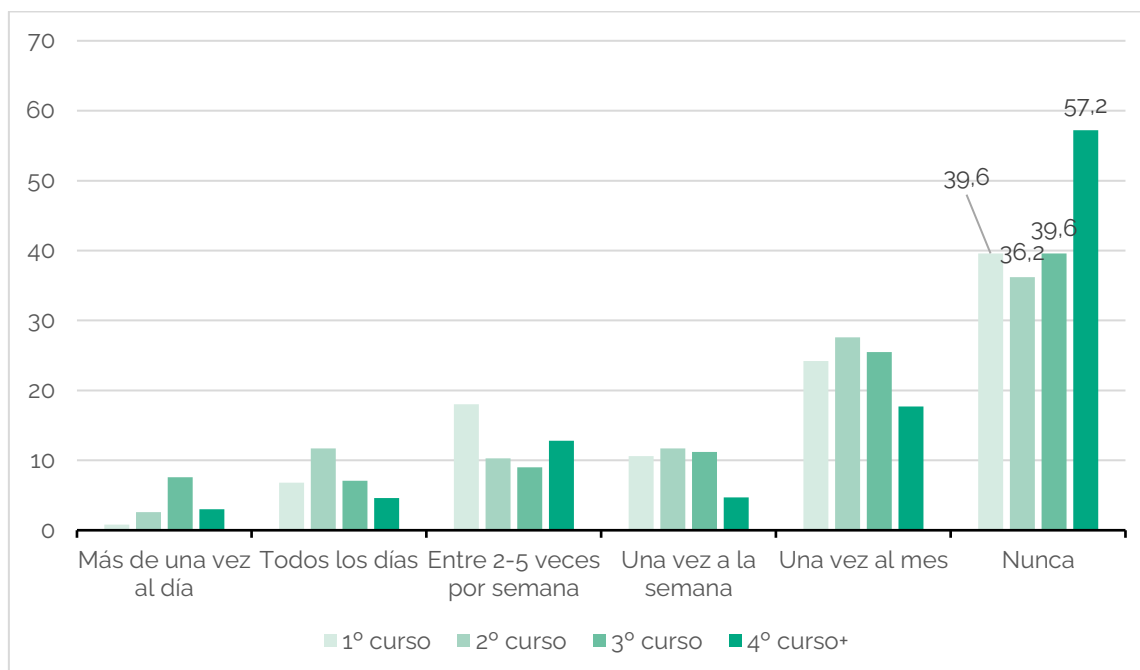
Imagen 27: Frecuencia de juego a videojuegos online. Porcentajes totales y según el género.



Fuente: Ikusiker, mayo de 2025.

Al analizar la frecuencia de juego según el nivel educativo, se observa que el alumnado de cuarto curso juega menos a videojuegos online, ya que el 57,2 % nunca los utiliza.

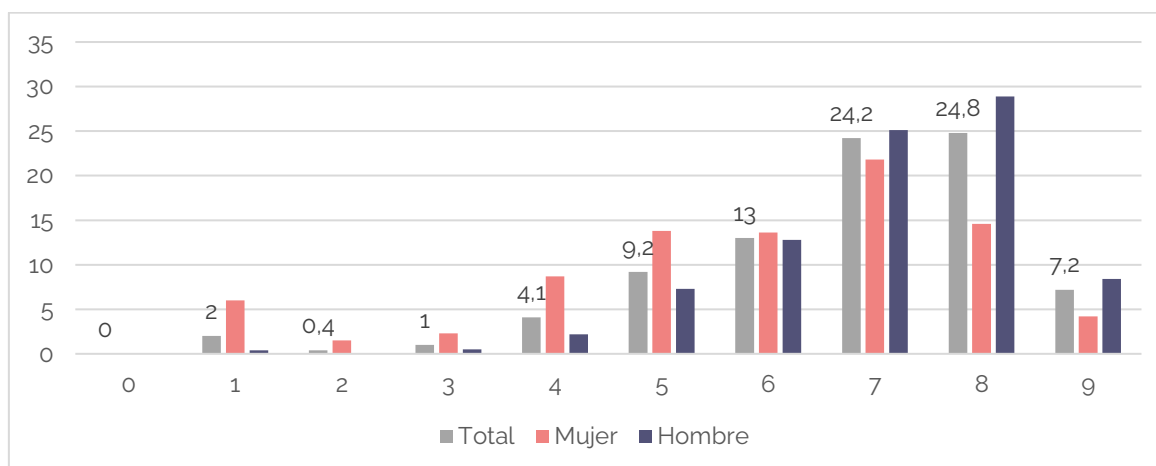
Imagen 28: Frecuencia de juego a videojuegos online. Porcentajes según el nivel educativo.



Fuente: Ikusiker, mayo de 2025.

Al evaluar los videojuegos online, el 24,8 % del alumnado asigna una puntuación de 8. En este contexto, el porcentaje de chicos es mayor en las calificaciones entre 7 y 10, mientras que el de chicas predomina en el rango de 1 a 7.

Imagen 29: Valoración otorgada a los videojuegos online. Porcentajes totales y según el género.



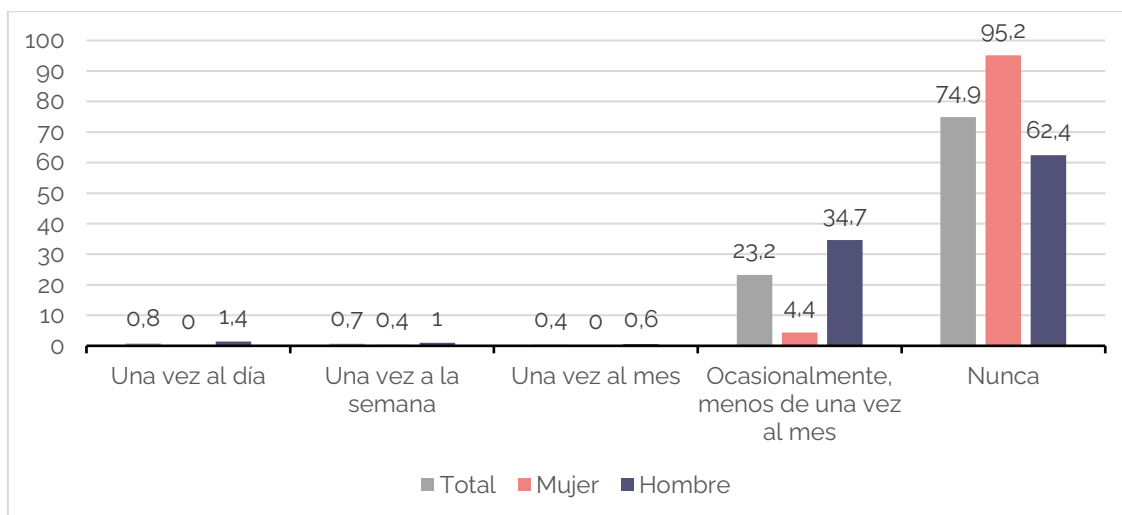
Fuente: Ikusiker, mayo de 2025.

Micro-pagos

En este apartado se presentan los resultados relativos a los hábitos del alumnado en relación con los micro-pagos en videojuegos. Para la elaboración de los gráficos de esta sección, se toma como referencia a los estudiantes que juegan a videojuegos en algún momento, excluyendo a quienes indicaron "nunca" al ser consultados sobre la frecuencia de juego al inicio del cuestionario.

Como se observa en el gráfico inferior, el alumnado, en términos generales, realiza pocas microtransacciones. La mayoría de las mujeres (95,2 %) nunca efectúa este tipo de pagos, mientras que el porcentaje correspondiente a los hombres en esta categoría es aproximadamente 30 puntos porcentuales inferior. El resto de estudiantes realiza micro-pagos de manera ocasional, aunque con una frecuencia inferior a una vez al mes.

Imagen 30: Frecuencia de micro-pagos en videojuegos. Porcentajes totales y según el género.

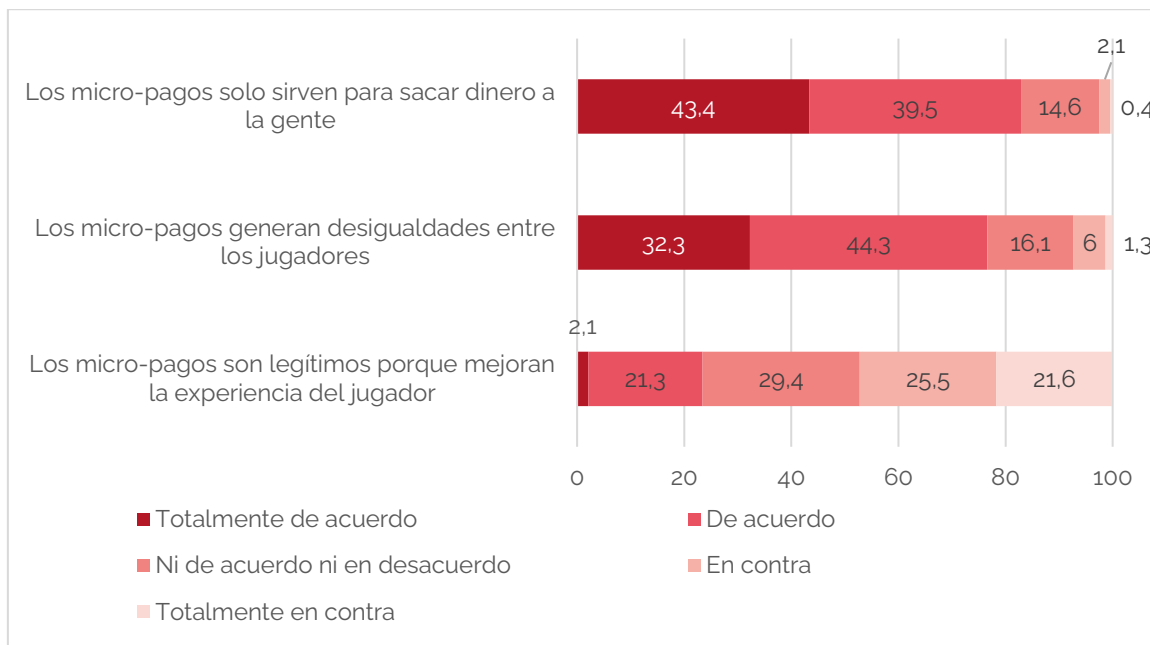


Fuente: Ikusiker, mayo de 2025.

Los resultados que se muestran en la imagen inferior reflejan el grado de conformidad del alumnado con varias afirmaciones sobre los micro-pagos. En general, la mayoría no está completamente a favor de estas prácticas: alrededor del 80 % cree que solo sirven para obtener dinero y que generan

desigualdades entre las y los jugadores. Además, casi la mitad cuestiona su legitimidad, frente a un 23,4 % que las acepta.

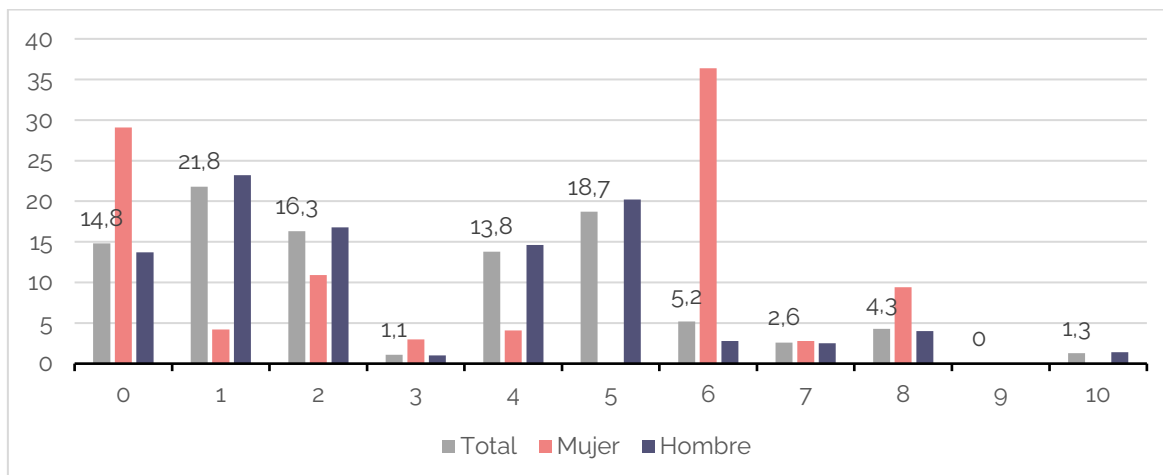
Imagen 31: Nivel de conformidad con algunas afirmaciones sobre los micro-pagos. Porcentajes totales.



Fuente: Ikusiker, mayo de 2025.

Al solicitar a los estudiantes que valoren los micro-pagos, se confirma la desaprobación hacia esta práctica, evidenciada previamente de forma indirecta.

Imagen 32: Notas otorgadas a los micro-pagos en videojuegos. Porcentajes totales y según el género.



Fuente: Ikusiker, mayo de 2025.

Nivel de conformidad con algunas afirmaciones sobre los videojuegos.

En este último apartado, se presenta el nivel de conformidad del alumnado con diversas afirmaciones relacionadas con los videojuegos. Las tres primeras hacen referencia a experiencias positivas vinculadas a su práctica. En general, aproximadamente la mitad del estudiantado coincide en que los videojuegos contribuyen al desarrollo de la competitividad, los reflejos y la agilidad mental. Se observan resultados similares en la afirmación "jugar a videojuegos es una experiencia agradable", donde el porcentaje de desacuerdo es bajo (7,2 %).

Por otro lado, la afirmación con el nivel más bajo de conformidad se relaciona con la posibilidad de conocer gente nueva a través de los videojuegos online: menos del 30 % del alumnado está de acuerdo, mientras que un 44,7 % manifiesta desacuerdo con esta idea.

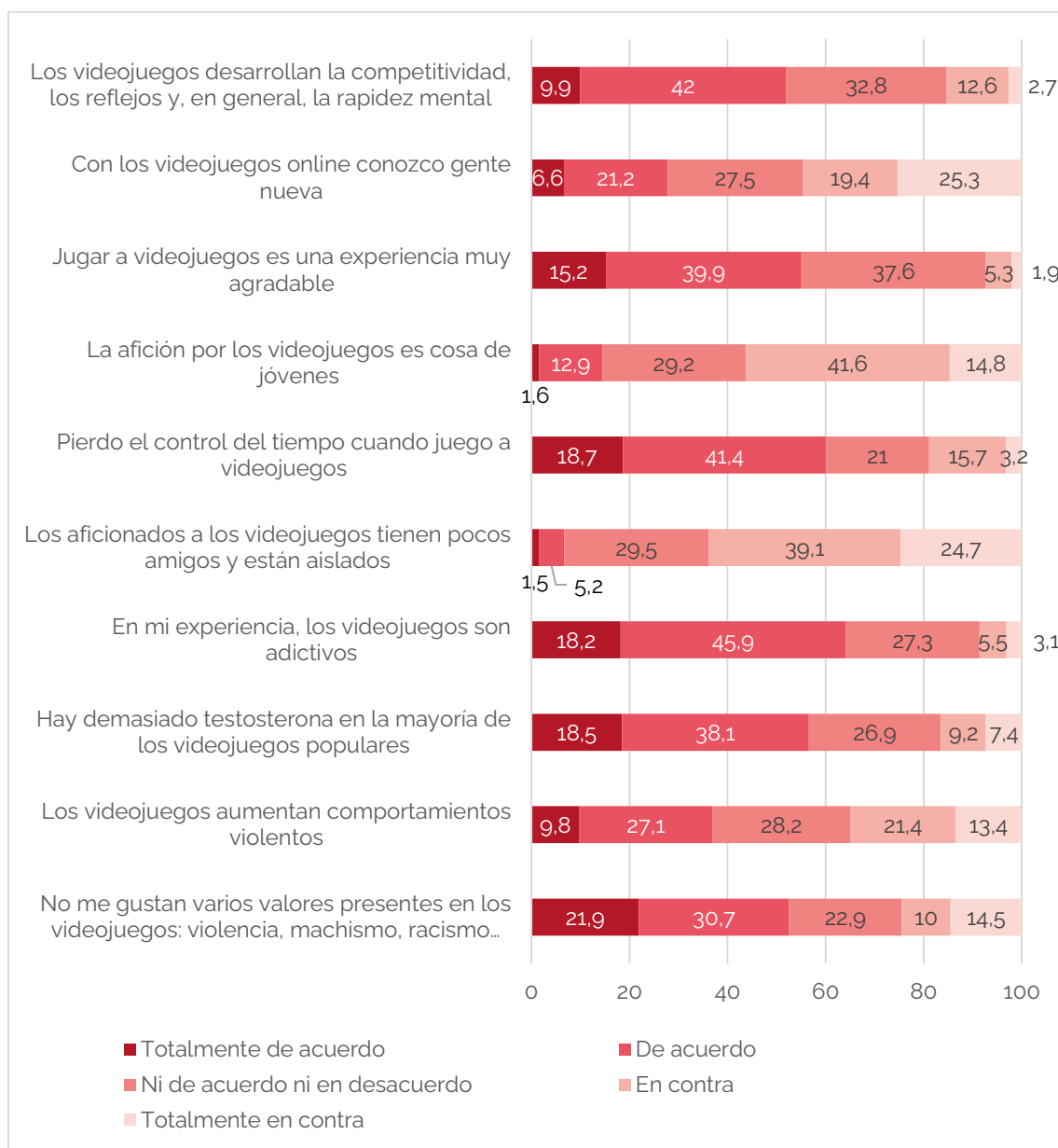
La mayoría del alumnado universitario no considera que los videojuegos sean exclusivos de los jóvenes, rechazando esta idea más de la mitad de los encuestados. Alrededor del 60 % opina que los videojuegos son adictivos y dificultan el control del tiempo, siendo estas las dos afirmaciones que reciben mayor nivel de conformidad. No obstante, la primera afirmación registra un porcentaje de desacuerdo mayor (18,9 %) que la segunda (8,6 %). Por otro lado, el prejuicio de que el jugador de videojuegos responde a un perfil aislado y con pocas relaciones sociales es generalmente rechazado por el alumnado, con un 63,8 % en contra.

Las últimas tres afirmaciones abordan cuestiones relacionadas con la violencia y valores asociados a la masculinidad tradicional. Dos de ellas, la que señala un exceso de testosterona en los videojuegos más populares y la que expresa rechazo hacia valores presentes en los videojuegos, tales como la violencia, el machismo y el racismo, presentan niveles de conformidad

similares, con un 56,6 % y un 52,6 %, respectivamente. La segunda afirmación también recoge un 25 % de desacuerdo.

Aunque las dos primeras afirmaciones cuentan con el apoyo mayoritario del alumnado, la afirmación "los videojuegos aumentan comportamientos violentos" genera opiniones divididas, con un 34,8 % en desacuerdo y un 36,9 % a favor.

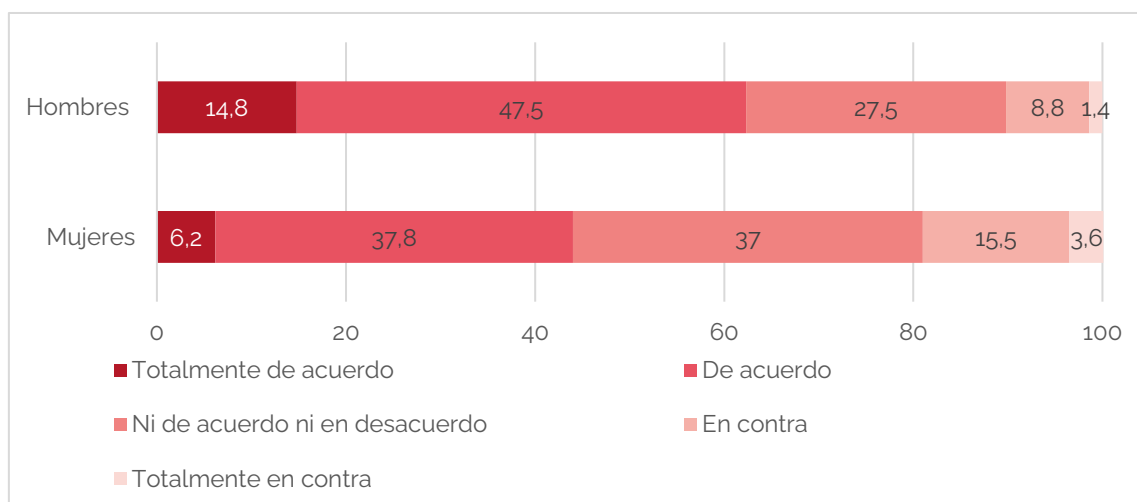
Imagen 33: Nivel de conformidad con algunas afirmaciones sobre los videojuegos. Porcentajes totales.



Fuente: Ikusiker, mayo de 2025.

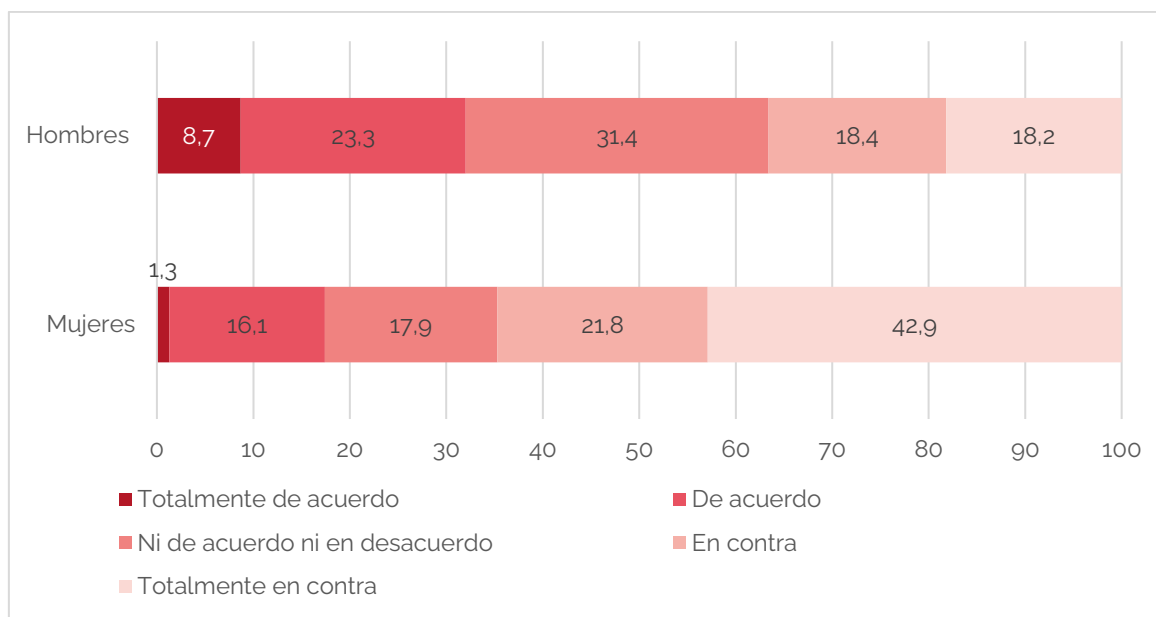
El análisis del nivel de acuerdo con las afirmaciones mencionadas revela diferencias significativas según el género en algunos casos. A continuación, las imágenes muestran la distribución por género de varias de las afirmaciones presentadas en el gráfico anterior.

Imagen 34: “Los videojuegos ayudan a la competitividad, los reflejos y la agilidad”. Porcentajes según el género.



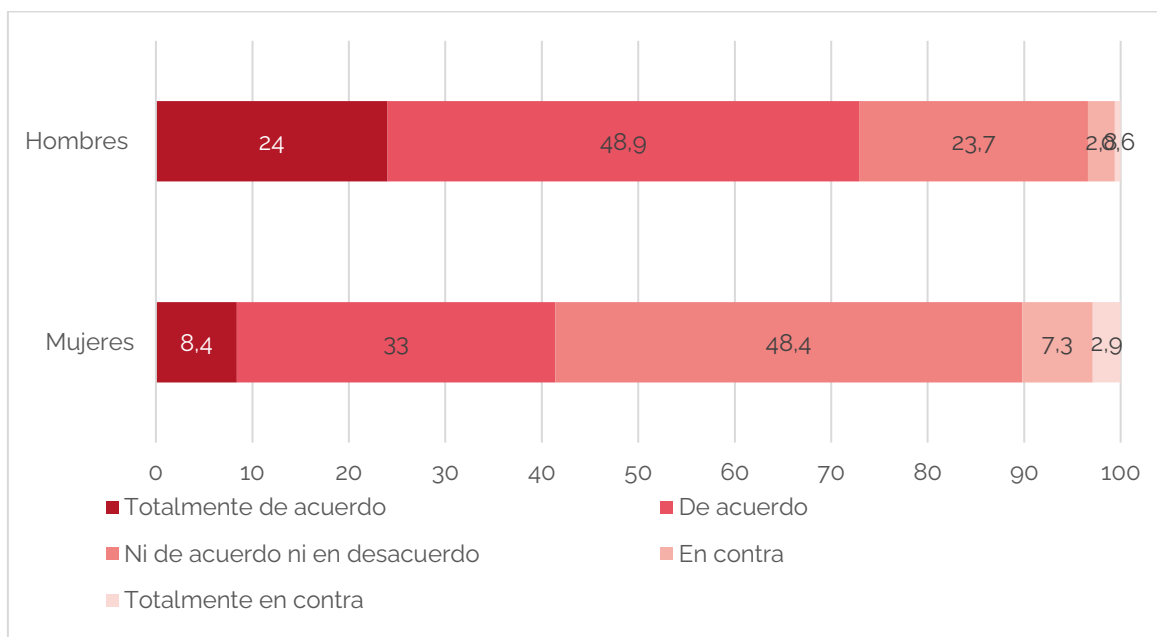
Fuente: Ikusiker, mayo de 2025.

Imagen 35: “A través de los videojuegos online conozco gente nueva”. Porcentajes según el género.



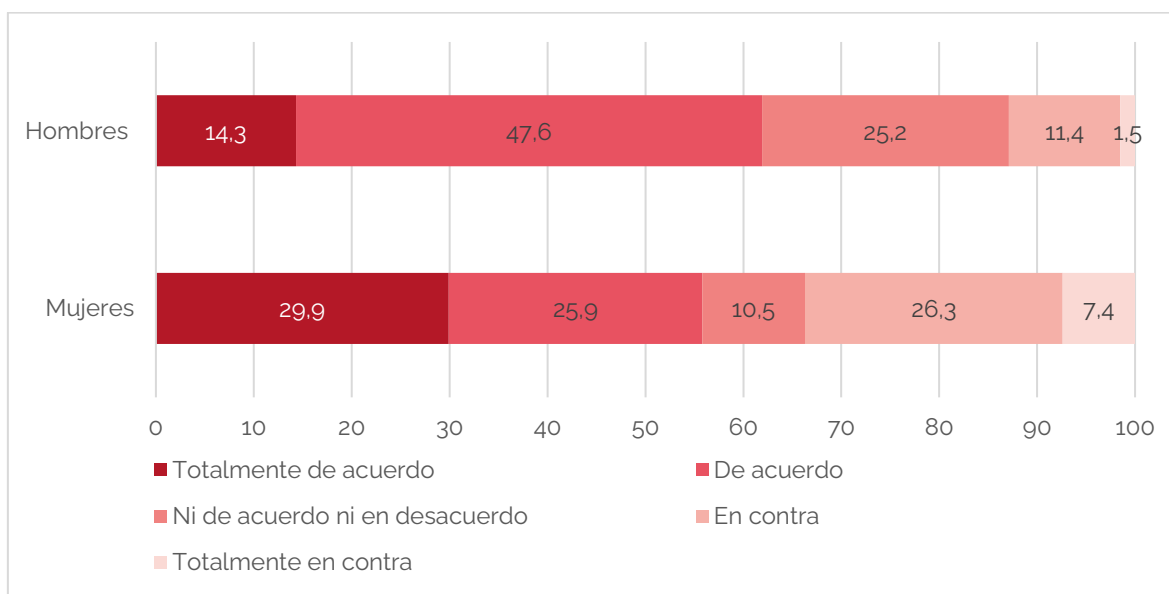
Fuente: Ikusiker, mayo de 2025.

Imagen 36: 'Jugar a videojuegos es una experiencia muy placentera', expresado en porcentajes según el género."



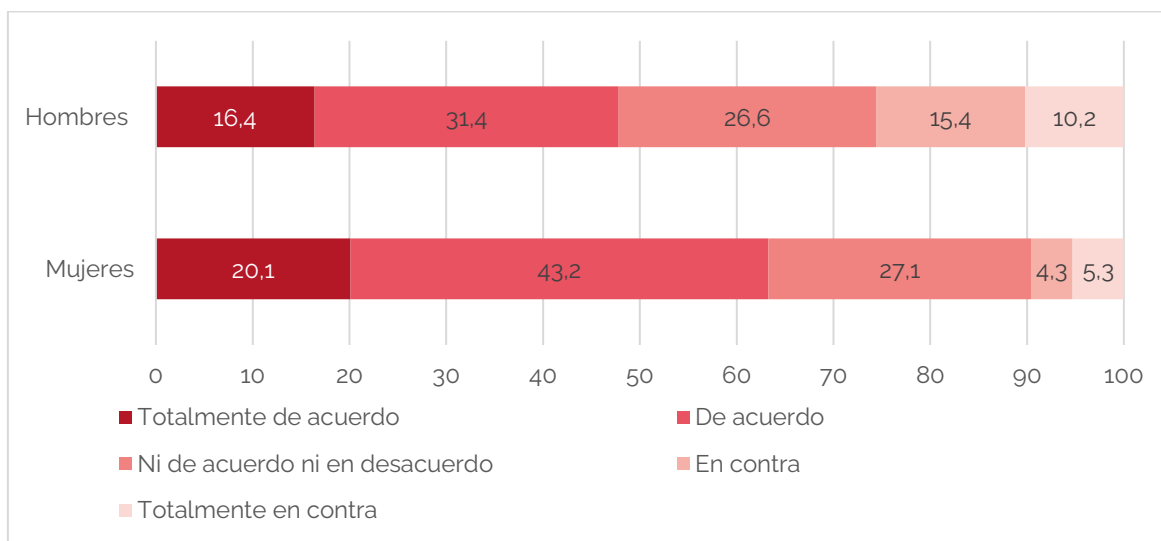
Fuente: Ikusiker, mayo de 2025.

Imagen 37: 'Pierdo el control del tiempo cuando juego a videojuegos', expresado en porcentajes según el género."



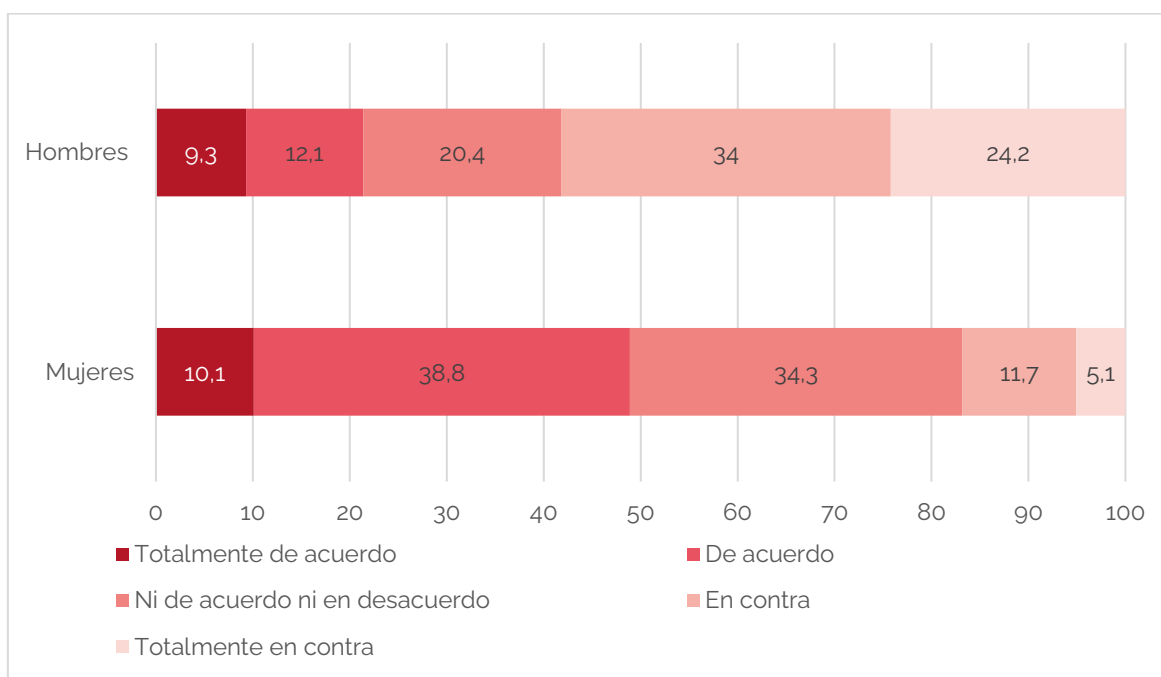
Fuente: Ikusiker, mayo de 2025.

Imagen 38: 'Hay demasiada testosterona en la mayoría de los videojuegos famosos', expresado en porcentajes según el género."



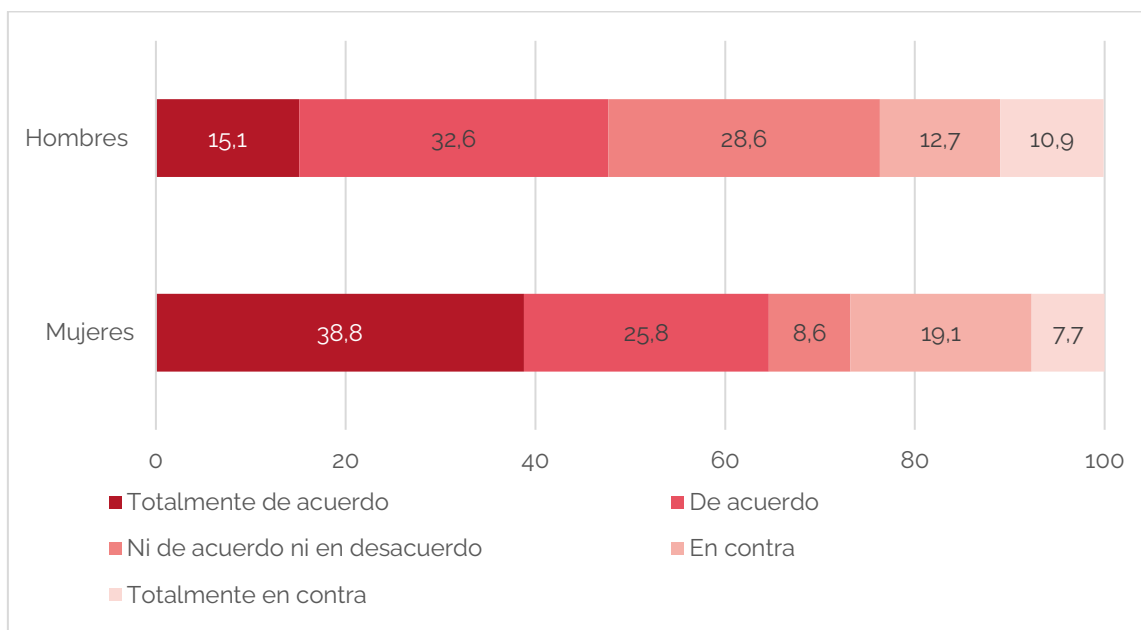
Fuente: Ikusiker, mayo de 2025.

Imagen 39: 'Los videojuegos aumentan las conductas violentas', expresado en porcentajes según el género."



Fuente: Ikusiker, mayo de 2025.

Imagen 40: 'No me gustan ciertos valores que aparecen en los videojuegos: violencia, machismo, racismo...', expresado en porcentajes según el género.'



Fuente: Ikusiker, mayo de 2025.

RESUMEN

ÚLTIMOS CONSUMOS AUDIOVISUALES

- Entre los chicos, YouTube ha sido la plataforma más utilizada para ver contenido reciente (36,8%). En el caso de las chicas, Instagram lidera la lista con un 37,2%.
- En cuanto al idioma del último contenido consumido en internet, el español encabeza la lista (casi el 70%), seguido por el inglés (15,4%).
- Aunque ETB2 domina sobre los demás con un 19%, ETB1 le sigue de cerca, con una diferencia de alrededor de 4 puntos.
- En cuanto al último contenido visto en televisión, ETB1 fue la opción más votada entre los hombres (20,8%) y ETB2 entre las mujeres (20%).
- Los estudiantes de cuarto curso han consumido más contenido recientemente en ETB2, con un porcentaje del 23,8%, alrededor de 10 puntos más alto que el de los estudiantes de otros cursos.
- Al preguntar por el idioma en el que ven el último contenido en televisión, el 80,8% elige el castellano y el 15,2% euskera.

VIDEOJUEGOS

El análisis de los datos relativos a los videojuegos revela la necesidad ineludible de considerar el género como variable fundamental, dado que se observan diferencias significativas entre mujeres y hombres. En términos generales, las mujeres presentan un menor uso de los videojuegos, tanto en frecuencia como en duración, independientemente del dispositivo empleado. Al evaluar el nivel de acuerdo con las afirmaciones planteadas en la encuesta, se constata que las mujeres muestran una mayor concordancia con los aspectos negativos en comparación con los hombres. Estos hallazgos se reflejan en los siguientes datos:

- El 61,2% de las mujeres declara no participar nunca en actividades relacionadas con videojuegos, frente al 18,2% de los hombres.
- En las franjas de edad de 6 a 15 años y de 16 a 18 años, los estudiantes indican su frecuencia de juego, observándose un incremento en la brecha de género conforme aumenta la edad, donde las mujeres tienden a distanciarse progresivamente del uso de videojuegos.
- En relación con los dispositivos, las mujeres prefieren mayoritariamente el teléfono móvil para jugar, mientras que los hombres utilizan de forma similar el teléfono móvil, la videoconsola y el ordenador.
- Los videojuegos de estrategia constituyen la categoría preferida por las mujeres, en contraste con los juegos de tipo deportivo o "juegos/deportes" predominantes entre los hombres.
- La disparidad de género en la frecuencia de uso de videojuegos en dispositivos móviles es menor que la observada en otros dispositivos.
- Respecto a la frecuencia de uso de videoconsolas, se observa una diferencia de 20 puntos porcentuales entre mujeres y hombres que nunca las utilizan.
- Entre los hombres, la plataforma más empleada es PlayStation (48,6%), mientras que entre las mujeres predomina el uso del ordenador (32,9%).

- En cuanto a los videojuegos en línea, casi el 60% de las mujeres manifiesta no utilizarlos nunca, frente al 35,6% de los hombres.

Al analizar el grado de conformidad con diversas afirmaciones relativas a los videojuegos, se constatan diferencias de género en ciertas respuestas.

Datos adicionales de interés:

- Los estudiantes matriculados en Ciencias de la Salud presentan un uso menor de videojuegos en comparación con otras disciplinas, con un 65,6% que declara no jugar nunca.
- La principal motivación para el uso de videojuegos en dispositivos móviles radica en su facilidad de uso y su carácter entretenido.
- El 96,3% de los estudiantes que utilizan videoconsolas destaca el entretenimiento como razón principal.
- Los micro-pagos poseen una valoración negativa entre el estudiantado, reflejándose en una baja frecuencia de uso (95,2% en mujeres y 62,4% en hombres). Al valorar las afirmaciones relativas a los micro-pagos, predominan percepciones negativas, considerándolos mecanismos para extraer dinero.