

ÍNDICE

1. **INTRODUCCIÓN** 3
2. **OBJETIVOS DEL ESTUDIO** 10
3. **PRINCIPALES HALLAZGOS** 12
4. **ANÁLISIS DE RESULTADOS** 20
 - 4.1. **Jugar a videojuegos** 21
 - ¿Quién juega a videojuegos?
 - ¿Quién no juega?
 - Formas de jugar
 - Gustos de juego
 - 4.2. **Contenido de videojuegos** 38
 - Quién y cómo se consume contenido
 - Tipo de consumos
 - Percepciones sobre el consumo y creación de contenido
 - 4.3. **Adquisición y gasto** 50
 - Acceso y adquisición de videojuegos
 - Cifras de gasto
 - Modelos de negocio
 - 4.4. **Experiencias de juego** 63
 - El lado positivo
 - El lado negativo
 - Riesgos y problemáticas
 - 4.5. **Los videojuegos en la sociedad** 80
 - Visiones sobre los videojuegos
 - Los videojuegos como profesión
 - Educación y videojuegos
 - Accesibilidad en los videojuegos
 - Metaverso
 - 4.6. **Identidad(es) *gamer*** 109
 - Ser o no ser *gamer*
 - Cómo se define ser *gamer*
 - El perfil videolúdico *gamer*
5. **CONCLUSIONES** 117
6. **METODOLOGÍA** 137
7. **BIBLIOGRAFÍA** 146

