

Gamblificación y patrones de diseño persuasivo en los videojuegos: resultados de una encuesta a jóvenes en España

GAMBLIFICATION AND PERSUASIVE DESIGN PATTERNS IN VIDEO GAMES: RESULTS OF A SURVEY OF YOUNG PEOPLE IN SPAIN

Recibido el 22/01/2026 | Aceptado el 11/05/2026 | Publicado el 15/07/2026
<https://doi.org/10.33732/ixc/16/02Gambli>

Daniel Aranda Juárez | Universitat Oberta de Catalunya
✉ darandaj@uoc.edu |  <https://orcid.org/0000-0001-9290-0708>
Ronald Sáenz-Leandro | Universitat Oberta de Catalunya
✉ rsaenzl@uoc.edu |  <https://orcid.org/0000-0001-8717-1870>
Pedro Fernández-de-Castro | Universitat Oberta de Catalunya
✉ pfernandez_de_castro@uoc.edu |  <https://orcid.org/0000-0003-3994-9953>

Resumen: El juego digital contemporáneo se ha configurado como una infraestructura central del ocio juvenil, atravesada por mecánicas de azar, monetización continua y diseños persuasivos. A partir de una encuesta aplicada a jóvenes de 16 a 25 años en España, este estudio analiza la relación entre la integración en entornos *gamblificados*, la exposición a patrones oscuros, el impacto emocional y los niveles de conciencia crítica. Los resultados muestran que la intensidad de la monetización, medida principalmente a través del gasto económico, explica mejor que el tiempo de juego tanto la exposición a patrones oscuros como su normalización. Esta integración en arquitecturas monetizadas se asocia con mayores niveles de frustración, estrés y malestar emocional. Asimismo, una mayor afinidad y gasto vinculados al azar atenúan el apoyo a la regulación, evidenciando una tensión estructural entre disfrute y conciencia crítica.

Palabras clave: gamblificación; patrones oscuros; cajas botín; España; juventud; videojuegos.

Abstract: Contemporary digital gaming has become a central infrastructure of youth leisure, characterized by mechanics of chance, continuous monetization, and persuasive design. Based on a survey of young people aged 16 to 25 in Spain, this study analyzes the relationship between integration into gamblified environments, exposure to dark patterns, emotional impact, and levels of critical awareness. The results show that monetization intensity, measured primarily through financial expenditure, explains both exposure to dark patterns and their normalization better than playtime. This integration into monetized architectures is associated with higher levels of frustration, stress, and emotional distress. Furthermore, greater affinity for and spending on games of chance attenuates support for regulation and critical distance, highlighting a structural tension between enjoyment and critical awareness.

Keywords: Gamblification; Dark Patterns; Loot Boxes; Spain; Youth; Video Games.



Para citar este trabajo: Aranda-Juárez, D., Sáenz-Leandro, R. & Fernández de Castro, P. (2026). Gamblification and persuasive design patterns in video games: results of a survey of young people in Spain. *index.comunicación*, 16(2), 171-194.
<https://doi.org/10.33732/ixc/16/02Gambli>

1. Introducción

La progresiva incorporación de mecánicas de azar, sistemas de monetización continua y estrategias de diseño persuasivo han transformado sustancialmente la experiencia de juego, desplazándola hacia lógicas de anticipación, riesgo y rendimiento económico. Este proceso, ampliamente descrito en la literatura como *gamblificación* (Macey y Hamari, 2024), plantea interrogantes relevantes sobre cómo se configuran hoy las prácticas lúdicas y cuáles son sus implicaciones sociales, emocionales y culturales, especialmente entre las personas jóvenes.

Buena parte de la investigación previa sobre la convergencia entre videojuegos y *gambling* ha abordado estas transformaciones centrándose, por un lado, en artefactos específicos, especialmente las cajas botín, analizadas en términos de su similitud estructural con los juegos de azar y de su asociación con prácticas de gasto problemático (Zendle y Cairns, 2018; Macey y Hamari, 2024; Brooks y Clark, 2023).

Si bien estos trabajos han sido fundamentales para visibilizar los riesgos asociados a determinadas mecánicas, este énfasis en elementos aislados tiende a fragmentar el análisis de un fenómeno que opera de manera más amplia y sistémica. En este sentido, resulta necesario situar la *gamblificación* en un marco que permita comprenderla como una configuración sociotécnica que excede a una mecánica concreta y que atienda también a las infraestructuras, mediaciones y condiciones que organizan la experiencia de juego en su conjunto.

El enfoque perilúdico propuesto por Gardner (2025) parte de una redefinición analítica del *gameplay* como un sistema expandido que incluye no solo las mecánicas internas del juego, sino también los dispositivos, infraestructuras y condiciones de acceso que lo rodean y lo hacen posible. En este sentido, lo perilúdico designa el conjunto de elementos situados en los umbrales del juego (interfaces, sistemas de autenticación, economías virtuales, arquitecturas de monetización o lógicas temporales) que, sin formar parte estricta de la acción lúdica, configuran sus condiciones de posibilidad y orientan la experiencia del jugador. Desde esta perspectiva, el *gameplay* deja de entenderse como un espacio cerrado y autónomo para concebirse como un ecosistema relacional en el que estos elementos periféricos no son externos, sino constitutivos de la experiencia de juego. Este marco permite analizar cómo prácticas asociadas al azar, al riesgo y a la monetización se integran en estos márgenes operativos y reorganizan las condiciones mismas de participación, progresión y disfrute (Macey *et al.*, 2024).

A partir de estos supuestos, el presente estudio se propone analizar la *gamblificación* de los videojuegos desde una perspectiva mediático-material y empírica, centrada en la experiencia de los jóvenes jugadores en España. Desde el enfoque de la materialidad de los medios, los videojuegos se entienden no solo como textos culturales o espacios de representación, sino también como artefactos sociotécnicos cuyas interfaces, algoritmos y objetos digitales configuran prácticas, emociones y relaciones de poder (Gillespie *et al.*, 2014; Lievrouw, 2014).

Mediante una encuesta aplicada a una muestra de 1.000 jóvenes de entre 16 y 25 años residentes en España, el estudio examina la relación entre la exposición a mecánicas *gamblificadas*, la percepción de patrones oscuros de diseño, las consecuencias emocionales asociadas a estas dinámicas y los niveles de conciencia crítica respecto a la regulación, la transparencia y la legitimidad del diseño de los juegos. Para ello, el artículo adopta una aproximación sociotécnica y crítico-material que permite comprender estas dinámicas no como elementos aislados, sino como parte de infraestructuras de diseño, monetización y afectividad inscritas en los videojuegos contemporáneos.

2. Aproximación teórica

La aproximación teórica de este artículo se sitúa en el análisis de los videojuegos contemporáneos como entornos sociotécnicos atravesados por la convergencia entre lógicas lúdicas y las dinámicas propias del juego de azar (King *et al.*, 2010; Zendle y Cairns, 2018; Zagal *et al.*, 2013; Macey y Hamari, 2024; Sánchez Chamorro *et al.*, 2024; Arnedo-Moreno *et al.*, 2026).

Este proceso, conceptualizado como *gamblificación*, alude a la incorporación sistemática de mecanismos de incertidumbre, de recompensa aleatoria y de monetización continua en el diseño y la economía del videojuego (Zendle y Cairns, 2018; Macey y Hamari, 2024). La *gamblificación* no se manifiesta como un fenómeno aislado o excepcional, sino como un rasgo estructural de los modelos *freemium* y de los videojuegos concebidos como servicios — *games as a service*, *GaaS*— (Gutiérrez-Manjón *et al.*, 2026), en los que la progresión y la implicación del jugador se articulan en torno a la expectativa, el riesgo y la inversión económica y afectiva.

Desde esta perspectiva, la exposición *gamblificada* remite a un entorno de juego en el que el azar se normaliza como una forma legítima de avance y de obtención de recompensas. Mecánicas como las cajas botín, los pases de batalla o los sistemas de progresión basados en recompensas variables reproducen esquemas de refuerzo intermitente ampliamente estudiados en el ámbi-

to del *gambling*, lo que favorece la repetición de conductas y el gasto recurrente, especialmente entre públicos jóvenes (Larche *et al.*, 2021).

Este entorno se ve reforzado por la presencia de patrones oscuros, entendidos como estrategias de diseño que orientan las decisiones del jugador hacia formas de consumo, permanencia o gasto que priorizan los intereses económicos de la plataforma por encima de la autonomía del usuario (Brignull, 2011). En los videojuegos, estos patrones se expresan a través de presiones temporales, escasez artificial, opacidad monetaria o dinámicas *pay-to-win*, lo que configura una arquitectura de elección que induce al compromiso prolongado y al gasto no planificado (Zagal *et al.*, 2013; (Gutiérrez-Manjón *et al.*, 2026) así como formas de presión social y obligación de permanencia vinculadas a entornos multijugador y dinámicas comunitarias (Krassen y Aupers, 2021). Desde la teoría de la materialidad mediática, estas prácticas pueden entenderse como infraestructuras invisibles inscritas en la interfaz y en el código, que no solo median la experiencia, sino que la estructuran activamente (Gillespie *et al.*, 2014).

Las consecuencias de esta configuración se manifiestan de manera significativa en el plano emocional. La exposición continuada a entornos *gamblificados* se asocia con experiencias de frustración, ansiedad, estrés y culpa, derivadas de la presión por no perder recompensas, del carácter aleatorio de los resultados y de la monetización constante de la progresión (Wardle y Zendle, 2021). Estas emociones no deben interpretarse como efectos colaterales, sino como componentes estructurales de un diseño orientado a maximizar la implicación afectiva. En este sentido, los videojuegos *gamblificados* pueden leerse como infraestructuras que capturan y monetizan no solo el tiempo y el dinero, sino también los estados emocionales de los jugadores, en línea con las críticas al capitalismo de la vigilancia y a la economía de los datos conductuales (Zuboff, 2019; Paasonen, 2018).

Al mismo tiempo, la relación de los jugadores con estas arquitecturas no es puramente pasiva. Desde la tradición de los estudios de recepción y los estudios culturales, los sujetos se entienden como actores situados que interpretan, negocian y resignifican las tecnologías en función de sus contextos sociales, culturales y biográficos (Bonini y Treré, 2024; Hall, 1980; Martín-Barbero, 1987; Morley, 1986; Orozco, 1996; Siles 2023).

Esta perspectiva subraya que los dispositivos mediáticos no determinan de forma unívoca las prácticas, sino que son apropiados de manera diferencial según trayectorias, competencias y marcos de sentido compartidos (Livingstone, 2009; Silverstone, 1994; Siles 2023). En el ámbito de los entornos digita-

les y lúdicos, esta tradición ha sido retomada para analizar cómo los jugadores desarrollan lecturas ambivalentes que combinan disfrute, aceptación pragmática y crítica explícita frente a las lógicas económicas y de diseño que estructuran la experiencia de juego (Consalvo, 2007; de Certeau, 1984; Fiske, 1987; Shaw, 2010; Bonini y Treré, 2024).

En el contexto de los videojuegos *gamblificados*, esto se traduce en la emergencia de una conciencia crítica respecto a las lógicas de diseño, la opacidad de las probabilidades o la legitimidad de determinadas prácticas de monetización.

En conjunto, nos proponemos explicar y analizar la *gamblificación* como una configuración sociotécnica en la que la exposición estructural, el diseño manipulativo, la afectividad y la conciencia crítica se entrelazan. El análisis del videojuego se desplaza así de una concepción del ocio como actividad neutral a una comprensión del juego digital como infraestructura de poder, en la que el placer, la atención y la emoción se convierten en recursos disputados en el capitalismo digital contemporáneo (Brock y Johnson, 2021).

3. Diseño de la investigación y estrategia analítica

3.1. Materiales e indicadores

La investigación se basó en una encuesta estructurada dirigida a jóvenes residentes en España de entre 16 y 25 años. El trabajo de campo se realizó mediante un panel en línea, con una muestra total de 1.000 personas. Para garantizar una composición equilibrada de la muestra, se establecieron cuotas por sexo, grupos de edad y área territorial, siguiendo la distribución por áreas Nielsen. Del total de participantes, 927 declararon jugar videojuegos de manera habitual y constituyen la submuestra principal utilizada en los análisis relativos a prácticas de juego, exposición a patrones de diseño persuasivo, gasto y experiencia emocional.

La recogida de datos se realizó mediante un cuestionario autoadministrado en línea. El cuestionario fue diseñado específicamente para esta investigación a partir de la revisión sistemática de la literatura previa sobre *gamblificación*, patrones oscuros, monetización, recompensas aleatorias y diseño persuasivo en videojuegos (Arnedo-Moreno *et al.*, 2026). Dado que no existían instrumentos ampliamente estabilizados para captar de forma integrada estas dimensiones en población joven, los indicadores se construyeron *ad hoc* con base en criterios teóricos y de contenido presentes en la literatura especializada. La validación del instrumento debe entenderse, por tanto, como una

validación conceptual orientada a asegurar la correspondencia entre las dimensiones teóricas del estudio y los ítems del cuestionario.

El instrumento, además, incluyó preguntas filtro, variables sociodemográficas, indicadores de hábitos de juego, frecuencia e intensidad del gasto, exposición a mecánicas de monetización, afinidad por dinámicas de azar, percepción crítica de los patrones de diseño y experiencias emocionales asociadas al juego. La base de datos fue revisada antes del análisis para detectar respuestas incompletas, inconsistencias de filtrado y valores fuera de rango.

La cumplimentación del cuestionario tuvo una duración aproximada de 20 minutos e incluyó principalmente escalas tipo Likert de acuerdo/desacuerdo (1-5), así como preguntas categóricas, binarias y de respuesta abierta. El instrumento completo, junto con el libro de códigos y los ítems, está disponible en el material suplementario.

El cuestionario se organiza en tres bloques. En primer lugar, un bloque de filtros y variables sociodemográficas (Bloque F). Este bloque incluye un filtro de elegibilidad analítica (“¿Juegas habitualmente?”) que separa a la muestra en jugadores habituales (N=927) y no jugadores (N=73). En segundo lugar, el Bloque A (Jugadores) contribuye a caracterizar la práctica de juego y la exposición a mecanismos de diseño específicos y respuestas frente a tres conjuntos de mecanismos estrechamente vinculados con la literatura sobre *gamblificación*, como mecánicas de azar y cajas botín o recompensas aleatorias, mecanismos de presión temporal, ofertas limitadas y monedas virtuales y preguntas sobre pago, pases de batalla y progresión. En tercer lugar, el Bloque B (No jugadores) recoge percepciones generales sobre estos mecanismos sin requerir experiencia personal directa. Por ello, en este artículo nos centramos en un subgrupo específico, definido como el de quienes declaran jugar habitualmente a videojuegos (N=927).

Dado el elevado número de ítems y la orientación teórica del estudio, la estrategia analítica se basa en la construcción de indicadores teóricamente fundamentados a partir de conjuntos de preguntas conceptualmente afines. Para ello, se construyeron los siguientes indicadores:

- A. Afinidad con las mecánicas de azar (Afinidad azar): que recoge el disfrute, la emoción, el *engagement* y la repetición de acciones vinculadas a recompensas aleatorias.
- B. Propensión al gasto en mecánicas de recompensa aleatoria (Gasto azar): relativa al gasto de dinero para conseguir ítems aleatorios, gastar más de lo previsto o hacerlo pese a bajas probabilidades de éxito.

- C. Patrones oscuros temporales (Patrones temporales): que captan presión temporal, ofertas limitadas, cambios de rutina y miedo a 'quedarse atrás'.
- D. Patrones oscuros monetarios (Patrones monetarios): relativos a la opacidad de la moneda virtual, la compra de paquetes, el contenido bloqueado tras el pago y las dinámicas *pay-to-win*.
- E. Impacto emocional negativo (Impacto emocional): que recoge frustración, estrés y culpa vinculados a recompensas limitadas y pases de batalla.
- F. Grado de criticidad de los jugadores (Conciencia crítica): se mide a partir de los ítems que reflejan la demanda de transparencia (p. ej., informar sobre probabilidades), la disponibilidad de alternativas no aleatorias y el apoyo a una mayor regulación de estas prácticas.
- G. Normalización de lógicas afines al *gambling* (Normalización): articulada como la media de varios ítems que expresan la naturalización, el disfrute y la aceptación del azar como forma legítima de progresión y recompensa.

Todos los indicadores se han calculado como la media de los ítems válidos en una escala Likert de 1 (totalmente en desacuerdo) a 5 (totalmente de acuerdo), de modo que valores más altos indican una mayor intensidad del constructo medido. La consistencia interna de cada escala se evalúa mediante el alfa de Cronbach y se presenta en la Tabla 1.

Además de estos indicadores, se utilizan dos variables ordinales clave: el *tiempo semanal de juego* y el *gasto mensual en compras dentro del juego*. Las *variables sociodemográficas* provienen del bloque sociodemográfico (edad, género, nivel educativo, situación laboral) y se incorporan como controles.

Tabla 1. Descriptivos de los indicadores contruidos
(solo jugadores habituales, N = 927)

Indicador	No. Ítems	Código Ítems Encuesta	α de Cronbach	Media	Desv. Típica
a. Afinidad azar	4	(A4_1, A4_3, A4_4, A4_5)	0,723	3,54	0,80
b. Gasto azar	3	(A4_7, A4_8, A4_9)	0,798	2,67	1,22
c. Patrones temporales	7	(A6_1, A6_2, A6_6, A6_7, A6_8, A6_9, A6_11)	0,714	3,27	0,75
d. Patrones monetarios	12	(A6_3, A6_4, A6_5, A6_10; A7_1-A7_6, A7_10, A7_11)	0,777	3,18	0,68
e. Impacto	4	(A6_8, A7_4, A7_8, A7_9)	0,535	3,37	0,83

emocional					
f. Conciencia crítica	4	(A4_10, A4_11, A4_12, A4_13)	0,703	3,94	0,71
g. Normalización	3	(A4_1, A4_3, A4_4)	0,687	3,52	0,84

Fuente: elaboración propia.

En términos generales, los indicadores presentan niveles aceptables de consistencia interna, con la excepción del indicador de impacto emocional negativo, cuyo alfa es moderado-bajo ($\alpha = 0,535$). Aun así, se mantuvo el indicador debido a su relevancia teórica para captar un conjunto de experiencias emocionales negativas vinculadas al diseño persuasivo, tales como la frustración, el estrés, la presión o el malestar. En este sentido, el indicador se propone con carácter exploratorio y no como una escala psicométrica.¹

3.2. Propuesta de modelización, variables e hipótesis

A partir de los indicadores anteriores, se estiman cuatro conjuntos de modelos de regresión, alineados con los bloques conceptuales definidos en la sección teórica, a saber: exposición a mecánicas *gambificadas*, patrones oscuros, consecuencias emocionales y conciencia crítica (para un resumen de los modelos empíricos, sus indicadores y variables, consultar el Anexo 1).

Con el objetivo de articular de forma más clara el marco teórico y la estrategia empírica, así como evitar una proliferación de especificaciones independientes, estructuramos el análisis en cuatro modelos analíticos (M1–M4), cada uno desplegado en dos submodelos. En este esquema, los submodelos (a y b) comparten el mismo conjunto base de predictores y controles, pero difieren en la variable dependiente. Estos se presentan a continuación:

Modelo 1 (M1) Exposición *gambificada*: intensidad de juego, gasto y afinidad hacia mecánicas de azar. Este primer bloque examina cómo la intensidad estructural de participación en el juego, operacionalizada como tiempo semanal de juego y gasto mensual total en compras dentro del juego, se relaciona con (i) la afinidad hacia mecánicas de recompensa aleatoria y (ii) el gasto específicamente orientado a recompensas basadas en azar. Por tanto, en *M1a* La variable

¹ El estudio no incorpora otras técnicas de análisis cuantitativo como análisis factorial exploratorio o confirmatorio de los indicadores, dado que su objetivo principal no es la validación psicométrica de escalas, sino el análisis inicial de asociaciones entre variables señaladas recurrentemente en la literatura. No obstante, la anterior constituye una línea pertinente para futuras investigaciones, especialmente para refinar la medición del impacto emocional y evaluar la estructura latente de los indicadores utilizados, como se indica en las conclusiones.

dependiente es el indicador Afinidad azar (índice construido a partir de ítems del bloque A4 sobre actitudes hacia recompensas aleatorias). Como predictores principales se incluyen el tiempo semanal de juego, el gasto mensual total en compras dentro del juego y la edad. En *M1b*, La variable dependiente es Gasto azar, manteniendo la misma estructura de predictores principales.²

Ambos submodelos incorporan controles sociodemográficos y permiten contrastar las siguientes hipótesis (H) sobre *gamblificación*: tiempo de juego y gasto (H1 y H2), así como la relación con la normalización de lógicas afines al *gambling* (H3):

- H1. Entre la juventud que juega a videojuegos, un mayor tiempo semanal de juego se asociará con una mayor afinidad hacia mecánicas de recompensa aleatoria.
- H2. Entre la juventud que juega a videojuegos, un mayor gasto mensual total en compras dentro del juego se asociará con mayores niveles de gasto en mecánicas basadas en azar.
- H3. Entre las personas jóvenes que juegan videojuegos, una mayor afinidad hacia las recompensas aleatorias y un mayor gasto en ítems basados en azar se asociarán con una mayor normalización de la *gamblificación* como forma legítima o deseable de progresión y recompensa en los videojuegos.

Modelo 2 (M2) Patrones oscuros: exposición a infraestructuras temporales y monetarias. Patrones oscuros: el segundo modelo se centra en la percepción de patrones oscuros temporales (M2a) y monetarios (M2b). En cada caso, la variable dependiente es el indicador correspondiente (Patrones temporales o Patrones monetarios), mientras que las variables independientes principales son los indicadores de exposición *gamblificada* (Afinidad azar, Gasto azar), junto con el tiempo de juego y el gasto mensual. Estos submodelos permiten evaluar en qué medida la mayor exposición a mecánicas *gamblifica-*

² En este estudio distinguimos entre el gasto mensual total en compras dentro del juego, medido por el ítem original de la encuesta (A5), y el gasto en azar, un indicador construido a partir de varios ítems (véase Tabla 1). Mientras que A5 captura cualquier gasto fijado dentro del juego, como monedas premium, skins, pases de batalla, contenido descargable (DLC) u otros contenidos, el gasto en azar se refiere específicamente a compras asociadas a mecánicas de recompensa aleatoria, como las *loot boxes*, sobres, o pases temporales. Por tanto, el gasto en azar constituye un subconjunto más específico del gasto mensual total en el juego.

das se asocia con la percepción de infraestructuras temporales y monetarias intrusivas, lo que contrasta con H4, H5 y la dimensión monetaria de H6.

- H4. La percepción de una mayor presencia de patrones oscuros de carácter temporal se asociará con más horas semanales de juego y con conductas indicativas de miedo a quedarse fuera o a perderse algo (esto es, el conocido FOMO, acrónimo en inglés de *Fear Of Missing Out*).
- H5. La percepción de una mayor presencia de patrones oscuros temporales se asociará con un mayor nivel de gasto mensual en el juego, una vez controlados el tiempo de juego y las características sociodemográficas.
- H6. Una mayor exposición a patrones oscuros de carácter monetario se asociará con un mayor gasto mensual en el juego.

Modelo 3 (M3) Consecuencias emocionales y normalización de lógicas afines al *gambling*. Consecuencias emocionales: el tercer conjunto aborda directamente las consecuencias emocionales de la *gambificación*. En *M3a*, la variable dependiente es el indicador de *impacto emocional negativo*, mientras que las independientes centrales son los indicadores de Patrones temporales y Patrones monetarios, junto con Afinidad azar y Gasto azar. En todos los casos se controlan el tiempo de juego, el gasto mensual y las variables sociodemográficas. En *M3b*, la variable dependiente es la *normalización* de las lógicas afines al *gambling*, modelada en función de Afinidad azar y Gasto azar, e incluyendo nuevamente los patrones oscuros y los controles. Estos modelos permiten poner a prueba H7 (dimensión emocional), H8 y la parte actitudinal de H9.

- H7. Una mayor exposición a patrones oscuros de carácter monetario se asociará con un mayor impacto emocional negativo asociado a la práctica del juego.
- H8. La combinación de (a) una mayor afinidad con las mecánicas de recompensa aleatoria y (b) una mayor exposición a patrones oscuros temporales y monetarios se asociará con un impacto emocional negativo más intenso derivado del juego, incluso controlando por el tiempo de juego y el nivel de gasto.
- H9. Tal como se plantea en el bloque M1, se espera que una mayor afinidad con el azar y una mayor propensión al gasto en mecánicas de recompensa aleatoria (como las *loot boxes*, sobres, o pases temporales) se asocie con una mayor normalización de las lógicas afines al *gambling*, lo cual se contrasta en M3b.

Modelo 4 (M4) Conciencia crítica e impacto emocional. Conciencia crítica y moderación: el cuarto bloque incorpora la conciencia crítica como resultado y como moderador. En *M4a*, el indicador de *conciencia crítica* se modela como variable dependiente en función de la exposición a mecánicas *gamblificadas* (Afinidad azar, Gasto azar), los patrones temporales y monetarios, y los niveles de uso, con controles sociodemográficos. Este modelo permite evaluar si una mayor inmersión en ecosistemas *gamblificados* se traduce en una mayor conciencia crítica (H10). En *M4b*, la variable dependiente vuelve a ser el impacto emocional negativo, pero se introducen términos de interacción entre los patrones oscuros (temporales y monetarios) y la Conciencia crítica, con el fin de comprobar si esta última modera la relación entre la exposición y el malestar (H11 y H12).

H10. Entre los jugadores, una mayor implicación en ecosistemas *gamblificados* se asociará con niveles más altos de conciencia crítica respecto de estas mecánicas.

H11. Niveles más altos de conciencia crítica sobre las mecánicas *gamblificadas* se asociarán con niveles más bajos de impacto emocional negativo relacionado con el juego, controlado por la exposición a patrones oscuros de carácter temporal y monetario.

H12. La conciencia crítica moderará la relación entre la exposición a patrones oscuros y el impacto emocional negativo: la asociación positiva entre la exposición a patrones temporales y monetarios y el impacto emocional negativo será más débil entre los jugadores con mayor conciencia crítica.

Dado que los indicadores construidos pueden aproximarse a variables continuas (Likert), los modelos con estos indicadores como variables dependientes (M1, M2, M3a, M3b, M4a y M4b) se estiman mediante *regresiones lineales ordinarias* (OLS), con errores estándar robustos. Aunque varios indicadores proceden de ítems medidos mediante escalas tipo Likert, estos fueron tratados como variables aproximadamente continuas al construirse como índices agregados o promediados. Esta estrategia permite interpretar de forma directa la dirección, magnitud y significación estadística de las asociaciones entre las variables independientes y dependientes, así como estimar interacciones y efectos marginales de manera comparable entre modelos. El uso de OLS en este contexto se justifica por el doble carácter exploratorio y explicativo del estudio, por la construcción agregada de los indicadores y por la volun-

tad de favorecer una interpretación sustantiva de los coeficientes. Por tanto, los resultados deben interpretarse como asociaciones estadísticas dada la naturaleza transversal del diseño de la encuesta.

Para las variables ordinales de tiempo de juego y gasto, se emplean modelos de regresión ordinal en los análisis en los que actúan como dependientes y se realizan análisis de robustez tratando estas variables como aproximaciones continuas.

4. Resultados

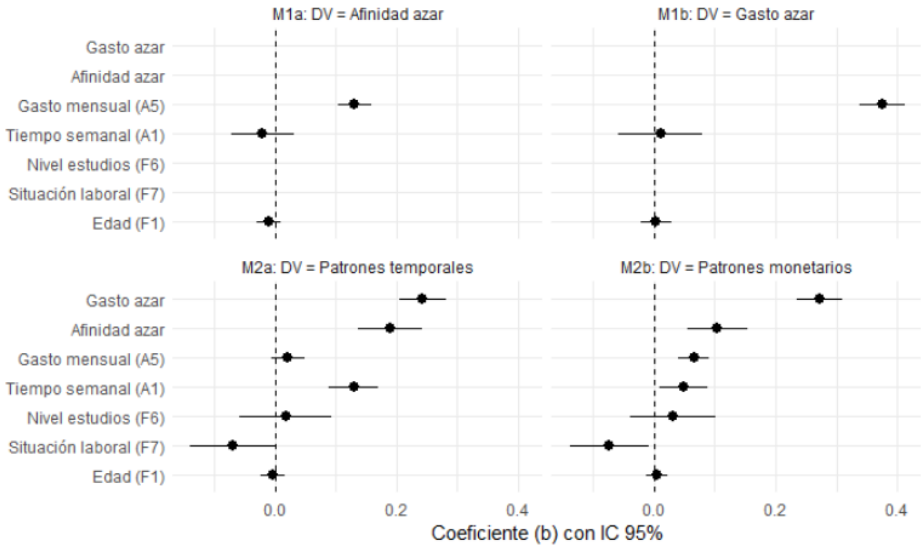
En el primer bloque de modelos (M1) analizamos la relación entre la intensidad de juego, el gasto mensual y dos dimensiones de exposición a la gamblificación: la afinidad hacia las mecánicas de azar y el gasto vinculado a recompensas aleatorias. Los resultados muestran que el tiempo semanal de juego no predice significativamente ni la afinidad con el azar ni el gasto en mecánicas aleatorias una vez controlados el gasto mensual y la edad (véase Anexo 2). En cambio, el gasto mensual total en videojuegos se asocia de forma robusta y positiva con ambas dimensiones. Cada aumento de categoría en el gasto mensual se relaciona con un incremento de 0,13 puntos en la afinidad hacia las mecánicas aleatorias y de 0,37 puntos en el indicador de gasto azar ($p < 0,001$). Además, el modelo de afinidad explica alrededor del 8 % de la varianza, mientras que el modelo de gasto azar alcanza un R^2 cercano a 0,31, evidenciando que el gasto global es un fuerte predictor de la implicación en prácticas de gasto aleatorio.

Estos resultados indican que la afinidad con las recompensas aleatorias depende menos de jugar más horas y más de cuánto se invierte económicamente en videojuegos. Quienes más gastan muestran un mayor gusto y enganche por las mecánicas aleatorias y concentran más su inversión en dinámicas *gamblificadas*. Esto sugiere que la inversión monetaria actúa como una vía para progresar más rápidamente dentro del juego, mientras que quienes no gastan deben invertir más tiempo para avanzar.

El segundo bloque de modelos (M2) analiza los factores asociados a la percepción de patrones oscuros temporales y monetarios. Los resultados muestran que ambos tipos de patrones se concentran entre quienes están más inmersos en el ecosistema *gamblificado*. En los patrones temporales, la afinidad con el azar, el gasto aleatorio y el tiempo semanal de juego se asocian positivamente con la presión temporal ($R^2 \approx 0,33$), mientras que el gasto mensual total no resulta significativo. En cambio, los patrones monetarios, como las dinámicas *pay-to-win*, los contenidos bloqueados o las monedas virtuales,

dependen claramente tanto del gasto global como del gasto específicamente aleatorio. Cada punto adicional en el indicador de gasto azar se relaciona con un incremento de 0,27 puntos en los patrones monetarios ($p < 0,001$), y el modelo explica cerca del 44 % de la variación ($R^2 \approx 0,44$) (véase Anexo 2 y Figura 1). Los coeficientes de estos dos primeros bloques de modelo se presentan en la Figura 1.

Figura 1. Efectos marginales condicionales de la exposición gamblificada y los patrones oscuros, con IC 95% (Modelos M1-M2)



Fuente: elaboración propia.

En el tercer bloque de modelos (M3), por su parte, analizamos las consecuencias emocionales del ecosistema *gamblificado*. El modelo de impacto emocional negativo (M3a) muestra que los patrones oscuros son los principales predictores del malestar. Tanto los patrones temporales como, especialmente, los monetarios se asocian de manera robusta con niveles más altos de frustración, estrés y culpa.

Los resultados del tercer y cuarto bloque de modelos muestran que el principal factor asociado al malestar emocional de los jóvenes jugadores no es simplemente jugar muchas horas o gastar más dinero, sino la exposición a patrones oscuros de monetización y presión temporal integrados en las arquitecturas de los videojuegos contemporáneos.

En el modelo M3a, los patrones monetarios aparecen como el predictor más fuerte del impacto emocional negativo (véase Anexo 3). Manteniendo constantes el resto de variables, un incremento de un punto en el índice de patrones monetarios se asocia con un aumento promedio de 0,67 puntos en el índice de frustración, estrés y culpa vinculados al juego ($p < 0,001$). Además, el modelo alcanza una elevada capacidad explicativa ($R^2 \approx 0,56$), lo que implica que más de la mitad de las diferencias observadas en el malestar emocional entre jugadores puede explicarse por la intensidad de exposición a estas arquitecturas monetizadas. Esto indica que cuanto más presentes están dinámicas como el *pay-to-win*, las monedas virtuales, el contenido bloqueado tras pago o las recompensas condicionadas por gasto, mayor es el nivel de tensión emocional experimentado por los jugadores.

En contraste, una vez incorporados los patrones oscuros al modelo, ni el tiempo semanal de juego ni el gasto mensual total muestran efectos significativos sobre el malestar. También la afinidad con las mecánicas aleatorias y el gasto específico en azar pierden robustez estadística. Esto sugiere que el problema no radica simplemente en ‘jugar mucho’ o ‘gastar mucho’, sino en participar en entornos diseñados mediante presiones temporales, escasez artificial y sistemas de monetización continua que mantienen a los jugadores en una tensión constante entre expectativa, recompensa y frustración.

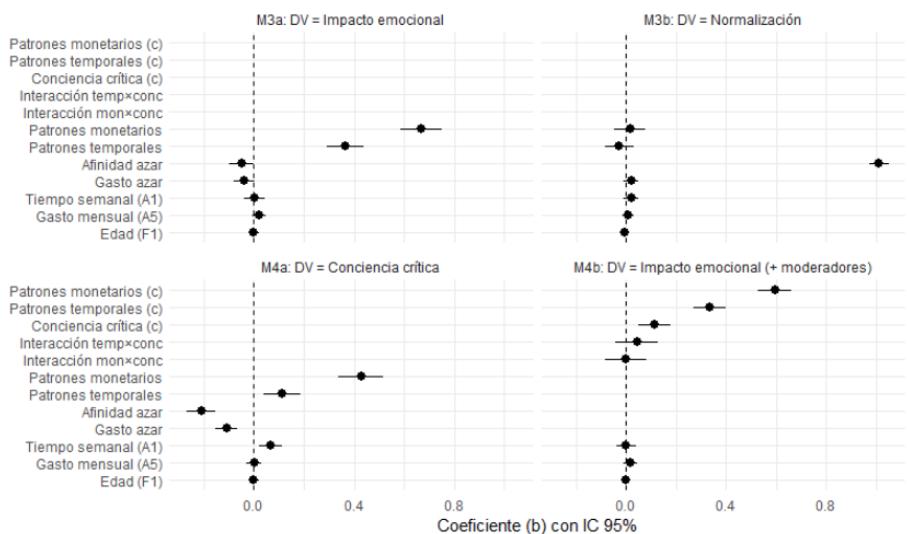
El submodelo M3b muestra además que la normalización de lógicas cercanas al *gambling* depende casi exclusivamente de la afinidad con las mecánicas aleatorias (véase Anexo 3). El coeficiente de afinidad al azar es cercano a 1, mientras que el resto de variables, incluidos los patrones oscuros, dejan de ser relevantes. En términos sustantivos, quienes más disfrutan, repiten y se implican emocionalmente en dinámicas basadas en el azar son también quienes más naturalizan estas prácticas como formas legítimas de progresión y recompensa. La normalización del azar y la afinidad por las mecánicas aleatorias presentan así un fuerte solapamiento actitudinal: ambas capturan una misma disposición favorable hacia la aleatoriedad en el diseño del juego.

El cuarto bloque de modelos (M4) introduce la dimensión de la conciencia crítica. Los resultados del modelo M4a indican que esta conciencia aumenta especialmente entre quienes están más expuestos a patrones oscuros monetarios (véase Anexo 3). Un incremento de un punto en el indicador de patrones monetarios se relaciona con un aumento de 0,43 puntos en la escala de conciencia crítica ($p < 0,001$). Los patrones temporales y el mayor tiempo de juego también contribuyen modestamente a elevar dicha conciencia. Sin embargo, la afinidad con las mecánicas de azar y el gasto en recompensas alea-

torias muestran efectos negativos significativos, lo que indica que quienes más disfrutan y más invierten en estas dinámicas tienden a apoyar menos medidas de transparencia y regulación.

El modelo M4b cuestiona además la hipótesis de que la conciencia crítica actúe como un “factor protector” frente al malestar emocional (véase Anexo 3). Las interacciones entre conciencia crítica y patrones oscuros no resultan significativas, lo que significa que el aumento del malestar derivado de la exposición a patrones monetarios y temporales se produce tanto en jugadores más críticos como menos críticos. Incluso la propia conciencia crítica presenta un coeficiente positivo independiente (0,11; $p < 0,001$), sugiriendo que los jugadores más conscientes de las dinámicas predatorias tienden a experimentar ligeramente más frustración y malestar. En conjunto, los resultados muestran una situación ambivalente: la exposición al ecosistema *gamblificado* incrementa la conciencia crítica y las demandas de regulación, pero el disfrute y el gasto vinculados al azar reducen esa distancia crítica, mientras que la propia conciencia de estar atrapado en estas dinámicas puede intensificar la percepción de injusticia y frustración. Los coeficientes de los modelos M3 y M4 se presentan en la Figura 2.

Figura 2. Efectos marginales condicionales de las consecuencias emocionales y críticas de la gamblificación, con IC 95% (Modelos M3-M4)



Fuente: elaboración propia.



5. Discusión

En conjunto, los resultados apuntan a la comprensión de una economía compleja de la *gamblificación*, en la que la intensidad económica (gasto), la infraestructural (patrones oscuros) y la afectiva (disfrute, frustración, o crítica) se encuentran estrechamente entrelazadas.

En principio, se asumía que una mayor implicación estructural en los videojuegos, descrita como más tiempo semanal de juego y mayor gasto mensual dentro del juego, se asociaría con una mayor afinidad por mecánicas de recompensa aleatoria y con un mayor gasto en ítems basados en el azar. Sin embargo, los resultados solo confirman parcialmente esta expectativa. Mientras que el gasto mensual se asocia fuertemente tanto con la afinidad por recompensas aleatorizadas como con el gasto en mecánicas tipo cajas botín, el tiempo semanal de juego no muestra un efecto sustantivo.

Esta asimetría sugiere que, en el contexto de infraestructuras *gamblificadas*, la intensidad económica importa más que la intensidad temporal. Es decir, que la *gamblificación* opera menos como función de 'ser un jugador intensivo' y más como función de 'ser un cliente valioso' cuya atención y afectos pueden ser capitalizados con mayor agresividad. Esto dialoga con la noción de capitalismo de la vigilancia de Zuboff (2019), donde el objetivo central no es únicamente prolongar el tiempo de juego, la implicación, sino transformar los datos conductuales y el apego afectivo en una extracción de valor.

Además, nos preguntamos por la relación entre la afinidad/gasto en recompensas aleatorias y la exposición a patrones oscuros específicos, en particular, mecánicas de FOMO por tiempo limitado y patrones monetarios como *pay-to-win*, monedas virtuales y pases de batalla. En este punto, las hipótesis quedan claramente respaldadas por el hecho de que una mayor afinidad y un mayor gasto en recompensas aleatorias predicen una mayor exposición tanto a patrones temporales como a patrones monetarios.

Más allá de los coeficientes individuales, la estructura de correlaciones entre subindicadores muestra que estos patrones operan como un clúster estrechamente interconectado, donde el gasto en azar, los eventos temporales, las monedas virtuales, los incentivos de pase de batalla y las mecánicas *pay-to-win* se correlacionan fuertemente entre sí y se intensifican con un mayor gasto mensual.

Esto permite interpretar los patrones oscuros como infraestructuras mediáticas que operan de manera continua y sistemática, inscritas en la arquitectura técnica, económica y temporal del videojuego. Lejos de actuar como añadidos puntuales, estos mecanismos estructuran la experiencia desde den-

tro: organizan los ritmos de conexión y de progresión, introducen escasez artificial y urgencia temporal, y vinculan de forma estrecha el avance, el estatus y la competencia a dinámicas de monetización recurrente.

Los datos sugieren, por tanto, que la exposición cotidiana se organiza como un ensamblaje interdependiente de monetización, escasez temporal y presión competitiva, que organiza prácticas, decisiones y afectos a lo largo del tiempo. Entendidos así, estos patrones median la experiencia de juego del mismo modo que otras infraestructuras invisibles, como los algoritmos, los sistemas de monetización o las reglas de progresión. Aunque puede que operen en un segundo plano, sí que delimitan de manera decisiva qué opciones son plausibles, qué se percibe como natural y qué formas de deseo, frustración o pertenencia se activan en el videojuego.

Desde una perspectiva de las teorías de la materialidad mediática (Gillespie *et al.*, 2014), este clúster ejemplificaría el accionar de los artefactos digitales con agencia performativa como herramientas no neutras, sino como objetos e interfaces que estructuran las condiciones del juego. En conjunto, los patrones configuran una infraestructura en la que la progresión, el estatus y la pertenencia quedan continuamente vinculados a microtransacciones.

El tercer conjunto de submodelos planteaba que una mayor exposición a patrones temporales y monetarios oscuros se asociaría con un mayor impacto emocional, operacionalizado como frustración, estrés y afecto negativo en torno a dichas mecánicas. Estas hipótesis se confirman con fuerza, ya que tanto los patrones temporales como los monetarios muestran asociaciones positivas robustas con el impacto emocional, incluso al controlar por tiempo, gasto y afinidad al azar.

Este hallazgo es crucial para ir más allá del pánico moral o de las afirmaciones genéricas sobre el “tiempo de pantalla”. Lo relevante no es simplemente cuánto juegan los jóvenes, sino cuán profundamente su experiencia lúdica se encuentra inmersa en arquitecturas que acoplan la progresión, las recompensas y el estatus social al gasto y al riesgo. En este sentido, y aunque Paasonen (2018) no se ocupa específicamente del ámbito del videojuego, su noción de infraestructuras de la intimidad resulta analíticamente productiva para contextualizar el juego digital *gamblificado*. Trasladada a nuestro campo de estudio, permite entender cómo los videojuegos contemporáneos alinean ritmos afectivos de excitación, anticipación y decepción con ritmos económicos de monetización continua, configurando formas de implicación emocional sostenida que exceden la lógica del entretenimiento puntual.

De manera significativa, ni el gasto mensual ni el tiempo semanal se presentan como principales predictores del malestar emocional una vez incorporados los patrones oscuros. Esto sugiere que el daño emocional es producto de configuraciones de poder codificadas en la interfaz y en la lógica de recompensas. La evidencia empírica sugiere que la frustración y el estrés experimentados por las personas jóvenes están menos relacionados con un 'uso excesivo' y más con la exposición reiterada a entornos deliberadamente diseñados para mantener una tensión constante entre expectativa y pérdida, entre deseo de progresar y límites impuestos por la monetización.

Quizá los resultados más llamativos se refieren a las hipótesis del último modelo sobre la conciencia crítica, ya que la exposición a patrones temporales y monetarios, así como un mayor tiempo semanal de juego, predice puntajes más altos de conciencia crítica. Los jugadores más inmersos en estas infraestructuras no solo 'sienten' los patrones, sino que también tienen una mayor probabilidad de considerarlos problemáticos y de apoyar la transparencia y la regulación. Sin embargo, esta tendencia coexiste con un movimiento en sentido contrario, en tanto que una mayor afinidad por recompensas aleatorias y un mayor gasto en mecánicas basadas en el azar se asocian con una menor conciencia crítica.

En otras palabras, los jóvenes que más disfrutan y más invierten emocional y económicamente en estos sistemas tienden a ser menos críticos respecto de sus riesgos, incluso cuando están expuestos a arquitecturas similares. Este doble movimiento, el de que la exposición fomenta la crítica, mientras que el disfrute y el gasto la atenúan, complejiza lecturas superficiales que presentarían a los jugadores como engañados o plenamente resistentes. Además, las hipótesis sobre la conciencia crítica como 'protector emocional' no reciben apoyo. Contra lo esperado, una mayor conciencia crítica se asocia con mayor impacto emocional, y no modera la relación entre patrones oscuros y malestar emocional. Las personas jóvenes que perciben estas mecánicas como injustas, opacas o predatorias son también quienes reportan más estrés y afectos negativos asociados a ellas.

En conjunto, los resultados sugieren que la *gamblicación* sitúa a los jóvenes en una suerte de doble vínculo. Por un lado, están inmersos en infraestructuras que intensifican el gasto, normalizan el riesgo y atan la progresión a mecánicas monetizadas. Para quienes más gastan, los patrones oscuros se agrupan en un entorno cotidiano donde el azar, el FOMO y las dinámicas *pay-to-win* se entrelazan profundamente. Pero, por otro lado, esta exposición ge-

nera niveles significativos de conciencia crítica y demandas de regulación, en particular respecto de los *pay-to-win* y las recompensas aleatorias.

Sin embargo, esta conciencia crítica no basta para neutralizar el atractivo emocional y económico de estos sistemas. Los jugadores pueden disfrutar simultáneamente de dinámicas de azar como las cajas botín y, a la vez, sentirse compelidos por el FOMO, sufrir desventajas competitivas asociadas al pago y reclamar una mayor regulación. Es decir, que la crítica no desactiva la captura y se puede reconocer el problema mientras que se está atrapado en dinámicas diseñadas para incentivar el gasto y una conexión continua.

Lejos de ser contradictoria, esta coexistencia de disfrute, frustración y crítica es precisamente lo esperable en un régimen de juego profundamente mediado por infraestructuras económicas y afectivas. La conciencia, lejos de aliviar el malestar, puede intensificarlo cuando los jugadores continúan participando en entornos que consideran problemáticos, pero de los que resulta difícil desvincularse debido a dinámicas sociales, afectivas y económicas.

En síntesis, los cuatro modelos empíricos planteados en el presente trabajo ayudan a concluir que la *gamblificación* no solo transforma la economía del juego, sino también sus condiciones afectivas y políticas, organizando qué se siente al jugar, quién puede competir en igualdad de condiciones y hasta qué punto los jugadores pueden traducir su malestar en una demanda efectiva de cambio.

6. Conclusiones

Este artículo analiza cómo la exposición de jóvenes jugadores a infraestructuras *gamblificadas* se relaciona con sus actitudes, experiencias emocionales y su conciencia crítica respecto de los patrones oscuros en los videojuegos digitales contemporáneos.

El hallazgo central a partir de los resultados de la encuesta es que la integración de los jóvenes en la economía de los videojuegos, guiada principalmente por la monetización, explica más que el tiempo de juego, la afinidad por las mecánicas de azar y la exposición a patrones oscuros. Este hallazgo, aunque coherente con la evidencia acumulada que subraya el gasto como marcador crítico en dinámicas tipo cajas botín (Close y Lloyd, 2021), lo reubica en una lectura más amplia donde el problema no es 'jugar mucho', sino estar profundamente integrado en arquitecturas de monetización *gamblificada*.

Al mismo tiempo, la exposición a patrones oscuros se articula como un clúster interdependiente (azar/cajas botín, FOMO temporal, monedas virtuales, pase de batalla, *pay-to-win*), lo que refuerza la idea de que estos mecanis-

mos funcionan como infraestructura mediática y no como adiciones aisladas. Este entramado se asocia de manera robusta con el impacto emocional, indicando que no es solo el hecho de jugar más, sino de hacerlo dentro de un sistema que te hace querer algo, pero a la vez te dificulta conseguirlo sin pagar y, al tiempo, te añade una presión temporal para tomar la decisión.

Por último, el artículo aporta un matiz agencial clave: la exposición a estas infraestructuras incrementa la conciencia crítica y la demanda de regulación, pero la afinidad y el gasto en azar tienden a amortiguar esa mirada crítica. Esta demanda de regulación se alinea con debates internacionales recientes que proponen marcos regulatorios específicos para las mecánicas de azar en videojuegos, especialmente en relación con menores y jóvenes (Xiao et al., 2022). Sin embargo, una conciencia crítica en los jugadores, lejos de ser un amortiguador emocional, coexiste con la frustración y la indignación. Esto sugiere que la agencia juvenil en el capitalismo de plataformas podría ser ambivalente, en tanto que, al mismo tiempo, se puede reconocer el carácter predatorio de ciertas mecánicas y, a la vez, quedar afectiva y económicamente capturada por ellas.

Estos resultados deben leerse a la luz de varias limitaciones que delimitan el alcance del estudio y abren sendas relevantes para el futuro. Por ejemplo, si bien nuestro diseño empírico captura la percepción de patrones monetarios, no distingue plenamente entre experiencias de inequidad por pago y experiencias de competencia basadas en mérito, destreza o tiempo invertido. Asimismo, aunque la variable de género aparece en los modelos como control y muestra algunas asociaciones, el estudio no se diseñó para analizar de manera sistemática las desigualdades o las mediaciones de género en la *gamblicación*.

Con respecto a la consistencia interna moderada del indicador de impacto emocional negativo, este valor puede deberse a que agrupa experiencias emocionales negativas relacionadas, aunque no necesariamente unidimensionales. Futuras investigaciones podrían refinar esta medición, explorar su estructura factorial y evaluar la posibilidad de diferenciar dimensiones específicas del malestar, como la frustración, el estrés, la ansiedad, la presión económica o la sensación de pérdida de control.

Por último, el estudio no captura de manera directa formas concretas de resistencia cotidiana mediante las cuales los jugadores evitan ciertas mecánicas de la *gamblicación* y cómo pueden 'jugar contra el sistema'. Esta línea ayudaría a explorar directamente la ambivalencia de la agencia en el capitalismo de plataformas, donde los jóvenes jugadores no solo serían consumidores pasivos, sino

que también podrían interpretar, negociar y resistir activamente las lógicas de monetización de las plataformas (Bonini y Treré, 2024; Siles, 2023).

Estas tácticas de uso y apropiación, en el sentido propuesto por Michel de Certeau (1984), son relevantes porque muestran que la agencia no se reduce ni a la captura ni a la conciencia crítica, sino que también se expresa como negociación práctica, desvío y reapropiación de dispositivos diseñados estratégicamente por la industria del videojuego. Desde esta perspectiva, los jugadores pueden desplegar prácticas situadas que explotan los márgenes del sistema, reconfigurando parcialmente sus lógicas sin cuestionar necesariamente el marco estructural del capitalismo de plataformas en el que se inscriben los videojuegos *mainstream*.

Asimismo, futuras investigaciones podrían explorar comparativamente cómo distintos marcos regulatorios nacionales condicionan las experiencias de juego, las dinámicas de monetización y las formas de exposición juvenil a mecánicas *gamblificadas*. En esta línea, los resultados del estudio apuntan a la necesidad de avanzar hacia modelos regulatorios más transparentes en relación con las probabilidades de recompensa, los sistemas aleatorios de obtención de ítems y los mecanismos de monetización dirigidos a población joven.

Ética y transparencia

Agradecimientos

Los autores agradecen el apoyo de Linguaserve Internacionalización de Servicios S.A. en la traducción profesional del presente artículo.

Conflicto de intereses

Los autores declaran no tener conflictos de intereses financieros, personales ni institucionales que puedan haber influido en el desarrollo, análisis o publicación de esta investigación.

Financiación

Esta investigación se enmarca en el proyecto “Gamblificación, juventud y videojuegos: Investigación para promover prácticas de juego responsables”, financiado por el Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030 en el marco de la convocatoria para el desarrollo de actividades de investigación relacionadas con la prevención de los trastornos del juego, impulsada por la Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ) en España. Referencia del proyecto: SUBV24/00026.



Contribuciones de los autores

Función	Autor 1	Autor 2	Autor 3	Autor 4
Conceptualización	X			
Curación de datos			X	
Análisis formal		X		
Adquisición de financiamiento	X			
Investigación	X		X	
Metodología		X		
Administración de proyecto	X			
Recursos	X			
Software		X		
Supervisión	X		X	
Validación	X	X		
Visualización		X		
Escritura - borrador original	X	X		
Escritura - revisión y edición	X	X	X	

Disponibilidad de los datos

Los datos se encuentran a disposición para consulta abierta en el siguiente enlace: <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.30467558.v3>.

Referencias bibliográficas

ARNEDO-MORENO, J., PONS, J.J., RODRÍGUEZ-RIVERA, P., BAENA, A. Y ARANDA, D. (2026). The impact of video game use of dark patterns and random reward mechanisms on the youth: A systematic literature review. *Entertainment Computing*, 57. <https://doi.org/10.1016/j.entcom.2026.101122>

BONINI, T. Y TRERÉ, E. (2024). *Algorithms of Resistance: The Everyday Fight Against Platform Power*. The MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/14329.001.0001>

BRIGNULL, H. (2011, November 1). Dark Patterns: Deception vs. Honesty in UI Design. *A List Apart*. <https://tinyurl.com/mpcvsmaf>

BROCK, A. Y JOHNSON, R. (2021). *Gaming the System: How Capitalism Co-opts Play for Profit*. Polity Press.

BROOKS, G.A. Y CLARK, L. (2023). The gamblers of the future? Migration from loot boxes to gambling in a longitudinal study of young adults. *Computers in Human Behavior*, 141, 107605. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107605>



- CLOSE, J. Y LLOYD, J. (2021). *Lifting the lid on loot-boxes: Chance-based purchases in video games and the convergence of gaming and gambling*. GambleAware. <https://tinyurl.com/3ryyzwnr>
- CONSALVO, M. (2007). *Cheating: gaining advantage in videogames*. The MIT Press.
- DE CERTEAU, M. (1984). *The practice of everyday life*. University of California Press.
- FISKE, J. (1987). *Television culture*. Routledge.
- GARDNER, D. L. (2025). *Thresholds of digital gameplay*. The MIT Press.
- GILLESPIE, T., BOCZKOWSKI, P. J. Y FOOT, K. A. (Eds.). (2014). Media technologies: Essays on communication, materiality, and society. *The MIT Press*. <https://doi.org/10.7551/mitpress/9780262525374.001.0001>
- GUTIÉRREZ-MANJÓN, S., GÓMEZ-GARCÍA, S. Y BONALES-DAIMIEL, G. (2026). Designing for monetization: A taxonomy of dark patterns in top-grossing GaaS video games. *Trípodos*, 59. <https://doi.org/10.51698/tripodos.2026.59.05>
- HALL, S. (1980). Encoding/Decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe y P. Willis (Eds.), *Culture, Media, Language* (pp. 128–138). Hutchinson.
- KING, D., DELFABBRO, P. Y GRIFFITHS, M. (2010). The convergence of gambling and digital media: implications for gambling in young people. *Journal of Gambling Studies*, 26(2), 175–187. <https://doi.org/10.1007/s10899-009-9153-9>
- KRASSEN, C. Y AUPERS, ST. (2021). Pressure to play: Social pressure in online multiplayer games. *The Information Society*, 38(1), 13–24. <https://doi.org/10.1080/01972243.2021.1987364>
- LARCHE, C. J., CHINI, K., LEE, A. L., DIXON, M. J. Y FERNANDES, M. (2021). Rare loot box rewards trigger larger arousal and reward responses, and greater urge to open more loot boxes. *Journal of Gambling Studies*, 37(1), 141–163. <https://doi.org/10.1007/s10899-019-09913-5>
- LIEVROUW, L. A. (2014). Materiality and Media in Communication and Technology Studies: An Unfinished Project. In T. Gillespie, P. J. Boczkowski, & K. A. Foot (Eds.), *Media Technologies* (pp. 21–52). The MIT Press <https://doi.org/10.7551/mitpress/9042.003.0005>
- LIVINGSTONE, S. (2009). *Children and the internet: great expectations. challenging realities*. Polity Press.
- MACEY, J. & HAMARI, J. (2024). Gamblification: A Definition. *New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/14614448221083903>
- MACEY, J., HAMARI, J. Y ADAM, M. (2024). A conceptual framework for understanding and identifying gamblified eExperiences. *Computers in Human Behavior*, 152, 108087. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.108087>

- MARTÍN-BARBERO, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili.
- MORLEY, D. (1986). *Family television: cultural power and domestic leisure*. Co-media.
- OROZCO, G. (1996). *Televisión y audiencias: Un enfoque cualitativo*. Universidad Iberoamericana.
- PAASONEN, S. (2018). Infrastructures of intimacy. En R. Andreassen, M. Nebeling Petersen, K. Harrison & T. Raun (Eds.), *Mediated intimacies: connectivities, relationalities and proximities* (pp. 103–116). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315208589-10>
- SÁNCHEZ CHAMORRO, L., LALLEMAND, C. Y GRAY, C. M. (2024). “My mother told me these things are always fake” – understanding teenagers’ experiences with manipulative designs. In Proceedings of the Designing Interactive Systems Conference (DIS ’24) (pp.1469–1482). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3643834.3660704>
- SHAW, A. (2010). What is video game culture? Cultural studies and game studies. *Games and Culture*, 5(4), 403–424. <https://doi.org/10.1177/1555412009360414>
- SILES, I. (2023). *Living with Algorithms: Agency and User Culture in Costa Rica*. The MIT Press.
- SILVERSTONE, R. (1994). *Television and everyday life*. Routledge.
- WARDLE, H. Y ZENDLE, D. (2021). Loot boxes, gambling, and problem gambling among young people: Results from a cross-sectional online survey. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(4), 267–274. <https://doi.org/10.1089/cyber.2020.0299>
- XIAO, L.Y., HENDERSON, L.L., NIELSEN, R.K.L. Y NEWALL, W.S.P. (2022). Regulating Gambling-Like Video Game Loot Boxes: a Public Health Framework Comparing Industry Self-Regulation, Existing National Legal Approaches, and Other Potential Approaches. *Curr Addict Rep*, 9, 163–178. <https://doi.org/10.1007/s40429-022-00424-9>
- ZAGAL, J., BJÖRK, S. Y LEWIS, C. (2013). Dark patterns in the design of games. In *Proceedings of the International Conference on the Foundations of Digital Games*. (pp. 39-46). Society for the Advancement of the Science of Digital Games. <https://tinyurl.com/jdszwm5b>
- ZENDLE, D. Y CAIRNS, P. (2018). Video game loot boxes are linked to problem gambling: Results of a large-scale survey. *PLOS ONE*, 13(11), e0206767. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0206767>
- ZUBOFF, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: the fight for a human future at the new frontier of power*. PublicAffairs.