



FACULTAD DE PSICOLOGÍA

Factores de riesgo en adolescentes entre 14 y 17 años con consumos problemáticos de compras en Juegos Online

Estudiante: Roma, Rocío Daniela

Legajo: 28282

Director/es: Defferrari, Matías

Trabajo Final de Integración para acceder al título de Licenciatura en Psicología

2025

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE OBRAS EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL DE LA UFLO UNIVERSIDAD

RIUFLO - *Repositorio Institucional de la Universidad de Flores* - fue creado para gestionar y mantener una plataforma digital de acceso libre y abierto para la difusión de la creación intelectual de la Universidad de Flores.

El autor cede a la Universidad de forma gratuita pero no exclusiva, los derechos de reproducción, de distribución y de comunicación pública de su obra, a través del RIUFLO. Por lo tanto, la Universidad adopta para los ítems allí depositados la Licencia Creative Commons atribución - no comercial - compartir igual 4-0 internacional y siempre requerirá que se cite la fuente y se reconozca la autoría. De solicitar otras limitaciones, el autor podrá detallarlas en forma expresa o a través de la elección de otro modelo de Licencia.

Autorizo la publicación de la obra en el RIUFLO (seleccionar una opción):

A partir del día de la fecha de aprobación del TFI [X]

A partir de otra fecha, especificar: 04 /09 /25

Lugar y fecha: Bs.As, 2025

Firma y aclaración del autor: 
Rocío Roma

Indice

Resumen	4
Introducción	5
Planteo del Problema	8
Objetivos	10
Pregunta de investigación	10
Estado del Arte	11
Marco Teórico	15
Adolescencia	15
Consumo problemático y adicción	18
Consumos problemáticos en las compras en juegos online.....	23
Factores de riesgo	31
Método	39
Diseño y enfoque epistemológico.....	39
Participantes.....	39
Instrumentos y técnicas de recolección	39
Procedimiento	40
Análisis de datos	40
Procedimiento	40
Resultado	41
Discusión	55
Conclusión	59
Referencias.....	63

Resumen

El presente trabajo final de grado tiene como objetivo general investigar acerca del consumo problemático y las compras en los juegos online en los adolescentes y su relación con los factores de riesgo.

El interés de la investigación surgió ya que en Argentina se están trabajando diferentes legislaciones para poder controlar esta problemática que sigue creciendo sin parar. El presente estudio cualitativo exploró el consumo problemático de compras en juegos online (microtransacciones) en adolescentes de Gran Buenos Aires, revelando una alta prevalencia de este comportamiento, impulsado por la impulsividad individual, la influencia social, elementos de **gamificación** en el diseño de los juegos y una limitada supervisión parental. El análisis de entrevistas semiestructuradas a 17 adolescentes destacó que más de la mitad realiza compras semanales, y un 30% diariamente, lo que sugiere un consumo problemático superior a los promedios generales de adicción a internet. La impulsividad, influenciada por amigos, redes sociales y la propia estructura de recompensa de los juegos, emerge como un factor individual clave. En contraste, la falta de comunicación con los padres sobre este tema exacerba la vulnerabilidad, ya que dificulta la transmisión de información y estrategias para un uso responsable. Estos hallazgos subrayan la necesidad de intervenciones que combinen el fortalecimiento de la regulación emocional, la toma de decisiones conscientes y una mayor implicación parental, para así mitigar los riesgos asociados a este creciente fenómeno. Se sugieren futuras investigaciones sobre el impacto de la violencia en los juegos, la relación entre emociones y consumo, y la eficacia de intervenciones específicas para abordar los factores de riesgo identificados.

Palabras claves:

microtransacciones - consumo problemático - adolescentes - juegos online

Introducción

Delimitación del objeto de estudio

El presente Trabajo Final Integrador (TFI) tiene como objetivo analizar los factores de riesgo de los consumos problemáticos en juegos online de adolescentes entre 14 y 17 años. Para ello, se desarrolló un estudio con método cualitativo.

En la sociedad actual, la tecnología es omnipresente y desencadenó una profunda transformación, sobre todo después de la pandemia de COVID-19 vivida a nivel mundial durante el 2020. Este cambio fue muy notorio en la adolescencia. La Real Academia Española (2019) define la adolescencia como “período de la vida humana que sigue a la niñez y precede a la juventud”. Para ubicar la adolescencia desde un proceso evolutivo, podemos mencionar que es aquella etapa del desarrollo ubicada entre la infancia y la adultez, en la que ocurre un proceso creciente de maduración física, psicológica y social que lleva al ser humano a transformarse en un adulto (Gaete, 2015).

En los últimos años, hubo un crecimiento en el uso de videojuegos en esta población. Durante el 2020 en la Argentina, fueron registrados 19 millones de jugadores, lo que equivale al 42% de los habitantes, según la Asociación de Deportes Electrónicos y Electromecánicos de Argentina. La cantidad de gamers durante la pandemia de COVID - 19 en el año 2020 se incrementó en un 20% aproximadamente. Los adolescentes tienen total alcance a la tecnología y con este acceso encontramos una preocupación a nivel nacional sobre la adicción a las compras en línea en videojuegos, especialmente debido a la creciente popularidad de los juegos basados en microtransacciones. Las mismas son entendidas como pequeños pagos que le ofrece al usuario una extensión a una aplicación existente o da lugar a obtener posibles objetos virtuales que son mejoras para el videojuego. Estos objetos virtuales son otorgados de manera aleatoria bajo un sistema determinado que hace que algunos de estos objetos virtuales sean más difíciles de conseguir y, por ende, más buscados que otros (Álvarez-Cabrera, et al., 2022). Estos mecanismos que son conocidos como *loots boxes* están diseñados para fomentar compras repetidas y representan una forma de microtransacción en muchos videojuegos que tienen

cierto parecido con los juegos de azar (Kristiansen, et al., 2020). Este fenómeno se relaciona con el desarrollo de comportamientos adictivos, en los que algunos jóvenes sienten la necesidad de comprar para avanzar en el juego, ser competitivos o tener acceso a contenido exclusivo.

El consumo problemático es un comportamiento sobre el que el individuo no tiene control y desconoce las consecuencias perjudiciales. El Plan Integral Para El Abordaje De Los Consumos Problemáticos (ley 26.934) promulgada en Argentina en el 2014, define consumos problemáticos como “aquellos consumos que —mediando o sin mediar sustancia alguna— afectan negativamente, en forma crónica, la salud física o psíquica del sujeto, y/o las relaciones sociales. En la quinta edición del Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales (DSM-5) (American Psychiatric Association, 2013) se incluyó el trastorno de juego por Internet y se define como el uso recurrente de Internet para participar en juegos, provocando un deterioro o malestar clínicamente significativo que se manifiesta con síntomas como (1) preocupación por los juegos de Internet; (2) síntomas de abstinencia cuando se elimina; (3) necesidad de dedicar cada vez más tiempo a los juegos en Internet; (4) intentos infructuosos de controlar la participación en juegos de Internet; (5) pérdida del interés por otras aficiones y actividades de ocio; (6) uso excesivo y continuado de juegos de Internet a pesar de los problemas psicosociales desarrollados; (7) engaño a otras personas sobre el consumo; (8) uso de juegos de Internet para aliviar un estado de ánimo negativo; (9) puesta en peligro de relaciones importantes u oportunidades educativas o profesionales (Ayllón Salas, et al., 2024)

Para esta investigación es importante diferenciar el consumo problemático y las adicciones. Según Maté (2022) el consumo problemático se refiere a un patrón de uso de sustancias que causa problemas en la vida del individuo, pero no necesariamente implica la presencia de una dependencia física o psicológica severa. En cambio, la adicción se caracteriza por un comportamiento compulsivo hacia la sustancia, una necesidad intensa de consumirla y el desarrollo de tolerancia y síntomas de abstinencia. Así, mientras que el consumo problemático puede ser un precursor de la adicción, no siempre implica que el individuo haya perdido el control total sobre su comportamiento con respecto a la sustancia.

Para la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2011), las adicciones son una enfermedad física y emocional y una dependencia o necesidad hacia una sustancia, actividad o relación, debido a la satisfacción que causa en la persona. En esta definición podemos encontrar

la importancia que se le reconoce a la influencia social y cultural en la aparición de las adicciones, las cuales se manifiestan y analizan como un fenómeno particular e individual.

A partir de lo dicho, este trabajo tiene como objetivo analizar e investigar cómo influyen los factores de riesgo en adolescentes con consumo problemático en compras de juegos online.

Planteamiento del problema

Anteriormente, los videojuegos eran vendidos en locales exclusivos y se ganaba dinero en base a esto. Actualmente, y como ya fue mencionado, con el creciente uso de la tecnología, estos videojuegos dejaron de estar en venta en formato de único pago y pasaron a estar disponibles para todos los usuarios. Esto fue acompañado por un incremento en las compras dentro de los juegos online, microtransacciones, donde se pueden adquirir objetos y elementos que mejoran su experiencia de juego. Este comportamiento de compra, en algunos casos, puede transformarse en un consumo problemático, afectando no solo la economía familiar sino también la salud mental de los adolescentes.

En la nueva edición del DSM-5 (Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales), el juego patológico, fue considerado como otro tipo de adicción denominada 'Adicción sin sustancias'. Desde la edición anterior del Manual de Trastornos Mentales, el abuso ya estaba definido como 'un patrón desadaptativo de consumo manifestado por consecuencias adversas significativas y recurrentes relacionadas con el consumo repetido de sustancias' (De Sola Gutiérrez, 2014).

Las microtransacciones son entendidas como pequeños pagos que le ofrece al usuario una extensión o compra de objetos virtuales que son mejoras para el videojuego. Estos objetos virtuales son otorgados de manera random bajo un sistema determinado que hace que algunos de estos objetos virtuales sean más difíciles de conseguir y, por ende, más buscados que otros (Álvarez-Cabrera et al., 2022).

Bajo esta premisa, podemos identificar que existiría consumo problemático de compras en juegos online en adolescentes entre 14 y 17 años y que podría estar asociado con diversos factores de riesgo. Griffiths, experto en adicción a los videojuegos identifica ciertos factores de riesgo y los agrupa en individuales, que pueden ser la personalidad, trastornos de salud mental, historia familiar de adicciones o experiencias traumáticas tempranas. Por otro lado, identifica los factores sociales y contextuales que pueden ser presión social, aislamiento social y ansiedad o estrés. El último factor que reconoce tiene

que ver con el videojuego en sí y menciona el diseño del juego, el acceso a la tecnología y la cultura de hoy en día en cuanto al entretenimiento digital (Griffiths, 2024).

La OMS (2011) identifica el periodo de la adolescencia entre los 10 y 19 años y pone el foco en la etapa en la que se construye la identidad y tiene relevancia la mirada del otro. Es importante destacar que los adolescentes poseen una mayor inmadurez del cerebro y se encuentra en proceso de desarrollo y de adquisición de mecanismos de autocontrol, son un grupo población más impulsivo y vulnerable a problemas como la adicción a sustancias o el juego patológico (Fong, 2005; en Aledo Fenoll, Marco, 2023).

Los factores de riesgo según Zapata et al., (2012) hacen alusión a aquellas características o variables que, si están presentes, elevan la probabilidad de que una persona desarrolle una patología. El autor Aguilar Andrade (2012) los divide en individuales, interpersonales y ambientales siendo los individuales los antecedentes familiares, control de impulsos, déficit de atención e hiperactividad, discapacidad, bajo coeficiente intelectual y falta de motivación. Por el lado, de los interpersonales, el autor afirma que tienen que ver con la inadecuada comunicación familiar, los conflictos relacionales y el apego deficiente, estilos de crianza negligentes, consumo de alcohol y drogas, bajo compromiso escolar, rechazo de pares y asociación con grupos de compañeros antisociales. Por último, los ambientales son referidos a la pobreza, privaciones económicas, desorganización vecinal e inseguridad en los barrios.

El presente estudio tiene como objetivo describir la relación de los factores de riesgo con el consumo problemático de compras en juegos online entre adolescentes de 14 a 17 años de Gran Buenos Aires.

Objetivos

General

- Describir la relación entre los factores de riesgo y el consumo problemático en las compras en juegos online en adolescentes entre 14 y 17 años de Gran Buenos Aires.

Específicos

- Indagar la relación de los factores de riesgo sociales con el consumo problemático en las compras en juegos online en adolescentes entre 14 y 17 años.
- Identificar la relación entre los factores de riesgo individuales con el consumo problemático en las compras en juegos online en adolescentes entre 14 y 17 años.
- Examinar la relación existente entre los factores de riesgo del diseño del juego con el consumo problemático en las compras en juegos online en adolescentes entre 14 y 17 años.

Pregunta de investigación

Por todo lo expuesto a lo largo de este trabajo, la pregunta de investigación será la siguiente: ¿Cuál es la relación que existe entre los factores de riesgo y el consumo problemático en adolescentes de Gran Buenos Aires entre 14 y 17 años?

Estado del Arte

A continuación, se presentan los antecedentes empíricos relacionados al problema de investigación objeto de este trabajo integrador final. Los antecedentes son presentados siguiendo un orden cronológico desde el más reciente hasta el más antiguo. El período de publicación de los antecedentes seleccionados fue desde el 2020 hasta 2024.

Nogueira-López et al. (2023) realizaron en España un estudio cuantitativo donde estudiaron la prevalencia del uso problemático de internet y de juego problemáticos. La muestra fue de 41.507 adolescentes españoles y la herramienta utilizada para la recolección de datos fue la Escala de uso de Internet con problemas para adolescentes y la Escala de adicción a los juegos para adolescentes. En esta investigación se detectó una prevalencia del 33% en el uso problemático de internet y del 3,1% en relación con los juegos problemáticos. Además, se analizaron factores de riesgo, y se observó que, en el caso de las adolescentes mujeres, la combinación de un mayor nivel educativo de los padres, un mayor tiempo de conexión, el uso del dispositivo después de la medianoche y el uso del teléfono móvil durante las clases se asociaron como predictores significativos del uso problemático de internet. En cuanto al género masculino, la “situación de vida” en la que las familias no tienen una estructura tradicional o un entorno estable, el elevado tiempo de conexión a Internet y el uso del teléfono celular en clase, son algunos de los factores que podrían influir como predictores de riesgo.

Ortiz y Velastegui (2023) realizaron en una investigación cuantitativa la relación entre videojuegos y la impulsividad en estudiantes adolescentes de latinoamérica. La muestra que se tomó fue de 403 estudiantes y se aplicó el Test de Dependencia a Videojuegos (TDV) y la Escala de Impulsividad de Barratt (BIS-11C). Los resultados arrojaron que existe una relación entre la dependencia a videojuegos y la impulsividad y que la prevalencia de dependencia alta a videojuegos es notable entre la muestra que se realizó. Se destaca la impulsividad motora como la forma más prominente de impulsividad y se discute dentro del estudio el posible papel de factores contextuales, como la zona de residencia, en la relación entre estas variables, aunque no se llegó a una conclusión final.

González-Cabrera et al. (2022) realizaron un diseño transversal de investigación psicométrica para examinar la relación entre las microtransacciones, llamadas “loot boxes”

en videojuegos online y los trastornos de juego en adolescentes y adultos jóvenes españoles. Mencionan la alta prevalencia de este tipo de compras dando como resultado un 30,4% en el año que se realizó la muestra entre 6633 participantes. En este estudio, se hace un análisis entre la asociación que tiene la compra de loot boxes y la posibilidad que tiene en presentar un consumo problemático en videojuegos mostrando el potencial adictivo que tiene esta mecánica. Como resultado, este artículo aporta evidencia sobre la prevalencia de las microtransacciones y su asociación con trastornos de juego en adolescentes y jóvenes destacando la importancia de desarrollar políticas de prevención y regulación.

En una revisión sistemática realizada por Gibson et al. (2022) se busca la relación entre las microtransacciones en los videojuegos y los consumos problemáticos de juegos y apuestas. Los autores encontraron que hay un factor de riesgo importante en la mecánica de las microtransacciones que exponen a los usuarios a un comportamiento problemático relacionado a esta temática. Sugieren que esta relación puede estar mediada por varios factores que van desde el diseño del juego, la predisposición individual a comportamientos adictivos, el contexto de la persona y la cultura. El sistema de microtransacciones puede activar en el cerebro el mecanismo de defensa y aumenta la probabilidad de desarrollar una conducta adictiva.

Rodríguez-Rivera (2022) realizó un estudio cuantitativo con una muestra de 153 personas en Vigo, España donde muestra la relación de loot boxes o caja de botín con la problemática del gambling. Como resultado de este estudio se evidenció que hubo un 50.67% de personas de la muestra que presentaron alguna problemática de gambling y que afirmaron consumir loot boxes. Dentro de este estudio también se evidenció la baja en la edad de esta problemática mostrando que el porcentaje de adolescentes con problemas de juego es más elevado que el de los adultos en los últimos años.

Raneri et al. (2022) llevaron a cabo un estudio de revisión sistemática sobre la relación entre las microtransacciones (enfocado más en las cajas de botín o "loot boxes"), el Trastorno del Juego por Internet y el Trastorno del Juego. Dentro de sus hallazgos se detectó una correlación positiva entre el gasto que se hacen en las microtransacciones y lo grave que puede ser los síntomas del trastorno del juego, dando lugar a que a mayor gasto mayor riesgo de desarrollo de trastorno. Otro punto clave detectado es que los adolescentes que compran cajas

de botín pueden tener un riesgo significativamente mayor de desarrollar síntomas debido al proceso de control de impulsos.

Hing et al. (2022) llevaron a cabo una investigación cuantitativa en Australia donde se investigó la relación entre la compra de loot boxes en videojuegos y los problemas de juego en adolescentes entre 12 y 17 años. La muestra fue de más de 1600 participantes y los resultados indicaron una asociación significativa entre la compra de loot boxes y los problemas de juego en adolescentes, ya que, según este estudio, las loot boxes atraen de forma desproporcionada a adolescentes con problemas de juego y llevan a una grave situación económica producto de estos gastos desproporcionados.

Sanmartín et al. (2021) en su estudio llevado a cabo de manera cuantitativa en España, investigan la relación entre las loot boxes o microtransacciones en videojuegos y las consecuencias psicológicas como la culpa, el malestar, la pérdida de control en adolescentes y adultos. Dentro de la muestra hubo 475 participantes de los cuales 266 eran adolescentes y 209 adultos. Entre los hallazgos más relevantes encontramos que los adolescentes gastan más dinero en este tipo de mecánica que los adultos. El gasto se ve aumentado con la publicidad de los contenidos en la plataforma online. Cuando no se obtiene lo deseado, crece la culpa y el malestar mientras que cuando se logra la meta puede llegar a ser predictor de una pérdida de control. Los niveles de culpa reportados fueron de más del 45% mientras que el malestar general fue del 50%.

Murias et al. (2021) realizaron una revisión donde se incluyeron 22 artículos. En esta revisión se analiza la relación entre las "loot boxes" (cajas de botín), el juego problemático y el abuso de videojuegos. En primer lugar hace una definición de lo que son los loot boxes y lo define como elementos en videojuegos que contienen recompensas aleatorias y se compran con dinero real. En este estudio se encontró una relación significativa entre el uso de las loot boxes y la mayor gravedad en el consumo problemático. En el análisis de la respuesta impulsiva, se encontró que la impulsividad y la búsqueda de emociones positivas (al obtener artículos raros) podrían ser factores influyentes. Como conclusión del estudio, se determinó que el gasto en loot boxes puede aumentar el juego problemático y que los que poseen esta conducta suelen tener preferencia por este tipo de mecanismo. En el estudio se recomiendan estrategias de prevención y regulación para los adolescentes.

Blanco de Ovando et al. (2020) presentó una investigación de revisión de artículos, entrevistas con expertos y jugadores donde se identifica la creciente popularidad de los videojuegos online y el fácil acceso a estos juegos de jóvenes entre 18 y 24 años. La investigación menciona que si bien tiene aspectos positivos como el aprendizaje y la expresión personal, también se destaca el riesgo del uso en exceso, sobre todo de las microtransacciones y el impacto negativo que pueden tener. Dentro de esta teoría se revisaron diversas problemáticas como el sentimiento de culpa, el gasto desproporcionado y la expectativa de logro que provocan. Como conclusión de esta revisión, los autores presentan la necesidad de desarrollar soluciones para mitigar los efectos negativos que tienen las microtransacciones y que se tomen las medidas necesarias desde la industria de los videojuegos.

Los antecedentes revisados evidencian una creciente preocupación internacional por el uso problemático de internet y videojuegos, especialmente en adolescentes. Se destacan como factores de riesgo comunes la impulsividad, el uso excesivo, la exposición a microtransacciones como las loot boxes, y determinados contextos familiares o sociales. La relación entre estas variables y el desarrollo de conductas adictivas aparece de manera consistente, siendo los adolescentes un grupo particularmente vulnerable. Estas investigaciones refuerzan la necesidad de profundizar en el análisis del consumo problemático en adolescentes del Gran Buenos Aires, especialmente en el rango de 14 a 17 años, y de identificar los factores de riesgo específicos que puedan estar influyendo en este contexto local.

Marco Teórico

En el siguiente apartado se realizará una conceptualización de las variables implicadas en este trabajo, especialmente aquellos formulados en el título y objetivos. Abordaremos temas como Adolescencia, Consumos Problemáticos y Factores de riesgo.

Adolescencia

La adolescencia será abordada como una etapa en la cual el individuo comienza a construir su identidad a partir de modelos externos que responden a sus necesidades psíquicas y vitales (Gómez Cobos, 2008)

Es importante comprender la adolescencia como un profundo cambio tanto físico, psíquico, emocional y conductual. Lilo Espinosa (2022) caracteriza de manera resumida como la etapa en donde hay una superposición de funcionamientos infantiles y adultos con determinadas gradientes según la edad del adolescente, dando lugar a que en los inicios tienen más funcionamiento infantil y a medida que va transcurriendo el tiempo irán predominando los comportamientos adultos. En estos comportamientos simultáneos se da la característica con los adolescentes que tienen una amplia gama de conductas y comportamientos infantiles y adultos sin diferenciar o discriminar y que en ocasiones ni siquiera los adultos pueden diferenciar, dando lugar a las confusiones en el diálogo con los adolescentes. Morales Salinas et al. (2014) considera a la adolescencia como una etapa de adaptación, crisis, estrés y desajuste; un periodo que demanda a la persona todo su esfuerzo para adaptarse a nuevas necesidades personales y sociales. Estos profundos cambios suponen una reorganización de las interacciones sociales, ya que hay modificaciones en las relaciones interpersonales con pares, padres y pareja.

Como definición general, la OMS (2014) definió a la adolescencia como un periodo clave en la vida que contiene cambios tanto físicos como psicológicos. Abarca desde los 10 a 19 años y es la etapa en la que comienzan a construir su identidad siendo de gran importancia lo que ven y creen los demás.

La adolescencia para Lillo Espinosa (2004) está caracterizada por ser una etapa de pérdida y de renovación con la que el adolescente hace un duelo. Es la etapa en la que

gradualmente tiene que ir abandonando el funcionamiento infantil, las relaciones infantiles con los padres, un cuerpo infantil y unas vivencias psíquicas de tipo infantil. Es un período en el cual destacan los elementos de ruptura, de pérdidas y abandonos necesarios para seguir adelante en el desarrollo. Este duelo se hace al cuerpo, el rol y la identidad y a la relación con los padres. Es el período que supone un cambio en la relación con los padres, quienes para el niño lo sabían y lo podían todo, y ahora para el adolescente ya no saben ni pueden tanto, lo que, si bien provoca dolor e inseguridad al perder también la seguridad y contención que proporcionaba, permite al niño liberarse de la obediencia a ellos. Este cambio es vivido como una pérdida y se expande a sus creencias, relaciones de objeto y al mundo en general, tal como lo conocía de niño.

Según Erik Erikson, desde la teoría psicoanalítica, citado en el artículo de Bordignon, (2005), divide el ciclo vital en ocho etapas, siendo la adolescencia la número cinco y caracterizada por la crisis de identidad versus conducción de roles. El autor no define las etapas por una edad específica sino por la resolución de crisis que le corresponde a cada etapa para pasar a la siguiente. Erikson toma la adolescencia como un periodo de exploración y experimentación donde se busca establecer una identidad: quién es, cuáles son sus valores, sus creencias, sus metas y su lugar en el mundo. Según Bordignon, la relación social es significativa ya que es la formación de grupo de iguales donde el adolescente busca la sintonía y la identificación afectiva, cognitiva y comportamental y establecer con ellos una relación autodefinitoria superando la confusión de roles y estableciendo una relación de confianza y fidelidad. En conclusión, para el autor, la adolescencia es una etapa crucial donde se construye la identidad del adulto futuro.

Siguiendo la teoría psicoanalítica, Klein (1922) en *Inhibiciones y Dificultades en la Pubertad* pone en manifiesta que durante esta etapa se pone en relieve un gran número de conflictos que tienen intensidad variada, muchos de los cuales ya existían tenuemente y permanecían ocultos. Ahora, esos conflictos se manifiestan y pueden aparecer de modo extremo hasta alcanzar suicidios y actos criminales (Alfaro,2021)

Desde el conductismo, varios autores hablaron de la adolescencia y de la importancia del contexto social en el que se desarrolla este proceso vital. La familia es uno de los escenarios más importante para el desarrollo de capacidades y habilidades sociales

de los adolescentes. Es la dimensión donde se adquieren valores, derechos, obligaciones y roles (Torres, 2014). Por esta razón, autores como Bandura (1987) con la Teoría del Aprendizaje Social, hablan de la importancia del contexto y postulan que la mayor parte de nuestras conductas sociales las adquirimos viendo cómo otros las ejecutan. Las conductas se adquieren como representaciones cognitivas de la conducta modelo, o sea por imitación (Esteves Villanueva et al., 2018).

Para analizar la variable desde la perspectiva cognitiva podemos mencionar la teoría del Desarrollo Cognitivo de Piaget (1970) que remarca cómo se van construyendo las etapas de conocimiento desde la niñez. La etapa denominada operaciones formales, abarca desde los 11 años y se caracteriza por la capacidad de pensar de manera abstracta y lógica por parte de los adolescentes. Según el autor, en este estadio el adolescente ya puede formular hipótesis y razonar de manera deductiva pensando en posibilidades futuras. Esta manera de pensar, les da la capacidad de analizar problemas matemáticos complejos, cuestiones filosóficas y evaluar situaciones hipotéticas, o sea desarrollan conceptos que no provienen de la experiencia concreta. Este crecimiento y desarrollo de su capacidad cognitiva no solo resulta fundamental para el aprendizaje académico sino que también cumple una función importante en el crecimiento emocional y social de los adolescentes

Desde el punto de vista de la psicología sistémica, Minuchin (1974) pone énfasis en la importancia de la estructura familiar en el desarrollo del adolescente y en la manera que éstas interactúan ya que impactan en el comportamiento y en la salud emocional de los adolescentes. El autor menciona como una estructura clara de los roles familiares puede desarrollar la autonomía mientras que, de lo contrario, los límites difusos pueden llevar a confusiones en el rol del adolescente. Dentro de su obra, el autor menciona los conflictos típicos que surgen durante la adolescencia, como pueden ser la búsqueda de independencia y autonomía, que podría llevar a tensiones familiares y a estos límites difusos. Este enfoque no sólo enfatiza el proceso de la adolescencia como algo individual de cada joven sino como un proceso que involucra a todo el entorno familiar, tal como lo desarrollamos anteriormente desde la perspectiva conductual.

Desde el enfoque neuropsicológico, Steinberg (2005) sostiene que la adolescencia suele ser una etapa crítica sobre todo en la toma de decisiones. Establece que los jóvenes

tienden a ser más impulsivos a la hora de decidir y que éstas decisiones están basadas en emociones y en factores sociales o contextuales en vez de considerar consecuencias a largo plazo. Por este motivo suele ser riesgoso el comportamiento y conducir a ciertos consumos problemáticos. Dentro de este panorama, el autor hace hincapié en que los adolescentes suelen experimentar intensas emociones y que son más susceptibles a los cambios emocionales, esto también influye en sus decisiones y en su comportamiento que muchas veces suele ser impulsivo. También menciona la importancia de las relaciones sociales con sus pares, que suelen ser incluso más importantes que las familiares. Esta influencia puede afectar en la toma de decisiones del adolescente e incluso derivar al consumo o comportamientos de riesgo. En conclusión, el autor refuerza a la adolescencia como un periodo crítico donde se reorganizan varios sistemas reguladores de emociones e impulsos y puede estar lleno de oportunidades pero también de riesgos. Avanzando con este enfoque, Casey (2010) menciona las áreas del cerebro que son particularmente relevantes en el comportamiento del adolescente y que se van formando durante la adolescencia, como es el córtex prefrontal, muy relacionado con la toma de decisiones, control de impulsos y el razonamiento. Esta área del cerebro puede no terminar su desarrollo hasta entrada la adultez. El autor también resalta el papel de las influencias sociales y ambientales en el comportamiento adolescente. Las interacciones con pares y las normas sociales pueden afectar las decisiones y el comportamiento de los jóvenes, destacando la importancia de la cultura y el contexto.

Estos conceptos son relevantes para el presente estudio, ya que el grupo etario analizado —adolescentes de entre 14 y 17 años— transita de forma activa los procesos de construcción identitaria, autonomía emocional y de integración social que caracterizan esta etapa. En el contexto del Gran Buenos Aires, donde se entrecruzan múltiples realidades socioeconómicas, estos procesos pueden verse condicionados por entornos familiares diversos, niveles de acceso a tecnología y dinámicas comunitarias que influyen directamente en el comportamiento adolescente

Consumos problemáticos y adicción

El término consumo problemático comenzó a utilizarse de manera reciente para diferenciarlo del término adicción. Maté (2022) define y diferencia estos términos mencionando

que el consumo problemático se refiere a un patrón de uso de sustancias que causa problemas en la vida del individuo, pero no necesariamente implica la presencia de una dependencia física o psicológica severa. En cambio, la adicción se caracteriza por un comportamiento compulsivo hacia la sustancia, una necesidad intensa de consumirla y el desarrollo de tolerancia y síntomas de abstinencia. Así, mientras que el consumo problemático puede ser un precursor de la adicción, no siempre implica que el individuo haya perdido el control total sobre su comportamiento con respecto a la sustancia.

Según el Plan Integral Para El Abordaje De Los Consumos Problemáticos (ley 26.934) promulgada en Argentina en el 2014, el consumos problemáticos son “aquellos consumos que —mediando o sin mediar sustancia alguna— afectan negativamente, en forma crónica, la salud física o psíquica del sujeto, y/o las relaciones sociales. Los consumos problemáticos pueden manifestarse como adicciones o abusos al alcohol, tabaco, drogas psicotrópicas —legales o ilegales— o producidos por ciertas conductas compulsivas de los sujetos hacia el juego, las nuevas tecnologías, la alimentación, las compras o cualquier otro consumo que sea diagnosticado compulsivo por un profesional de la salud”

Lorenzo (2019) menciona que al hablar de consumo problemático estamos sacando el foco del problema en la sustancia y trasladándolo al vínculo que los sujetos establecen con determinado objeto, sea sustancia psicoactiva o no. De esta manera se puede reflexionar sobre la relación compulsiva que tiene el sujeto con un determinado objeto que afecta la salud psicofísica y principalmente el lazo social. Con la noción de consumo problemático lo que se intenta es remover el estigma del término adicto.

Touzé (2010) postula que existen varias formas de vincularse con las sustancias, varios usos, y que cualquiera de ellos puede volverse problemático cuando impacta negativamente ya sea en forma ocasional o crónica en diferentes esferas de la vida de la persona.

En cambio, el término adicción fue definido desde diferentes perspectivas. La OMS (2014) define la adicción como "un trastorno de salud mental y un trastorno del comportamiento caracterizado por la necesidad compulsiva de consumir una sustancia (tales como alcohol, drogas, tabaco) o de realizar una actividad (p. ej., juego, sexo, trabajo)

a pesar de los problemas negativos asociados con dicho consumo o actividad". La OMS destaca que las adicciones pueden tener un impacto grave en la salud física y mental de las personas y en su capacidad para llevar a cabo actividades importantes en la vida, como el trabajo y las relaciones personales.

El DSM-5 incluyó el capítulo de trastornos relacionados con sustancias y trastornos adictivos donde se expusieron los trastornos adictivos conductuales. Según el DSM- 5, para diagnosticar el juego patológico se debe presentar al menos 4 de las siguientes características dentro de un periodo de 12 meses. Entre las características mencionadas encontramos: 1. Necesidad de apostar cantidades de dinero cada vez mayores para conseguir la excitación deseada. 2. Nerviosismo o irritabilidad cuando intenta reducir o abandonar el juego. 3. Ha hecho esfuerzos repetidos para controlar, reducir o abandonar el juego, siempre sin éxito. 4. A menudo tiene la mente ocupada en las apuestas. 5. A menudo apuesta cuando siente desasosiego. 6. Después de perder dinero en las apuestas, suele volver otro día para intentar ganar ("recuperar" las pérdidas). 7. Miente para ocultar su grado de implicación en el juego. 8. Ha puesto en peligro o ha perdido una relación importante, un empleo o una carrera académica o profesional a causa del juego. 9. Cuenta con los demás para que le den dinero para aliviar su situación financiera desesperada provocada por el juego. Estos comportamientos no se explican mejor por un episodio maníaco.

Según Goodman (1990) la adicción se define por un comportamiento problemático que se caracteriza por la falla en el control de ese comportamiento a pesar de las consecuencias negativas que pueda traer. Según Griffiths (2005) lo más significativo es la modificación del estado de ánimo que deriva de los síntomas de abstinencia y recaída.

Vallejos et al. (2010) menciona que como consecuencia, la adicción se convierte en el centro de su vida descuidando el resto de sus facetas, tanto profesionales como personales. La incapacidad de controlar la conducta le hace sentirse mal, cayendo paulatinamente en un estado de deterioro y en un círculo vicioso ya que, aun queriendo salir de su adicción, le va a ser muy difícil, si no imposible, conseguirlo por sí mismo.

Según Benítez (2021) cualquier conducta puede resultar patológica en función de la intensidad y la frecuencia con la que sea realizada, y también del grado de interferencia que provoque en las relaciones familiares, laborales y sociales. Las adicciones comportamentales no pueden explicarse en base a una sola causa, ya que como la gran mayoría de problemáticas o patologías, no están provocadas por un único factor; se trata de un conjunto de predisposiciones o vulnerabilidades que interactúan entre ellas, aumentando las posibilidades de acabar desarrollando un trastorno por juego.

Desde la perspectiva neurobiológica, Koob y Volkow (2016) describen a las adicciones como una compleja desregulación de los circuitos motivacionales del cerebro que son causados por factores tanto genéticos, como ambientales y psicosociales. Dentro de estos circuitos, los autores hacen referencia específicamente a tres: circuito de recompensa que implica la sensación de placer y refuerzo; circuito de estrés implicado en la respuesta al estrés y a las emociones negativas; circuito de función ejecutiva que implica la toma de decisiones y el control de impulsos. Los autores también hacen referencia, más allá de lo neurológico, a los factores genéticos y ambientales como fundamentales para entender la predisposición a las adicciones. Este mismo estudio, define las adicciones como proceso crónico caracterizado por: conducta compulsiva de búsqueda y consumo, pérdida de control, emergencia de reducción de un estado emocional disfórico o negativo (ansiedad, irritabilidad). Este modelo establece dos fases consecutivas:

- Comportamiento impulsivo. Con dificultad en el control de los impulsos en donde el objetivo final es la consecución de un refuerzo positivo gratificante, el consumo.

- Comportamiento compulsivo. Definido por un estado de ansiedad y estrés que lleva a una conducta compulsiva de búsqueda de la sustancia, pero en este caso, como reforzador negativo, capaz de aliviar el estado disfórico. Esta búsqueda se convierte progresivamente en compulsiva y automática. Y de este automatismo nacería la conducta adictiva.

Buiza-Aguado et al. (2017) también estudiaron los efectos neurobiológicos del uso de videojuegos mencionado que estos son heterogéneos y dependen de cuatro factores interrelacionados: tiempo de uso, patrón de uso, déficits neuropsiquiátricos previos y tipo de

videojuego. Además, los autores mencionan que existe evidencia de una potenciación de conductas, cogniciones y sentimientos agresivos en menores expuestos a videojuegos de contenido violento. Por otro lado, señalan que aquellos sujetos con uso excesivo de videojuegos presentan otros cambios estructurales y funcionales distintivos, fundamentalmente en circuitos de recompensa e impulsividad, análogos a otras adicciones. Estudios afirman que hay una liberación importante de dopamina en el estriado ventral mientras se juega a un videojuegos, similar a la provocada por estimulantes anfetamínicos.

Sussman y Sussman (2011) nos ofrecen una definición del concepto de adicción que puede aplicarse tanto a sustancias como a comportamientos. Esta definición dice que toda adicción conlleva ciertos síntomas e indicadores. Dentro de estos síntomas podemos encontrar capacidad para 'engancharse' en conductas de las que se derivan consecuencias reforzantes, tolerancia o nivel de saciedad temporal, pérdida de control con conducta cada vez más automática y por último dificultad para evitar estas conductas aunque existan importantes consecuencias negativas.

Gifford y Humphreys (2007) exploran la adicción y enfatizan la naturaleza multidimensional y la importancia de considerar la interacción persona-ambiente. Los autores argumentan que la adicción es un proceso dinámico que implica adaptaciones multidimensionales en la persona y en su entorno.

Estos autores analizan el consumo problemático desde diferentes perspectivas, entre ellas el aprendizaje, donde destacan los principios del condicionamiento operante y clásico en el desarrollo y mantenimiento de las conductas adictivas, incluyendo el concepto de refuerzo como un fenómeno personal y contextual. Por otro lado, en su análisis también incluyen la neurociencia de la adicción y destacan la necesidad de comprender los mecanismos neurobiológicos de la adicción, especialmente los relacionados con los circuitos de recompensa. Por otro lado, como último punto importante, también hacen referencia al contexto social dando vital importancia al entorno social del sujeto teniendo en cuenta la influencia de la familia, los pares, y las comunidades de apoyo.

Todos los autores que fuimos mencionando a lo largo de este marco teórico concuerdan que el consumo problemático es una pérdida de control comportamental muy fomentada por los refuerzos positivos y sin tener en cuenta las consecuencias negativas

que dicho comportamiento puede traer aparejado. Con la búsqueda de refuerzos positivos, entendemos que, como la perspectiva conductual expone, los consumos problemáticos son conductas aprendidas y mantenidas a través de mecanismos de aprendizaje que devienen del conductismo clásico y operante (Plazas, 2006). Según De Sola Gutiérrez et al. (2013) hay un fuerte componente de impulsividad que puede definirse como una tendencia a la acción sin toma de conciencia, valoración o juicio anticipado. Es decir, la predisposición a una conducta, con o sin poca premeditación sobre sus consecuencias que conlleva acciones rápidas, no planificadas, y en donde prima la urgencia de un refuerzo inmediato. Los autores estudian la impulsividad desde una perspectiva neurobiológica y la analizan a través de los circuitos neuronales implicados en la toma de decisiones, procesos ejecutivos y sistemas de neurotransmisión asociados. Así, el circuito neural más importante lo constituye el eje cortico-estriato-tálamo-cortical, en donde la dopamina como neurotransmisor tiene un papel crucial, esencialmente a través del circuito mesocórtico-límbico o vía del refuerzo.

De todas maneras, todas las teorías concuerdan que las adicciones implican un ciclo de comportamiento impulsivo y compulsivo, donde la búsqueda de refuerzos positivos se convierte en conductas automáticas y de la cual el sujeto no puede resistirse. En definitiva, los estudios apuntan a que el consumo problemático es una conducta aprendida, mantenida a través de refuerzos positivos, con pérdida de control como principal característica, que ignorando las consecuencias adversas, perpetúa patrones perjudiciales tanto sociales, individuales y emocionales. De Sola Gutiérrez et al. (2013) menciona la impulsividad es un factor clave que predispone a las adicciones, incluyendo la ludopatía, y que las adicciones comportamentales comparten mecanismos neurobiológicos y conductuales con las adicciones a sustancias.

Consumos problemáticos en las compras en juegos online

La evolución de la tecnología en los últimos años dio lugar a la generación conocida como nativos digitales. Rubio García (2018) menciona que son niños y adolescentes que recurren a los medios online para entretenerse, divertirse, comunicarse con sus pares, para

buscar información y hasta formarse. Según esta autora, hay un nuevo entorno para los adolescentes y que los hace más vulnerables ya que las características mismas como el anonimato y el bajo control ayudan a llevarlo a un entorno menos seguro. Fernández-Villa (2015) menciona que el crecimiento de internet tiene una relación importante con las numerosas ventajas que aporta la red como la inmediatez de la información, la socialización y el uso que se da como ocio y entretenimiento.

Comenzando con la definición de estos conceptos, Estes et al. (1999), han definido el verbo jugar, como una serie de actividades de ocio que se realizan de forma voluntaria, para diversión, y que es creativo y no tiene límites o reglas. En cuanto al videojuego, Pereira-Henríquez et al. (2017) afirman que la tecnologización de la sociedad actual hace pensar que resulta casi imposible vislumbrar la vida moderna sin la utilización de productos o artefactos tecnológicos. El crecimiento del uso de consolas, PC, celulares y consolas de mano, ha puesto en evidencia que los videojuegos han cobrado relevancia y que con su consolidación en las décadas posteriores, los videojuegos generaron una adhesión en niños, jóvenes y adultos, transformándose en la actualidad, en objetos relevantes para la cultura, el entretenimiento y el ocio. Rojas (2008) precisa que los videojuegos son sistemas complejos en términos de gráficas, interacción y narrativa, que pueden ser categorizados en diferentes géneros de acuerdo con su tipo.

Siguiendo con el análisis del juego, se analiza el por qué el sujeto juega. Calvo-Ferrer (2018) explora las diversas teorías y distingue entre teorías biológicas, psicológicas, antropológicas y socioculturales, y evolutivas. Las teorías biológicas proponen que el juego sirve para liberar excedentes de energía y para recuperarse del cansancio o como práctica para la supervivencia. Las teorías psicológicas se centran en la relación entre juego y personalidad, destacando la función del juego en el desarrollo cognitivo. Las teorías antropológicas y socioculturales enfatizan el papel del juego en la socialización y el desarrollo cognitivo, presentando al juego como una forma de construcción social y guía para el desarrollo. Finalmente, las teorías evolutivas ven el juego como una herramienta para la supervivencia y el desarrollo presentando diferentes enfoques que abarcan desde la recapitulación filogenética hasta la creación del espacio potencial entre el niño y la madre. En cuanto a la definición de videojuego, este mismo autor lo hace comparándola con la de

"juego". El autor observa una similitud entre las perspectivas que definen ambos conceptos, pero también ciertas diferencias. Se destacan tres elementos clave en la definición de videojuegos: el componente tecnológico, el tipo de videojuego y el soporte utilizado. Los videojuegos son sistemas formales con reglas predefinidas, reproducidos en una pantalla. Se argumenta que la diferencia principal entre juego y videojuego radica en la dependencia de este último de la tecnología, es decir, en el soporte en el que se desarrolla. Para finalizar con el análisis Calvo-Ferrer (2018) hace referencia también a lo que son y por qué logran atraer la atención. Afirma que no sólo porque son divertidos, sino porque poseen otras muchas virtudes; proporciona placer y satisfacción al jugador. Así mismo, indica, son atractivos porque obedecen a reglas, favoreciendo la aparición de estructuras lógicas, y porque están basados en objetivos, lo que aumenta la motivación del jugador. También destaca el hecho de que ofrezcan un *feedback* constante y sean adaptativos de acuerdo con los conocimientos del jugador, lo que favorece el aprendizaje. El autor también indica que el hecho de que los videojuegos ofrezcan recompensas atrae al jugador aumentando su ego, y asegura que, dado que presentan conflictos, competición, retos y requieren solucionar problemas, aumentan además la creatividad. Finalmente, el hecho de que los videojuegos ofrezcan emoción, puesto que se presentan enmarcados en una narrativa, o que sean interactivos y permitan interactuar socialmente, constituyen, al alto grado de atracción que ejercen sobre el jugador.

El término "adicción" históricamente ha sido asociado al consumo de sustancias, sin embargo, hoy en día se extendió a conductas y objetos adictivos (Villarreal et al., 2023) La OMS informó que una de cada cuatro personas sufre algún tipo de padecimiento relacionado con adicciones sin sustancias, entre ellas, el uso abusivo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (OMS, 2022)

Según Oflua et al. (2019) el uso patológico de los videojuegos se asocia a muchos problemas académicos, sociales, psicológicos y fisiológicos, que incluyen una menor duración y calidad del sueño, más problemas de atención, una disminución del rendimiento académico, una mayor ingesta calórica y obesidad.

González-Vázquez e Igartua (2018) mencionan motivaciones de los adolescentes para jugar videojuegos. Entre estos factores, los autores hablan de fantasía, motivación

relacionada con la exploración de mundos y personajes imaginarios. Otro de los factores es el escape y entretenimiento, la búsqueda de diversión y evasión de la realidad cotidiana. Competencia y desafío que lo plantean desde el deseo de superación, prueba de habilidades y competición con otros jugadores y por último la activación socioemocional que sería la motivación ligada a la interacción social, la excitación y la experiencia emocional del juego.

La adicción a videojuegos, según Griffiths (2005) es poco estudiada pero requiere más investigación. Según este autor, el consumo problemático se caracteriza por patrones conductuales que comparten similitudes con otras adicciones. El autor lo define operacionalmente a través de seis criterios: prominencia, alteración del estado de ánimo, tolerancia, abstinencia, conflictos y recaídas, aplicándolos a cualquier comportamiento que los cumpla. Si bien la verdadera adicción afecta a una minoría, el uso excesivo se asocia a consecuencias negativas en la salud física (lesiones por uso repetitivo, epilepsia), salud mental (compulsiones), y el ámbito social (aislamiento, conflictos).

Para De Sola Gutiérrez et al. (2013) el juego patológico tomó mayor relevancia en el juego online y esta práctica cada vez se ve más entre jóvenes. El valor del refuerzo está asociado al bajo esfuerzo económico de las apuestas con la posibilidad de premios o beneficios proporcionalmente importantes. Todo esto se ve acompañado de un despliegue en el mismo juego basado en las luces, músicas y sonidos de las máquinas que incrementan su valor emocional produciendo una gran activación psicofisiológica. Por lo tanto, para estos autores el juego patológico queda definido por incapacidad de controlar la conducta de juego, intolerancia ante la pérdida y despreocupación por las consecuencias. Al igual que la adicción a sustancias, presenta craving (sensación subjetiva de deseo o la necesidad por alcanzar el estado psicológico que ofrecen las drogas), alta tolerancia y síndrome de abstinencia con riesgo de recaídas aunque haya transcurrido mucho tiempo. En estudios de neuroimagen, jugadores estimulados con videos o fotos de juego muestran los mismos cambios de actividad cerebral en los sistemas límbico y frontal que los sujetos adictos a la cocaína.

Marco (2017) señala que el comportamiento adictivo en los videojuegos se da cuando ya no se puede pasar sin jugar o cuesta excesivamente dejar de hacerlo, incluso

cuando ello afecte negativamente a otras actividades o las relaciones interpersonales. Sin embargo, Tejeiro (2001) señala que existe una carencia de base teórica que hace que se hable de adicción basándose en aspectos tales como la frecuencia de juego, la duración de las jugadas, el dinero gastado en el juego o la comisión de actos reprobables para jugar; con todo ello, no constituye en sí misma pruebas de adicción a menos que se asocien a una clara falta de control sobre la conducta de juego.

Por otro lado la DSM-5 señala que la característica esencial de la adicción a los videojuegos en línea es la participación recurrente y persistente durante muchas horas en videojuegos, normalmente grupales, que conlleva a un deterioro o malestar clínicamente significativo, asimismo, se contempla este trastorno en el ámbito de las adicciones y no dentro del espectro impulsivo.

Para Alvarez-Cabrera et al. (2022) el consumo problemático de videojuegos se puede entender como un patrón de comportamiento desadaptativo del uso de videojuegos online/offline. Además, puede ser considerado como una adicción conductual, similar a la de sustancias, pero donde los patrones de comportamiento se relacionan con la actividad en específico y hay un mayor efecto de los factores biopsicosociales. Griffiths (2005, citado Alvarez-Cabrera, et al. 2022) argumenta que todas las adicciones conductuales tienen como similitud la preponderancia de una actividad sobre otra acompañada por experiencias subjetivas en el sujeto que pueden ser cambios de humor al realizar la actividad, necesidad de aumentar la frecuencia y que si se interrumpe lleva a que la persona presente síntomas físico y psicológicas además de presentar conflictos relacionales con amigos, familiares y otros, producto de la actividad que genera adicción en el sujeto.

El trastorno del juego se caracteriza principalmente por la manifestación de un patrón de participación persistente y desregulado asociado con consecuencias negativas (sociales, ocupacionales, familiares, educativas) y deterioro funcional (Nogueira-López et al., 2023)

Para el DSM-5, la característica esencial de la adicción a los videojuegos en línea es la participación recurrente y persistente durante muchas horas en videojuegos, normalmente grupales, que conlleva un deterioro o malestar clínicamente significativo por

un periodo de 12 meses (American Psychiatric Association, 2013). Estos criterios contemplan síntomas sociales, psicológicos e incluso tolerancia y abstinencia.

Para la CIE-11 (La Clasificación Internacional de Enfermedades), el trastorno por uso de videojuegos se caracteriza por un patrón de comportamiento de juego persistente o recurrente que puede ser en línea (es decir, por o fuera de línea. A diferencia del DSM-5 considera, que los videojuegos fuera de línea también son adictivos. Según la OMS el trastorno por uso de videojuegos se caracteriza por: a) Deterioro en el control sobre el juego (por ejemplo, inicio, frecuencia, intensidad, duración, terminación, contexto); b) Incremento en la prioridad dada al juego al grado que se antepone a otros intereses y actividades de la vida diaria; y c) Continuación o incremento del juego a pesar de que tenga consecuencias negativas. Al igual que el DSM-5, requiere un período de al menos 12 meses para que se asigne el diagnóstico (Carbonell, 2020).

Griffiths (2008) presenta indicadores de la conducta que podrían estar asociados al consumo problemático asociado a los videojuegos. Entre ellos encontramos conductas tales como robar dinero para jugar, faltar a la escuela, sacrificar actividades sociales, irritabilidad al no poder jugar, jugar más tiempo del planeado, y experimentar conflictos interpersonales debido al juego. El autor menciona que los videojuegos online pueden ser más adictivos debido al refuerzo intermitente, las recompensas y la ausencia de un final definido. Que el juego esté siempre disponible aumenta el riesgo de uso excesivo.

Echeburúa et al., 2010 citado en De Sola Gutiérrez., 2014 establece una diferencia entre el síndrome de abstinencia por sustancia vs. el comportamental; en el primero el síndrome desaparece de inmediato con el consumo de la sustancia. Por el contrario, en el caso de las dependencias comportamentales, la disminución del desasosiego y ansiedad clásicos del síndrome, requieren de más tiempo, de más conductas.

Griffiths (2018) describe los síntomas de la adicción a los videojuegos dividiéndolos en psicológicos y físicos. Dentro de los síntomas psicológicos menciona la sensación de bienestar o euforia durante el juego donde el jugador experimenta una sensación placentera y de satisfacción intensa mientras juega. Esto se mantiene como un refuerzo positivo que mantiene el ciclo adictivo. Otro síntoma que menciona es la incapacidad que tiene para

detener la actividad y dejar de jugar, incluso cuando así lo desea sintiendo un impulso para continuar. Cuando se experimenta estos síntomas, el jugador cada vez necesita más tiempo jugando para experimentar esa sensación de placer, lo que hace que esta conducta cada vez requiera más tiempo en el día. Por último menciona que el jugador descuida a la familia, amigos y descuidos en lo escolar o laboral y que además experimenta un malestar al no jugar. Para continuar, dentro de los síntomas físicos, el jugador puede experimentar dolor y entumecimiento en la mano y la muñeca causados por movimientos repetitivos y prolongados, ojos secos, dolores de cabeza y de espalda. También manifiesta posibles trastornos alimenticios, falta de higiene personal y trastornos del sueño. Para concluir, el autor afirma que no todos los jugadores que presentan algunos de estos síntomas necesariamente sufren de adicción a los videojuegos. La gravedad de la adicción se determina por la cantidad y la intensidad de los síntomas presentes, así como por el impacto en diferentes áreas de la vida del individuo.

En contraposición a la noción de consumo problemático, Estallo et al. (2001) habla de la considerable cantidad de tiempo y dedicación que demandan estos juegos. Los autores afirman que los múltiples niveles de dificultad creciente en que se estructuran los videojuegos suelen despertar interés y tendencia a perseverar en el juego. Por tanto, la elevada dedicación puede conducir a los que los autores llaman adhesión o afición, sin que esta circunstancia implique necesariamente el desarrollo de una adicción, ya que si así fuese deberían derivarse de la práctica de los videojuegos una serie de consecuencias negativas. Por lo tanto, según estos autores, no es el tiempo y la dedicación la que influye a la hora de determinar que el sujeto posea un consumo problemático.

Rubio Garcia (2018) hace referencia a la obligación que tienen de los juegos de azar online de identificar que los usuarios que ingresen sean mayor de edad pero en internet la población adolescente puede acceder a cualquier contenido haciendo cambio de su identidad de manera muy simple. Por este motivo, la autora hace especial hincapié en la vulnerabilidad que puede tener esto en los jóvenes y que podría llegar a desarrollar conductas adictivas que proliferan cada vez más por diferentes factores como puede llegar a ser la publicidad en los diferentes medios. Hay estudios que demuestran una vinculación entre la exposición a publicidad y la intención a la participación por poblaciones

adolescentes. Monaghan et al. (2008) menciona que este grupo de adolescentes vulnerables puede desarrollar esquemas erróneos sobre los juegos de azar, percibiéndolos como una actividad positiva y sin riesgo asociado.

Alegría et al. (2010) hacen una similitud del juego patológico (JP), con el trastorno del espectro obsesivo-compulsivo (TOC). Estos autores mencionan que si bien el Juego Patológico comparte algunas características con el TOC como puede ser pensamientos intrusivos y conductas repetitivas, la mayor parte de la evidencia, según los autores, sugiere una mayor similitud con las adicciones a sustancias. Estas similitudes son por ejemplo que el JP se caracteriza por un deseo intenso de jugar, pérdida de control, y la aparición de síntomas de abstinencia similares a los de las adicciones a sustancias. Por otro lado, en los estudios realizados por estos autores se presentan altas tasas de comorbilidad entre el juego patológico y otros trastornos adictivos (consumo de alcohol y drogas). Por último, en cuanto a las intervenciones sugeridas afirman que, los tratamientos demostraron ser eficaces para las adicciones (intervenciones cognitivo-conductuales basadas en la abstinencia y la prevención de recaídas) también se han mostrado eficaces para el JP, mientras que los tratamientos para el TOC (basados en la exposición y la prevención de respuesta) no demostraron la misma eficacia.

Continuando con esta perspectiva, James y Tunney (2017) argumentan que el trastorno por videojuegos, aunque presenta similitudes con el juego patológico en cuanto a la participación continua y la pérdida de control, puede tener mecanismos de refuerzo y características conductuales distintas. Por ejemplo, la naturaleza colaborativa y social de muchos videojuegos online difiere significativamente del juego de azar en solitario. Además, el trastorno por videojuegos involucra otros factores, como el acceso constante a la tecnología y la presión social online. En contraposición a lo expuesto más arriba, estos autores mencionan que en el estudio de este trastorno se debe priorizar el estudio del comportamiento en lugar de las características individuales para obtener una mejor comprensión de estos trastornos complejos y poder diseñar intervenciones conductualmente informadas y contextualizadas.

Para finalizar con el análisis de la variable, podemos encontrar que algunos autores establecen un paralelismo directo entre la adicción a sustancias y a comportamientos: aún

en ausencia de sustancia, se considera igualmente la intervención de todo el circuito del refuerzo, con toda la maquinaria dopaminérgica del Núcleo Accumbens e hipocámpica (De Sola Gutiérrez, 2014)

Varios autores proponen estrategias de intervención para el consumo problemático. Dentro de estos estudios, Griffiths (2018) expone diferentes alternativas como modificación de conducta, basada en el condicionamiento operante recomenzando conductas positivas y penalizando las negativas. Por otro lado, la terapia cognitivo conductual (TCC) que se enfoca en identificar y modificar los pensamientos y creencias disfuncionales que mantienen la adicción y busca ayudar a los jugadores a desarrollar mecanismos de afrontamiento más saludables para las emociones negativas y situaciones difíciles que los llevan a jugar excesivamente. También propone la Terapia Motivacional (MI). Esta terapia tiene un enfoque no directivo y ayuda al paciente a explorar su propia ambivalencia hacia el cambio y a encontrar su propia motivación para reducir o controlar el juego. Continuando con el tratamiento TCC, Marco y Cholí (2017) mantienen la línea del autor anterior y exponen que es importante que las personas, bajo este enfoque, aprendan a organizar y gestionar el tiempo, a reconocer los beneficios y potenciales peligros de Internet, a identificar los desencadenantes de los episodios de uso excesivo, a manejar emociones y la impulsividad, a mejorar las habilidades de comunicación y los estilos de afrontamiento, así como a cultivar el interés por actividades alternativas. El autor no concluye que haya una estrategia superior a otra, destacando la necesidad de enfoques multimodales y la complejidad en el tratamiento de la adicción a los videojuegos.

Factores de riesgo

Los factores de riesgo según Zapata et al. (2012) hacen alusión a aquellas características o variables que, si están presentes, elevan la probabilidad de que una persona desarrolle una patología y en relación a la adicción, estos factores, bajo determinadas condiciones ambientales, pueden facilitar la continuidad o el agravamiento de la drogodependencia. Hay estudios que indican que determinados factores se podrían asociar más al inicio del consumo, mientras que otros provocan el aumento del consumo, una vez iniciado éste. En contraposición Páramo (2011) expone los factores protectores como características detectables en un individuo, familia, grupo o comunidad que favorecen

el desarrollo humano, el mantenimiento o la recuperación de la salud; y que pueden contrarrestar los posibles efectos de los factores de riesgo, de las conductas de riesgo y, por lo tanto, reducir la vulnerabilidad, ya sea general o específica.

Aguilar Andrade (2012) clasifica los factores de riesgo en individuales, interpersonales y ambientales. Los individuales se refieren a antecedentes familiares de alcoholismo, pobre control de impulsos, déficit de atención e hiperactividad, discapacidad, bajo coeficiente intelectual y falta de motivación. Los interpersonales los relacionan con la inadecuada comunicación familiar, los conflictos entre padres e hijos y el apego deficiente, estilos de crianza negligentes, consumo de alcohol y drogas, bajo compromiso escolar, rechazo de pares y asociación con grupos de compañeros antisociales. Los ambientales son referidos a la pobreza, privaciones económicas, desorganización vecinal e inseguridad en los barrios.

Griffiths (2024) identifica ciertos factores de riesgo en los consumos problemáticos de videojuegos y también agrupa en individuales, sociales o contextuales pero le suma lo relacionado al diseño del videojuego. Dentro de los factores individuales menciona la personalidad, trastornos de salud mental, historia familiar de adicciones o experiencias traumáticas tempranas. Dentro de los sociales y contextuales incluye a la presión social, el aislamiento, la ansiedad o el estrés. Cuando menciona lo que tiene que ver con el diseño del juego expone el fácil acceso a la tecnología y los mecanismos de recompensa que estos poseen.

Diferentes autores hablan de los factores de riesgo individuales; Alonso y Romero (2017) hacen principal hincapié en los distintos tipos de impulsividad que incluyen la falta de premeditación y perseverancia, además de la impulsividad general. Esto refuerza la idea de que la impulsividad es un factor importante en el desarrollo del uso problemático de videojuegos. La impulsividad como común acuerdo entre los autores puede definirse como una tendencia a la acción sin toma de conciencia, valoración o juicio anticipado que conlleva acciones rápidas, no planificadas, y en donde prima la urgencia de un refuerzo inmediato. Si bien existe la impulsividad situacional, en este marco teórico se hace referencia a la impulsividad como rasgo, frecuentemente relacionada con conductas perjudiciales para el propio individuo o que conllevan actos sociales inadecuados en donde existe un alto grado

de desinhibición conductual que hace a los sujetos impulsivos incapaces de retrasar o inhibir una respuesta (Sola Gutiérrez, 2013). Otras investigaciones hacen referencia a cuatro componentes básicos de la impulsividad: incapacidad de planificación y previsión, baja capacidad de control y perseverancia, búsqueda de nuevas y constantes experiencias entendida como la tendencia a actuar a consecuencia de estados emocionales intensos positivos o negativos y poca deliberación consciente previa, lo que explicaría la impulsividad como rasgo estable inmerso en categorías psicopatológicas. (Michalczuk et al., 2011) Pero la impulsividad también se relaciona con comportamientos como la búsqueda de sensaciones, (Zuckerman et al. 1972) que se relaciona con la necesidad de experimentar variadas y difíciles situaciones en donde el deseo de vivir riesgos físicos y sociales constituye la motivación y el eje básico de la conducta. Desde una perspectiva neurobiológica, el análisis de la impulsividad comprende la revisión de los circuitos neuronales implicados en la toma de decisiones, procesos ejecutivos y sistemas de neurotransmisión asociados. Así, el circuito neural más importante lo constituye el eje cortico-estriato-tálamo-cortical, en donde la dopamina como neurotransmisor tiene un papel crucial, esencialmente a través del circuito mesocórtico-límbico o vía del refuerzo . Para concluir, los autores refieren como una antesala a la adicción el control de impulso que lo definen como la dificultad del control de los impulsos por una sensación subjetiva de incremento de tensión así como de placer y gratificación tras su realización (Sola Gutiérrez, 2013)

Bajo la misma premisa de la impulsividad como factor de riesgo individual, Şalvarlı y Griffiths (2019) encontraron en sus estudios una asociación consistente entre impulsividad y el trastorno de juego. Entre las posibles explicaciones para esta relación se centran, los autores se centran en las alteraciones neurobiológicas detectadas en individuos con impulsividad, particularmente en áreas cerebrales implicadas en el control ejecutivo (corteza prefrontal dorsolateral, corteza cingulada anterior y corteza orbitofrontal). La impulsividad, entendida multidimensionalmente (urgencia positiva y negativa, falta de premeditación, perseverancia y búsqueda de sensaciones), se relaciona con una disfunción en la inhibición de respuestas, la toma de decisiones y la regulación emocional.

Dentro de los factores individuales vistos, podemos concluir que los factores psicológicos desempeñan un papel fundamental tanto en el desarrollo como en el mantenimiento de las adicciones comportamentales (Roncero Rodríguez et al., 2023) Los autores mencionados anteriormente confirman la importancia de la impulsividad, la búsqueda de sensaciones y altos niveles de extraversión o neuroticismo, se asocia con un mayor riesgo de desarrollar adicciones comportamentales.

Los factores sociales o contextuales son de gran influencia a la hora de hablar de consumo problemático. Según De Sola (2014) los entornos sociales y familiares están afectados, siendo la una perspectiva sistémica muy relevante en este sentido. Es importante la consideración de aspectos como lo afectivo, las experiencias pasadas, el entorno global ya que juegan un papel sumamente relevante. Dentro de los posibles factores familiares, podemos encontrar conflicto familiar, las actitudes de los padres favorables a la conducta antisocial y al consumo problemático así como la escasa disciplina y supervisión (Lopez Larroza et al., 2012). Lozano Pérez (2015) expuso los factores sociales y los agrupó de la siguiente manera: Influencia del grupo de pares siendo la necesidad de pertenencia y aceptación por parte del grupo de iguales, comunicación y clima familiar que implica la comunicación efectiva entre padres e hijos como factor protector; una comunicación abierta puede disminuir el riesgo de consumos problemáticos. Otros factores sociales que el autor expone tiene que ver con los medios de comunicación y la publicidad y los estudios inadecuados de educación donde la ambigüedades y contradicciones en las normas familiares, estilos educativos autoritarios o sobreprotectores, que llevan a una baja autoestima y escasas habilidades de afrontamiento en el adolescente y esto hace que sea más vulnerable a caer en comportamientos de riesgo.

Badia et al. (2015) expone el rol crucial de los factores familiares (supervisión parental, estilos de crianza, y el ejemplo de los padres) y la educación de los mismos hacia sus hijos sobre el uso y los efectos tanto, positivos como negativos, de los videojuegos. El acceso a la tecnología, los hábitos familiares, la presión de grupo y las normas culturales influyen en la cantidad de tiempo que los adolescentes dedican a los videojuegos, así como en su percepción de los mismos. Asimismo, la transmisión intergeneracional de conductas adictivas y violentas constituye un factor de riesgo significativo en la adolescencia, según

Ramírez Herrera (2003). Este estudio destaca la influencia del modelado parental y el aprendizaje social en la adopción de comportamientos desadaptativos, donde la exposición a la violencia o al consumo de sustancias en la familia incrementa la vulnerabilidad a conductas similares en los jóvenes. Para este autor la exposición a la violencia o al consumo de sustancias dentro del ámbito familiar durante la infancia incrementa significativamente la probabilidad de que los jóvenes repitan estas conductas en la edad adulta. Este fenómeno se explica por un complejo entramado de factores: el aprendizaje social, donde la observación de comportamientos violentos o adictivos normalizados en el entorno familiar aumenta la probabilidad de imitación; el modelado, por el cual los niños replican las conductas de los adultos significativos, especialmente ante la ausencia de modelos alternativos; y la influencia emocional, donde el estrés y la disfunción familiar derivados de la violencia y/o el consumo de sustancias generan vulnerabilidad e inestabilidad emocional en el niño, predisponiéndolo a conductas de riesgo.

Estévez y Calvete (2007) establecen que existe una relación entre los esquemas cognitivos disfuncionales, los estilos parentales de la infancia y la ludopatía. Según estos autores, personas que mostraron mayor esquemas negativos (desconexión/rechazo, autonomía deteriorada) y que tuvieron relación con experiencias tempranas de abandono, abuso o falta de afecto suelen tener más tendencia al consumo problemático. Existe una asociación significativa entre estilos parentales específicos (aceptación condicionada, inhibición emocional, críticas) y el desarrollo de esquemas cognitivos disfuncionales, los cuales a su vez se relacionan con la ludopatía.

Para concluir con lo brindado por los diferentes autores sobre los factores sociales o contextuales, Roncero Rodríguez et al. (2023) concuerda que la influencia del entorno social inmediato de la persona (amigos, familiares, escuela o vecindario) puede tener un efecto de moldeamiento sobre las actitudes del sujeto. A su vez, la interacción entre el entorno puede hacer que crezcan o no los riesgos asociados a las adicciones comportamentales; la influencia de las normas culturales y los valores sociales, los cuales contribuyen a la aceptabilidad de determinadas adicciones comportamentales, lo que podría tener un efecto sobre su prevalencia.

Con más desarrollo, Gibson et al. (2022) expusieron cuáles son los factores de riesgo que están relacionados al diseño del juego y podemos mencionar lo que definen como microtransacciones en los videojuegos que son similares a los juegos de apuestas digitales ya que estimulan a los jugadores con sonidos de ruedas giratorias para generar anticipación y usar imágenes que representan colores brillantes y animaciones durante el período de anticipación, así como luz y color vibrantes. Esto podría sugerirse para reforzar positivamente la compra de la microtransacciones en sí, así como el uso del juego de apuestas relacionado. Las recompensas de las microtransacciones son aleatorias, no tienen que ver con habilidades, y puede llevar a un jugador a tener más necesidad de consumirlo y aumentar la frecuencia. Las loot boxes son cajas dentro de los videojuegos que el jugador paga por abrir para obtener aleatoriamente objetos (personajes, aspectos de armas, cartas nuevas), pero sin conocer el valor (Sanmartín et al., 2021)

Según Sanmartín et al. (2023) hay varios incentivos de consumo de estos loot boxes entre ellos mostrar la apertura de cajas y lo que otros consumidores obtuvieron. Para esto, hay plataformas digitales, muy populares entre los adolescentes, que juegan un papel muy importante como YouTube, Twitch y TikTok. En estos canales se puede visualizar las recompensas adquiridas por otros jugadores y esto genera un deseo mayor. El consumo de estas cajas de recomenzar se da a raíz, como mencionamos anteriormente de un modelo económico diferente. En la actualidad los videojuegos se mantienen actualizados y le brindan al usuario mayores beneficios a través de un costo adicional. Estas actualizaciones provocan más horas en el juego, lo que también podría llevar a más necesidad de seguir jugando (Lopera Díaz et al., 2022)

Dentro de los factores de riesgos diseñados se detecta que la publicidad ayuda para hacerlos más atractivos, según Maldonado et al. (2014) y que adopta temáticas que responden aspectos esenciales de su vida. Por eso, hoy en día, no es casual ver que los anuncios exploten cada vez más la situación problemática de esta población. Se puede evidenciar que las nuevas tecnologías (videojuegos en teléfonos móviles, tabletas, y demás medios electrónicos) a través de su información cargada de innovación tecnológica, hace que los adolescentes adopten una postura dirigida específicamente a la obtención de estas

nuevas experiencias, en muchas ocasiones sin prever las dificultades que esto pueda causar más adelante.

Para concluir la definición de esta variable, los factores de riesgo son aquellas características o condiciones que aumentan la posibilidad de una persona a desarrollar una conducta adictiva facilitando la continuidad o el agravamiento de la dependencia. En contraposición a los factores de riesgo, los factores protectores son las características que promueven y contrarrestan los efectos de los factores de riesgo. Estos factores de riesgo pueden ser calificados de diferentes maneras pero siempre se incluyen los factores individuales, interpersonales y ambientales. Dentro de la patología de consumos problemáticos de videojuegos, el Griffiths (2024) identifica factores en los videojuegos, como la presión social y los diseños de juego que imitan el juego de apuestas, como las microtransacciones y las cajas de botín, que pueden reforzar comportamientos adictivos. El diseño atractivo y las recompensas aleatorias en los videojuegos modernos incentivan un mayor consumo, especialmente entre los adolescentes, y la publicidad a menudo explota este comportamiento. Como factor importante que todos los autores mencionan en sus estudios está la impulsividad que es un factor individual crucial para el uso problemático de videojuegos mientras que los factores sociales, como la influencia de los pares y las normas culturales, también juegan roles significativos en el consumo problemático.

Método

El presente estudio adoptó un enfoque cualitativo de carácter exploratorio-descriptivo, con el objetivo de comprender las experiencias y percepciones de adolescentes de Gran Buenos Aires en relación al consumo problemático de compras en juegos online y los factores de riesgo asociados. Este enfoque fue elegido por su capacidad para captar en profundidad las dimensiones subjetivas y sociales de los fenómenos estudiados (Corona Lisboa, 2018).

Diseño y enfoque epistemológico

Se empleó un diseño de tipo estudio de caso instrumental, tal como lo define Martínez Carazo (2006), centrado en un fenómeno actual dentro de un contexto real. El estudio se inscribe dentro de una perspectiva constructivista, entendiendo que el conocimiento se construye en la interacción entre el investigador y los participantes.

Participantes

La muestra fue intencional, no probabilística, conformada por 17 adolescentes de entre 14 y 17 años que residen en el Gran Buenos Aires y manifestaron realizar compras dentro de videojuegos online. La selección se realizó bajo el criterio de heterogeneidad en cuanto a edad, género, tipo de juego utilizado y contexto familiar, buscando captar una diversidad de experiencias. La participación fue voluntaria y mediada por el consentimiento informado de padres o tutores.

Instrumentos y técnicas de recolección

Se utilizaron entrevistas semiestructuradas individuales, con guía temática elaborada ad hoc en base a los objetivos del estudio y la literatura previa. Las entrevistas fueron administradas en formato presencial y virtual (videollamada sincrónica), con una duración promedio de 45 minutos. Las preguntas abiertas permitieron explorar percepciones, emociones, conductas de compra y factores contextuales e individuales que influyen en la relación de los adolescentes con los videojuegos.

Procedimiento

Previa autorización parental, se contactó a los adolescentes y se pautó un encuentro individual. Las entrevistas fueron grabadas con autorización y luego transcritas textualmente. Durante la recolección de datos se respetaron principios éticos de confidencialidad, anonimato y derecho a desistir en cualquier momento.

Análisis de datos

El corpus de entrevistas fue analizado mediante análisis temático (Braun & Clarke, 2006), lo que permitió identificar patrones recurrentes y categorías emergentes. Se procedió a una codificación abierta inicial, seguida de agrupamientos temáticos, buscando establecer relaciones entre los factores de riesgo (individuales, sociales y de diseño de juego) y las conductas de consumo problemático. El proceso de análisis se realizó manualmente, validado por revisión cruzada entre la investigadora y un codirector, para asegurar mayor consistencia interpretativa.

Procedimiento

Se realizan las entrevistas semi estructuradas de manera virtual y presencial a cada uno de los adolescentes que son parte de esta muestra. Se contacta previamente a los progenitores y se les realiza la firma del consentimiento informado.

En relación con la administración de las entrevistas, se llevaron a cabo de manera presencial y también, virtual sincrónica mediante videollamada. La duración estimada de las mismas fue, en promedio, de 45 minutos.

Resultados

Teniendo en cuenta los objetivos planteados, se detallan brevemente los resultados encontrados de manera cualitativa en relación a los objetivos de esta tesis de investigación. Se realizaron 17 entrevistas presenciales y virtuales a adolescentes que viven en Gran Buenos Aires y que tienen entre 14 y 17 años que suelen jugar videojuegos online y además que generan compras en las mismas. De la muestra total, se identificaron 17 adolescentes, de los cuales 15 eran masculinos y 2 femeninos. Los datos indican que la mayoría de los participantes provienen de hogares con antecedentes educativos variados. Algunos adolescentes mencionaron que sus padres son profesionales (como psicólogos y docentes), mientras que otros provienen de familias con trabajos en comercio o servicios.

Resultados por categorías y subcategorías.

Categoría: objetivo general

En esta categoría se examinan varios aspectos, como el tipo de juegos que prefieren, la frecuencia con la que juegan y realizan compras, así como los riesgos que perciben en este contexto. También se consideran las emociones que experimentan relacionado con estas interacciones, lo que proporciona una comprensión más profunda de cómo estos factores individuales pueden contribuir a un consumo problemático de juegos online. A través de las entrevistas realizadas se identificaron patrones significativos que reflejan sus preferencias y preocupaciones, así como el impacto de la dinámica social y familiar en su comportamiento de compra. A continuación, se presentarán los hallazgos relevantes en cada subcategoría para arrojar luz sobre las complejidades del consumo de videojuegos en esta población.

Subcategoría: Tipo de juegos

En cuanto a la diversidad de videojuegos los participantes mencionaron una amplia variedad de videojuegos, destacando títulos populares como Fortnite, Call of Duty, Roblox, Minecraft, Arena of Valor (LOL), y otros. Esta elección de géneros incluye principalmente shooters y juegos competitivos, donde se enfatiza la adquisición de elementos virtuales para mejorar la experiencia de juego. De los 17 jóvenes entrevistados, 13 adquieren Skins que

hace referencia a compras que si bien no te ayudan a pasar el nivel sirven para que los jugadores puedan expresar su identidad o mostrar sus logros.

El entrevistado 1 cuando se le consulta sobre las skins y que eran menciona “Es más que nada para mostrarte, para que vean lo que lograste, es tipo yo tengo esto porque gané tantas batallas o porque hice tal cosa”

De la misma manera lo sugiere el entrevistado 4 al preguntar por qué compra accesorios o skins y afirma que lo hace “Para competirle a mis amigos y mostrar lo que yo tengo. En juegos como el counter representa valor, que indica que tiene mucha plata o que es muy veterano en el juego, es el accesorio que más se nota”

Por otro lado, 4 de los 17 entrevistados mencionan que dentro de los juegos compran “plata” para poder avanzar y hacer transacciones por mejoras.

8 de los 17 entrevistados mencionan que compran armas o personajes. Este entrevistado sugiere que hace muchas transacciones en los juegos y que lo hace porque se “aburre”

Subcategoría: Frecuencia de juego

En cuanto a la cantidad de horas que se le dedica a jugar, 9 de los 17 entrevistados afirman que juegan entre 4 y 5 horas diarias, mientras que solo 3 dicen jugar más cantidad de horas. El restante de los entrevistados afirman jugar entre 1 y 2 horas diarias.

Subcategoría: Frecuencia de Compra

En cuanto a la frecuencia 12 de los 17 adolescentes informaron que realizan transacciones en sus juegos más de una vez al mes o incluso a diario. Se detectan participantes que mencionan que compra "skin y armas" más de una vez por mes. El resto de los participantes mencionan que sus compras se realizan una vez por mes.

Subcategoría: Riesgos asociados a las compras online

En cuanto a los riesgos que los adolescentes mencionan dentro de las compras en juegos online están las compras excesivas, las estafas y las conductas adictivas. 9 de los 17 entrevistados mencionan que las compras excesivas es el peor riesgo que asocian a esta conducta. Así lo podemos ver reflejado en comentarios tales como “Las lootboxes y los

gachas son como apostar”, o respuestas tales como “el riesgo está en quedarme pobre”, “creo que puede ser el descontrol cuando gasto de más”.

Por otro lado, 7 entrevistados afirman que el riesgo asociado a las compras en juegos en línea son las estafas en las tarjetas de crédito o comprar algo y que no era lo que el usuario esperaba. Así expresan este riesgo los usuarios consultados “puede ser que te estafen, que te hackeen, que te roben”, “Estafas o que el juego venga defectuoso”, “Pueden pasar q clonar las tarjetas”

Solo un participante menciona el riesgo del consumo problemático y lo menciona de esta manera “que te podés volver adicto. nunca me paso a mi pero creo que a un amigo le pasó”

Subcategoría: Emociones que provocan este tipo de juegos o transacciones

Dentro de los resultados arrojados relacionado a las emociones que provocan este tipo de interacciones y microtransacciones se detectan que las emociones que acompañan a las compras en juegos online son un factor crucial en el análisis del comportamiento de consumo problemático. Muchos adolescentes expresaron sentimientos de frustración y enojo al gastar dinero en elementos en línea, especialmente cuando las compras no resultan como esperaban. Se mencionan sentimientos de enojo y frustración cuando no logra adquirir elementos deseados o al sentir que ha gastado demasiado. Se detecta un 41% dentro de los adolescentes entrevistados que mencionan este tipo de emociones luego de las compras online y que no funcionen como se desea. Además, algunos adolescentes experimentaron alegría y satisfacción (52%/) después de realizar compras, evidenciando la existencia de un ciclo de refuerzo en el que la emoción positiva puede llevar a un mayor consumo. Sin embargo, esta alegría suele ser temporal y puede ser reemplazada por sentimientos negativos como el arrepentimiento o la culpa, especialmente cuando las compras afectan la situación económica familiar o la percepción personal del uso responsable del dinero.

Otros de los resultados arrojados dentro de la muestra realizada tiene relación con el contexto familiar que también desempeña un papel significativo en la conducta de compra

de los adolescentes. Se observó que varios participantes mencionaron la reacción de sus padres ante sus gastos, variando entre el apoyo y la desaprobación. Por ejemplo, algunos adolescentes afirmaron que “la madre se enoja” debido a la cantidad de dinero gastado en juegos, mientras que otros mencionaron que sus padres “no les consideran malas” las compras siempre y cuando se mantengan dentro de límites razonables. La influencia del grupo se menciona como un factor importante, donde uno de los adolescentes señala que se siente impulsado a comprar elementos para “igualar” lo que sus amigos tienen. Esta dinámica resuena con la idea de que el entorno social puede amplificar el deseo de consumo en el contexto de los videojuegos.

Categoría: Factores Sociales/ contextuales

En esta categoría se muestran los resultados obtenidos relacionados a los factores sociales que influyen dentro de las compras online en adolescentes.

Subcategoría: Motivos que influyen en la elección de un juego online

Dentro de la pregunta a los jóvenes sobre qué es lo que los lleva a comprar, 9 de los 17 entrevistados confirman que su motivación de compra es avanzar en los niveles de los juegos. Los entrevistados mencionan afirmaciones tales como “porque me gusta ir mejorando mi juego”, “compro cuando necesito ir pasando niveles”, “me gusta comprar para entretenerme y seguir jugando”, “mis compras son para pasar niveles o tener algo más divertido para hacer”

Otro de los motivos de transacciones en los juegos online más mencionados por los entrevistados tiene que ver con la influencia de su entorno, amigos o redes sociales. Entre los jóvenes, 6 de los 17 entrevistados mencionan que compran por lo que ven entre sus amigos o lo que ven en las redes sociales. Entre los adolescentes surgieron comentarios tales como “compro cuando lo veo en algún lado y me gusta” Cuando se le pregunta dónde lo ve menciona que usualmente lo hace en redes sociales. Otros de los comentarios realizados por los jóvenes que argumentan la importancia de la influencia dentro de las compras online afirman “me lleva a comprar cuando lo veo en mis amigos o cuando lo veo

en tiktok”, “compro lo que compran mis amigos”, “compro cuando mis amigos tienen cosas que me gustan”

En una menor medida, los entrevistados restantes mencionan que sus compras las realizan por diversión o simplemente para mejorar algo del juego. En estos casos, los entrevistados mencionan que “compro para divertirme” o “compro para tener cosas nuevas”

Subcategoría: Sentimiento cuando no se puede comprar algo deseado en los juegos online

Respecto a la esta pregunta, 11 de los 17 participantes no pueden identificar que sienten, su respuesta a esta pregunta es “nada”. Uno de los participantes que dijo que no siente nada, mencionó que no le preocupa porque lo va a poder comprar después.

“No siento muchas cosas, cuando se pueda me lo comprare”

4 de los participantes informan que les da “bronca” no poder comprarlo y uno de ellos dice que siente “frustración”. Podemos detectar respuestas tales como:

“Frustración”

"Un poco de enojo"

“Me da bronca pero sigo ahorrando”

Subcategoría: Contexto familiar

Sobre la respuesta asociada a si hablan con sus padres en relación a los juegos online, 9 de 17 entrevistados afirman no hablar con ellos. Algunos dicen que no lo hacen porque no entienden sobre la temática. Encontramos respuestas como la siguiente:

“No porque cuando lo intento no entienden nada”

El restante de los entrevistados mencionan que hablan con sus padres y que les interesa la temática. En estos casos lo podemos ver en respuestas como estas:

“Hablo con ellos y les interesa”

“Sí hablo cada tanto y les interesa saber”

Dentro de los resultados de entrevistados que hablan con sus padres sobre la temática, también detectamos que si bien los adolescentes hablan, los padres no muestran interés.

“Sí, más que nada con mi hermano. Mi papá escucha de rebote y tiene alguna información pero no es que se interese propiamente dicho”

“Si a veces no les interesa mucho”

Categoría: Factores Individuales

En esta categoría se busca explorar los elementos psicológicos y emocionales que influyen en el consumo problemático de juegos online, centrándose en cómo estas características personales pueden afectar las decisiones de compra de los jugadores. Se indaga en distintas subcategorías que abarcan la influencia de la impulsividad en las compras, el impacto emocional que generan las derrotas repetidas, las experiencias de frustración al no lograr objetivos, así como los sentimientos asociados tanto antes como después de realizar compras online en sus juegos favoritos. A continuación, se presentan los hallazgos relevantes de cada subcategoría, los cuales contribuyen a entender mejor la complejidad del comportamiento de compra en el contexto de los videojuegos.

Subcategoría: Influencia de la impulsividad en las compras online

La mayoría de los adolescentes compartieron que su comportamiento de compra es a menudo impulsivo, especialmente cuando se presenta la oportunidad de adquirir mejoras o elementos limitados en tiempo dentro de sus juegos preferidos. Un participante describió que, al ver algo que le gusta, no puede esperar y termina comprándolo sin consideraciones previas ni evaluación del impacto financiero. De los 17 entrevistados, 11 consideran que sus compras son impulsivas. Esta impulsividad fue demostrada en respuestas tales como

“yo compro un poco impulsivamente cuando veo algo que quiero y no puedo esperar ni reconsiderar, lo compro directo”

“mis compras las hago para conseguir cosas que me gustan o quisiera tener más que nada porque querés tener mejores cosas que los otros o al mismo nivel”

“la impulsividad influye mucho, compro por ver youtubers”

“En mi caso influye sobre todo cuando los demás puede ser q tengan más cosas o que halla un personaje exclusivo”

“Mucho”

“La impulsividad para mi es lo que genera adicción”

“Influye mucho en todo”

“Yo compro a veces impulsivamente por ver a los youtubers”

“influye porque cada vez querés más”

“Influye las compras compulsivas alver lo que tienen los otros”

“Influye de forma negativa si no tenes un auto control”

El resto de los adolescentes mencionan que no les influye la impulsividad en sus casos y que tienen capacidad para controlar estos impulsos y otros que no saben cómo podría influir (4 de 17 entrevistados). En este camino se pueden ver respuestas tales como:

“En mi caso no influye”

“influye poco, si no me convence no compro”

Subcategoría: Sentimiento cuando perdés de forma repetida

Las respuestas de los 17 entrevistados reflejan una variedad de emociones ante las derrotas repetidas en juegos online. 13 de los entrevistados experimentan enojo y frustración, sintiendo que estas derrotas generan una reacción emocional intensa, como se evidenció en respuestas tales como:

“Enojo o tristeza” “Enojo” “Enojado” “Frustración” “Me enojo y apagó todo” “Me enojo” “Frustración y enojo” “Frustración” “Enojo” “Bronca” “Fastidio” “Una ligera frustración” “Enojo”

Sólo dos de los entrevistados mencionan que, en ocasiones, simplemente dejan el juego sin problema o que han aprendido a tomar descansos en lugar de enojarse.

“Dependiendo del factor pero si es por simple derrota simplemente dejo el juego sin problema”

“Antes me enojaba pero ahora simplemente siento ganas de tomar un descanso de jugar”

Un solo entrevistado afirmó que no siente un fuerte impacto emocional, indicando que no le importa o que no perciben la pérdida de manera significativa. Esto se evidenció en la respuesta dada por uno de los consultados “A mí no me importa a otros seguramente sí”

Subcategoría: Sentimiento cuando no logras tu objetivo

Los resultados de las respuestas obtenidas de los 17 entrevistados revelan una diversidad de emociones y reacciones ante las derrotas repetitivas en los juegos online. 10 del total expresan sensaciones de frustración y enojo como se refleja en respuestas que mencionan así

“En general estresado”, “Más ganas de jugar hasta conseguirlo o frustración”, “Frustrado, me molesta mucho perder” “Tristeza” “Enojado, frustrado” “Enojo, me da bronca” “Muy mal, me re molesta perder, sigo jugando hasta que lo logre” “Fastidio” “Hartazgo” “Me enojo”

Sin embargo, un participante también muestra una actitud resiliente; siente más ganas de jugar y continuar intentando hasta lograr sus objetivos, incluso encuentra motivación en la frustración, lo que les impulsa a intentar de nuevo. Esto se refleja en la siguiente respuesta otorgada:

“Frustración pero también me motiva intentar de nuevo para lograrlo”

Por otro lado, otro de los participantes comenta que, a pesar de la bronca y el fastidio, se ríen junto a amigos y primos, lo que ayuda a mitigar la negatividad de la experiencia.

“Me da bronca y otras veces nos reímos con mi grupo de amigos y primos con los que juego”

Subcategoría: Sentimiento antes de comprar en los juegos online

Las respuestas de los 17 entrevistados sobre sus sentimientos al realizar compras online revelan una variedad de emociones que van desde la expectativa hasta la ansiedad. 11 participantes experimentan una fuerte expectativa al comprar, especialmente porque se

trata de juegos que tienen muchas ganas de probar, lo que genera una sensación de felicidad o intriga. Las respuestas de los entrevistados que lo reflejan lo hacen de esta manera:

“Emoción porque normalmente son juegos que tengo muchas ganas de probar”

“Felicidad o ansiedad” “Emoción” “ansías” “Emoción” “Felicidad” “Necesidad de probarlo” “Emoción, intriga” “Felicidad” “Ansiedad” “Emoción”

Sin embargo, también se observa la presencia de ansiedad y duda, indicando que las decisiones de compra pueden estar acompañadas de cierta incertidumbre. Uno de los entrevistados siente que las compras les pueden servir de mucho, y lo menciona así “Siento que me podría servir de mucho”, mientras que los que hacen mención sobre la incertidumbre lo hacen de la siguiente manera:

“Duda”

“Me genera intriga para ver que compro”

“Ganas de probarlo porque me da miedo que compre”

A pesar de la emoción y felicidad que pueden acompañar a la compra, uno de los entrevistados reconoce sentimientos de tristeza cuando se relacionan con la pérdida de dinero, reflejando así la complejidad emocional que puede surgir de la experiencia de comprar en línea. Lo podemos ver en la siguiente respuesta “Me emociona comprar cosas y me da tristeza perder plata” . Solo uno de los participantes menciona que la compra no le genera nada.

Subcategoría: Sentimiento después de comprar en los juegos online

Ante la consulta a los entrevistados sobre el sentimiento después de cada compra se observa que en las respuestas de los 17 entrevistados predomina una sensación de felicidad y satisfacción. 13 entrevistados expresan emociones positivas como tranquilidad (1 de 17), alegría y felicidad, indicando que las compras generan un impacto gratificante y agradable en su estado emocional. Las palabras utilizadas por los jóvenes son las siguientes: “Tranquilidad” “Felicidad, alegría” “me pone muy feliz” “Me pongo contento” “Felicidad y emoción” “felicidad” y “Satisfacción”

Sin embargo, también hay una de arrepentimiento: “siento arrepentimiento”

y otra que habla sobre la posibilidad de que las emociones cambian dependiendo de la calidad de la compra realizada: “depende si la compra que hice esta buena o no”

Uno de los entrevistados reconoce que , tras un momento de felicidad, la emoción se normaliza: “Un poco de felicidad, después se vuelve normal”

Subcategoría: Estado de ánimo antes y después de comprar dentro del juego

Las respuestas de los 17 entrevistados sobre cómo varía su estado de ánimo antes y después de una compra online muestran una variedad de reacciones que van desde la estabilidad emocional hasta cambios significativos. Algunos participantes indican que su estado de ánimo no varía mucho (6 de 17) y lo reflejan así: “No mucho” “Casi nada” “nada” “No varía nunca” “no varía mucho”

Mientras tanto, otros mencionan que experimentan una notable felicidad (4 de 17) antes de la compra, que a menudo se transforma en una mayor motivación y ganas de jugar después de haber adquirido un nuevo objeto.

“Antes muy feliz y después mucha más ganas de jugar”

“Felicidad”

“Suelo estar bastante más contento después de comprar”

“Un poco, 6 de 10 en mi cambio de humor”

Sin embargo, también se observa un sentimiento de arrepentimiento en algunos, reflejando una transición de la ansiedad previa a la compra hacia una tristeza por el dinero gastado. Lo podemos ver en la siguiente respuesta “Un poco más feliz por conseguir cosas pero me sigue dando tristeza la plata que perdí”

La satisfacción parece predominar en la mayoría de los casos, con varios entrevistados expresando que se sienten más contentos tras la compra, aunque la percepción de su estado emocional puede depender de la calidad de la compra realizada.

“Depende de cómo me vaya jugando”

“Depende de lo buena que haya sido la compra”

“No se, depende de cuantas ganas tenía de comprarlo”

También hay un consumidor que siente arrepentimiento después de comprar:

“Ansioso por tener el objeto, a arrepentimiento”

Categoría: Factores relacionados a diseño del juego

En el contexto actual de los videojuegos, la experiencia del jugador es influenciada por múltiples factores que pueden afectar tanto su comportamiento de compra como su percepción del juego en sí. En esta categoría se explora cómo las características del diseño del juego, la relación entre el tiempo de juego y las compras realizadas, y la influencia de la publicidad y promociones impactan en sus decisiones y experiencias. A continuación, se presentan los hallazgos más destacados de esta investigación.

Subcategoría: Relación de tiempo jugando y compras realizadas

La relación entre el tiempo que los entrevistados pasan jugando y las compras que realizan es variada y, según los datos arrojados, no suele ser significativa. Un participante mencionan que dedican parte de su tiempo a comprar y esperar que se instalen los juegos, considerándolo parte de su tiempo libre. Sin embargo, 8 de los 17 entrevistados indica que no ven una relación directa entre el tiempo de juego y la frecuencia o el monto de sus compras, afirmando que a veces juegan más y otras menos sin que esto afecte sus decisiones de compra. Podemos ver respuestas como las siguientes:

“En mi caso juego mucho para lo que gasto”

“Yo no veo relación realmente”

“ninguna”

“no hay relación”

“No veo mucha relación en mi caso, a veces juego más y a veces menos pero la compra en sí responde a querer tener algo en específico que no sucede todo el tiempo”

“No tanta, juego bastante pero no compro mucho”

Además, hay quienes señalan que no compran tanto actualmente o que sus compras son impulsadas por la necesidad de adquirir elementos específicos para disfrutar del juego.

Esto lo refleja el siguiente comentario: “compro un par de cosas antes de jugar (si es que quiero algo) y después ya solo juego”

En general, parece que las compras no son una constante en la experiencia de los jugadores, y varios de los entrevistados no supieron encontrar tal relación.

Subcategoría: Características del juego que lo hace más atractivo

Las respuestas de los 17 entrevistados respecto a las características que hacen un juego más atractivo resaltan una variedad de elementos que los usuarios consideran importantes en su experiencia de juego y que hacen más atractivo el entretenimiento. Entre las características mencionadas, destacan los gráficos y la jugabilidad, los cuales son fundamentales para muchos, ya que influyen en la percepción general del juego. Tuvimos 5 respuestas que mencionan esto:

“A mi me gustan los gráficos o la jugabilidad “

“Es importante ver calidad,diversión,precio”

“En mi caso me parece atractivo los juegos con buenos gráficos”

“Que tenga buenos gráficos, que sea de un tema que me interese, que funcione bien”

“La variedad de personajes y modos de juego”

La diversión también se menciona repetidamente como un factor clave, con 4 participantes que subrayan que un juego debe ser entretenido para mantener su interés. Sus respuestas fueron muy cortas mencionando simplemente la diversión como factor relevante para hacer atractivo el juego.

Otros entrevistados (3 de 17) valoran la competitividad y la posibilidad de alcanzar victorias, incluso en situaciones desafiantes con compañeros de equipo menos habilidosos. Lo vemos en los siguientes comentarios:

“En mi caso se hace más atractivo porque cada vez que perdemos intentar ganar”

“Que se pueda competir y que yo pueda lograr una victoria a pesar de malos compañeros de equipo”

“Que las cosas sean baratas, que no haya límite de jugadores, que puedas interactuar con ellos”

Adicionalmente, la calidad del contenido, la duración del juego, y la exclusividad de ciertos elementos son características que se consideraron significativas.

“Lo hace más atractivo La brutalidad y el tiempo estimado de duración”

“La acción y el el juego de rol es lo que hace más atractivo”

“Lo exclusivo”

Algunos participantes también expresaron el deseo de que los juegos ofrezcan diversidad en personajes y modos, así como un acceso asequible. Esto lo vemos reflejado en un consultados que afirma lo siguiente:

“Que sea un juego dinámico con varios personajes, skins y cosas para jugar”

Subcategoría: Influencia de publicidad y las promociones dentro juegos online

Las respuestas de los 17 entrevistados reflejan una variedad de percepciones sobre la influencia de la publicidad y las promociones en sus decisiones de compra dentro de juegos online. 5 participantes sostienen que la publicidad no afecta en absoluto sus elecciones de compra, expresando que no sienten que cambie su deseo de adquirir ciertos elementos.

“No siento que la publicidad cambie lo que quiera o no quiera comprar”

“no me afecta en nada”

“Ninguna”

“No siento que influya mucho”

Sin embargo, 6 participantes reconocen que la publicidad puede atraerlos considerablemente, especialmente cuando se presentan premios o skins de manera llamativa, aunque no siempre se comunica claramente el costo asociado.

“Te atraen bastante las publicidades, sobre todo en redes sociales”

“Influye de una manera peculiar porque a veces te hacen comprar porque te dicen que estar bueno pero a veces te la bajan y no lo compras”

“A mi me parece que la publicidad influye porque es donde muestran el premio o la skin pero lo malo es que no te muestran el precio”

“Bastante, generalmente no me entero de las cosas por investigación propia sino porque hay un anuncio/foto/video que me hace querer determinado skin”

“Es un incentivo”

Para varios jugadores, los anuncios, videos y códigos promocionales funcionan como incentivos que les motivan a realizar compras, sugiriendo que estos elementos pueden influir en su comportamiento de compra de manera significativa.

“Siempre ponen códigos o ofertas para que cedas”

Discusión

El objetivo general de este trabajo es describir la relación entre los factores de riesgo y el consumo problemático en las compras en juegos online en adolescentes entre 14 y 17 años de Gran Buenos Aires siendo los objetivos específicos indagar la relación de los factores de riesgo sociales, individuales y del diseño del juego. La pregunta del trabajo final integrador es ¿Cuál es la relación que existe entre los factores de riesgo y el consumo problemático en adolescentes de Gran Buenos Aires entre 14 y 17 años?.

A partir de lo expuesto en el apartado anterior, en este se pretendió llevar a cabo una discusión entre los resultados del presente trabajo de investigación en comparación con los que se expusieron en el apartado 3 perteneciente al Estado del Arte.

Los resultados obtenidos en esta muestra en cuanto a la frecuencia de compra, los resultados indican que el 55% de los adolescentes realizan compras online en los videojuegos al menos una vez por semana y de esos el 30% compra diariamente. Si asociamos este resultado con los indicados por Nogueira-López et al. (2023) donde se detectó una prevalencia de 33% para el uso problemático de internet y del 3,1% para los juegos problemáticos podemos encontrar que nuestra muestra indica un consumo problemático mayor que el expuesto por el autor considerando aquellos que consumen diariamente y realizan microtransacciones. Este resultado refuerza la evidencia sobre la alta prevalencia de microtransacciones y la frecuencia de gasto en González-Cabrera et al. (2022), Rodríguez-Rivera (2022), Raneri et al. (2022), Hing et al. (2022), y Sanmartín et al. (2021). Uno de los factores de riesgo individuales es la impulsividad y la alta frecuencia de compras diarias es un posible indicador de un problema de control de impulsos y riesgo de juego problemático, consistente con los hallazgos de estos autores. Las compras diarias podrían fortalecer la idea de adicción por la búsqueda constante de recompensas.

Teniendo en cuenta los factores de riesgo individuales, Ortiz y Velastegui (2023) consideran la impulsividad motora como un factor prominente a la hora de realizar microtransacciones. La muestra realizada indica que el 64% de los adolescentes entrevistados consideran muy relevante la influencia de la impulsividad cuando deciden comprar. Con estos datos podemos confirmar que la impulsividad es un factor mediador

entre las microtransacciones y el juego problemático. Esta impulsividad se ve también influenciada por la cantidad de horas diarias que pasan los jóvenes jugando a estos juegos siendo el 66% de los participantes los que juegan más de 3 horas por día. Por otro lado, la muestra indica que 55% de los juegos son de violencia como tiros, batallas, etc. Se podría estudiar si la violencia en los juegos pueden llevar a una mayor impulsividad.

Los antecedentes documentados, incluyendo estudios de Nogueira-López et al. (2023) y González-Cabrera et al. (2022), muestran que la impulsividad, la situación familiar y el contexto educativo son factores críticos que aumentan el riesgo de consumo problemático. En la recolección de datos, se observó que muchos adolescentes reportan una tendencia hacia la compra impulsiva, motivada por la presión de grupo y el deseo de mejorar su posición dentro del juego, revelando que la influencia social es un determinante poderoso. Esta tendencia coincide con el estudio de Hing et al. (2022), que sugiere que los adolescentes son particularmente susceptibles a los problemas de juego cuando están expuestos a un entorno que fomenta la implicación en estos comportamientos

Dentro de los factores de riesgo contextuales, la muestra brindó que el 39% de los usuarios compran por influencia social ya sea por lo que compran sus amigos, lo que ven en redes sociales o lo que pueden ver en diferentes streams o influencers. Este resultado se asemeja al expuesto por Sanmartín et al. (2021) que detectó en su estudio que el gasto se ve aumentado con la publicidad de los contenidos en la plataforma online.

En cuanto a la percepción de riesgo de los entrevistados, 89% reconoce que existe un riesgo en gasto excesivo y sin control mientras que el 62% identifica que existe un riesgo de poseer un consumo problemático. Por otro lado, dentro de los riesgos asociados, el 11% de los adolescentes solo consideran el riesgo la calidad de las compras y un 38% ve el riesgo en fraudes online. La mayoría de tus participantes reconoce el riesgo asociado a las microtransacciones, coincidiendo con la conclusión de Blanco de Ovando et al. (2020) que destaca la necesidad de generar políticas que den soluciones para mitigar los efectos negativos de las microtransacciones.

Para reforzar los efectos emocionales de las compras online encontramos que el 83% de los participantes se frustra al perder y que además, el mismo porcentaje (83%) siente emoción y felicidad antes de cada compra. Estos hallazgos concuerdan con los resultados de Ortiz y Velastegui (2023) y Murias et al. (2021), que relacionan la impulsividad

con el juego problemático y mencionan la frustración ante las pérdidas y la emoción antes de comprar indicando la posible presencia de un mecanismo de refuerzo en el cerebro, activando la búsqueda constante de la recompensa, como sugieren Gibson et al. (2022). Los adolescentes entrevistados expresaron emociones de frustración y enojo asociadas al consumo excesivo en juegos, evocando hallazgos de Sanmartín et al. (2021) sobre el impacto psicológico de las microtransacciones. La experiencia de gastar dinero en elementos virtuales y no obtener el resultado deseado, como skins o mejoras, se traduce en malestar emocional. Un tema recurrente en las respuestas fue la percepción de que los gastos desmedidos generan un ciclo de culpa y ansiedad, sugiriendo que las compras son utilizadas como un mecanismo para enfrentar el estrés, un patrón que es consistente con el comportamiento adictivo identificado por Griffiths (2005).

En cuanto a la influencia del contexto familiar también fue evidenciado como relevante en las respuestas. Varios adolescentes mencionaron que no existe supervisión parental en sus interacciones con el entorno digital, lo cual se alinearía con la evidencia de Aguilar Andrade (2012) que destaca la importancia de la comunicación adecuada y la supervisión familiar como elementos protectores. En contraposición, aquellos que reportaron no tener comunicación con sus padres respecto a esto exhibieron un mayor riesgo de desarrollar un consumo problemático.

Considerando el estudio de Badia et al. (2015), nuestros hallazgos revelan una preocupante falta de supervisión parental y diálogo en relación al uso de videojuegos y microtransacciones, donde el 52% adolescentes admiten no hablar con sus padres sobre el tema, justificando esto por la falta de comprensión de los padres sobre la temática digital. Esto contrasta con la importancia que Badia et al. atribuyen al rol activo de los padres en la educación sobre los efectos, tanto positivos como negativos, de los videojuegos. Aún más inquietante, la investigación indica que incluso cuando existe comunicación, el interés y la implicación parental son limitados, con padres que "escuchan de rebote" o "no se interesan mucho", lo cual deja a los adolescentes sin una guía informada y un espacio de diálogo seguro. En consonancia con la perspectiva de Ramírez Herrera (2003), esta falta de comunicación podría exacerbar la vulnerabilidad a conductas problemáticas, especialmente en un contexto donde la influencia intergeneracional de patrones de comunicación disfuncionales y la falta de supervisión parental son factores de riesgo prominentes.

Dentro de las entrevistas realizadas evidenciamos la vinculación entre el diseño de los videojuegos, específicamente la inclusión de microtransacciones, y el comportamiento de compra problemático en estos adolescentes y se pudo observar que los elementos de gamificación, como la oferta de loot boxes, activan sistemas de recompensa en el cerebro, como lo menciona Gibson et al. (2022). Los datos de investigación apoyan esta noción al evidenciar que aquellos adolescentes que estaban expuestos de manera más frecuente a la publicidad y a mecánicas de recompensa en sus juegos mostraban una mayor propensión a gastar sin consideración. De esta manera, según recientes estudios realizados por Jan Peters (2005) se puede identificar que los juegos online podrían aprovechar herramientas de la neurociencia para captar la atención y retener usuarios haciendo que los jugadores formen expectativas y creencias erróneas relacionadas a los juegos como puede ser pensamiento mágico y supersticioso, ilusión de control que son síntomas claves de la ludopatía.

A partir de esta investigación se puede identificar que si bien el factor individual de la impulsividad parece ser el predominar, se subraya la interacción compleja entre este rasgo y los factores contextuales (influencia social, diseño del juego) y familiares (falta de supervisión). Es decir, la falta de control individual no ocurre aisladamente, sino en un contexto que lo facilita y exacerba. En este sentido, contextos donde hay un control parental adecuado, espacios de expresión emocional y límites claros podrían mitigar el riesgo. Los juegos que apelan a la neurociencia para captar atención y retener al usuario con herramientas como expectativas y creencias erróneas relacionadas a los juegos, (pensamiento mágico y supersticioso, ilusión de control) son síntomas claves del consumo problemático de videojuegos y microtransacciones.

Conclusión

Esta investigación suma un conocimiento importante sobre cómo los adolescentes desarrollan comportamientos adictivos relacionados con las microtransacciones en videojuegos. Al explorar las motivaciones detrás del consumo problemático, se profundiza en la psicología del comportamiento adictivo, lo cual es esencial para entender las bases del desarrollo de trastornos del juego. Esto puede contribuir a teorías existentes sobre adicciones, ampliando la comprensión de cómo les afectan sistemas de recompensa en el cerebro en función de la conducta impulsiva. El estudio del comportamiento de compra en juegos online entre adolescentes es un tema de creciente relevancia en un mundo donde las tecnologías digitales y los videojuegos son omnipresentes. Este apartado se centrará en discutir la relación entre los factores de riesgo identificados en la literatura previa y las evidencias recolectadas en la investigación, teniendo en cuenta la información brindada por las entrevistas realizadas.

Se puede observar como los diferentes factores influyen en el consumo problemático siendo los individuales y los contextuales los más relevantes. Si bien el énfasis se pone en estos dos factores de riesgo, podemos observar como todos influyen en mayor o menor medida en el comportamiento problemático de adolescentes estudiados. Dentro de los contextuales, el factor familiar suele estar muy presente siendo que el 53% de los adolescentes consultados que realizan compras y transacciones de manera que puede ser problemática mencionan el poco interés de los padres sobre esta actividad. Muchos de ellos comentan que si bien hablan con los padres, no muestran interés ya que no entienden. Otro de los factores importantes que se destacan en este estudio es la impulsividad a la hora de hacer compras online. El 64% mencionan que suelen hacer compras impulsivas.

El conjunto de los dos factores mencionados anteriormente pueden determinar que los adolescentes, que no conocen de los riesgos (como también fue visto a lo largo del estudio), tengan un comportamiento compulsivo a la hora de comprar y que el poco control se convierta en un riesgo.

Los resultados arrojan que otro de los factores que predominan a la hora del consumo y microtransacciones es la publicidad o promoción. El 35% de los entrevistados les resulta importante sobre todo lo que ven en redes sociales. Otro factor que influye es el tiempo destinado a este tipo de actividad ya que dentro de las respuestas pudimos observar que el 52% de los usuarios juegan más de 4 horas diarias y son los que más consumo suelen hacer.

Para concluir, en este estudio se pone énfasis de factores psicosociales en el comportamiento de consumo problemático, al identificar y analizar factores de riesgo individuales (como la impulsividad), interpersonales (como la presión de pares) y contextuales (como la dinámica familiar). Esta investigación ofrece una perspectiva multifacética que puede ser utilizada en la formulación de teorías psicológicas más integrales. Esto también puede guiar futuras investigaciones que analicen cómo las intervenciones pueden ser adaptadas para abordar estos factores en contextos grupales o familiares.

Limitaciones de la investigación.

A continuación se presentan los obstáculos y limitaciones metodológicas que pueden haber afectado la investigación sobre los factores de riesgo asociados al consumo problemático de compras en juegos online entre adolescentes de 14 a 17 años.

Si bien es una investigación con mucha información novedosa que hoy en día se está tratando, la escasez de estudios previos y literatura académica en el área de consumo problemático en juegos online, especialmente en adolescentes, puede resultar una limitación en el marco teórico sobre el cual se puede fundamentar la investigación. Esto puede dificultar el diseño del estudio y la formulación de hipótesis ya que las conexiones con trabajos anteriores son escasas.

La naturaleza cualitativa de la metodología, que se basa en entrevistas semiestructuradas, implica que los datos obtenidos son subjetivos y pueden variar en función de la percepción y entonación de cada participante. Las respuestas pueden haber

estado influenciadas por factores como el estado emocional del adolescente en el momento de la entrevista, la forma en que interpretaron las preguntas o incluso el deseo de impresionar al entrevistador.

Por otro lado, al ser un tema con cambios dinámicos y el surgimiento constante de nuevas plataformas también pueden hacer que los hallazgos de esta investigación se vuelvan obsoletos. Es importante que a medida del surgimiento de estos cambios se pueda realizar investigaciones continuas para entender cómo estas innovaciones impactan los comportamientos de compra y los factores de riesgo asociados.

Líneas de investigación futuras

Los hallazgos de esta investigación pueden ser utilizados para desarrollar estrategias de intervención más efectivas orientadas a la prevención del consumo problemático en adolescentes. Al entender cómo las emociones, el contexto familiar y las características del diseño de juegos influyen en el consumo, se pueden crear programas de prevención que se enfoquen en la educación sobre uso responsable de tecnología, autocontrol emocional y comunicación familiar. Las intervenciones pueden beneficiarse de este conocimiento al diseñar campañas que aborden estos factores de riesgo de manera concreta.

Propuestas de intervención

- Terapia Cognitivo-Conductual (TCC):

Desde esta intervención se busca identificar los patrones de pensamientos y comportamientos disfuncionales relacionados con el consumo de videojuegos y microtransacciones.

- Entrenamiento en Habilidades Sociales y Regulación Emocional:

Desarrollar habilidades para interactuar de manera saludable con los demás, manejar las emociones de forma adaptativa y resistir la presión de grupo. En este tipo de intervención se trabajará la asertividad, habilidades de comunicación y la regulación emocional.

- Terapia Familiar:

El objetivo es mejorar la comunicación, establecer límites claros y fomentar un ambiente familiar de apoyo que reduzca el riesgo de consumo problemático.

- Programas de Educación Parental:

Se busca con esta intervención proporcionar a los padres información y herramientas para comprender los videojuegos, los riesgos asociados al consumo problemático y las estrategias para promover un uso saludable de la tecnología.

En resumen, las intervenciones psicológicas para familias y adolescentes con consumo problemático de microtransacciones y videojuegos deben ser integrales, combinando estrategias dirigidas a modificar patrones de pensamiento y comportamiento, mejorar la comunicación y la regulación emocional, establecer límites claros y promover un ambiente familiar de apoyo.

Referencias

- Aguiar Andrade, E., & Acle-Tomasini, G. (2012). Resiliencia, factores de riesgo y protección en adolescentes mayas de Yucatán: elementos para favorecer la adaptación escolar. *Acta Colombiana de Psicología*, 15(2), 53–64.
- Alonso, C., & Romero, E. (2017). Problematic technology use in a clinical sample of children and adolescents: personality and behavioral problems associated. *Actas Españolas de Psiquiatría*, 45(2), 62–70.
- Alonso, C., & Romero, E. (2017). Problematic technology use in a clinical sample of children and adolescents: Personality and behavioral problems associated. *Actas Españolas de Psiquiatría*, 45(2), 62–70.
- Alfaro, L., (2021). *Consideraciones psicoanalíticas sobre tendencias antisociales en adolescentes. XIII Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología. XXVIII Jornadas de Investigación. XVII Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. III Encuentro de Investigación de Terapia Ocupacional. III Encuentro de Musicoterapia. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires*
- Alegría, A., Bernardi, S., & Blanco, C., (2010). Pathological Gambling: obsessive-compulsive disorder or behavioral addiction? *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 39(Suppl. 1), 133s-142s. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-74502010000500010&lng=en&tlng=en
- Alvarez-Cabrera, Percy L., Lagos-Lazcano, J., Ríos C., Andrés M., & Urtubia Medina, Y. (2022). Microtransacciones y su relación con la impulsividad, inteligencia emocional y el uso problemático de videojuegos en una muestra entre 18 y 30 años. *Fides et Ratio - Revista de Difusión cultural y científica de la Universidad La Salle en Bolivia*, 24(24), 39-60.

Arias Zapata, F. J., Calderón Vallejo, G. A., Cano Bedoya, V. H., & Castaño Pérez, G. A.

(2012). Consumo de alcohol y factores de riesgo en estudiantes de dos universidades colombianas. *El Ágora USB*, 12(1), 127–141. <https://doi.org/10.21500/16578031.228>

American Psychiatric Association. (2013). *Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales* (5.^a ed.). Editorial Médica Panamericana.

Ayllón-Salas, P., Lorenzo-Martín, M.-E. , Camuñas-García, D., & Hinojo-Lucena, F.-J.

(2024). Adicción a los videojuegos entre la población adolescente de Andalucía.

Revista CENTRA De Ciencias Sociales, 3(2), 11–30. <https://doi.org/10.54790/rccs.89>

Badia Martín, M. D., Clariana Muntada, M., Gotzens Busquets, C., Cladellas Pros, R., &

Dezcallar Sáez, T. (2015). Videojuegos, televisión y rendimiento académico en alumnos de primaria. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, (46), 25-38.

Blanco De Ovando, R., Díaz Gil, L. E., & González González, A. (2020). *Videojuegos y microtransacciones* [Informe no publicado].

https://www.academia.edu/118817778/VIDEOJUEGOS_Y_MICROTRANSACCIONES

Buiza-Aguado, C., García-Calero, A., Alonso-Cánovas, A., Ortiz-Soto, P., Guerrero-Díaz, M.,

González-Molinier, M., & Hernández-Medrano, I. (2017). Los videojuegos: una afición con implicaciones neuropsiquiátricas. *Psicología educativa*, 23(2), 129-136.

Bordignon, N. A., (2005). El desarrollo psicosocial de Eric Erikson. El diagrama epigenético del adulto. *Revista Lasallista de Investigación*, 2(2), 50-63.

Calvo-Ferrer J., (2018) Games, video games, and serious games: Analysing what makes playing fun. *Miguel Hernández Communication Journal*, 9(1), 191-226.

Casey, B. J., Jones, R. M., & Hare, T. A. (2008). The adolescent brain. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 1124, 111–126. <https://doi.org/10.1196/annals.1440.010>

Carbonell, X. (2020). El diagnóstico de adicción a videojuegos en el DSM-5 y la CIE-11: Retos y oportunidades para clínicos. *Papeles del Psicólogo*, 41(3), 211–218.

- Chóliz, M. (2013) Prevención de la Adicción a Videojuegos: *Eficacia de las Técnicas de Control de la Impulsividad en el Programa PrevTec 3.1* (Tesis doctoral, Universidad de Valencia)
- Marco, C., & Chóliz, M. (2017). Eficacia de las técnicas de control de la impulsividad en la prevención de la adicción a videojuegos. *Terapia psicológica*, 35(1), 57-69.
<https://dx.doi.org/10.4067/S0718-48082017000100006>
- Corona Lisboa, J. L. (2018). Investigación cualitativa: fundamentos epistemológicos, teóricos y metodológicos. [Qualitative research: epistemological, theoretical and methodological foundations] Vivat Academia. *Revista de Comunicación*, nº 144, 69-76.
<http://doi.org/10.15178/va.2018.144.69-76>
- De Sola Gutiérrez, J. (2014). *¿Qué es una adicción? Desde las adicciones con sustancias a las adicciones comportamentales*. *Revista Digital de Medicina Psicosomática y Psicoterapia*, 4(2).
[//www.psicociencias.org/pdf_noticias/Que_es_una_adiccion_J._de_Sola.pdf](http://www.psicociencias.org/pdf_noticias/Que_es_una_adiccion_J._de_Sola.pdf)
- De Sola Gutiérrez, J., Rubio Valladolid, G., & Rodríguez de Fonseca, F. (2013). La impulsividad: ¿Antesala de las adicciones comportamentales?. *Salud y drogas*, 13(2), 145-155.
- Frauca Benítez, A. (2021). *Adicciones sin sustancia: una revisión sobre el juego patológico en adolescentes y adultos jóvenes* [Trabajo de Fin de Grado no publicado, Universidad de las Islas Baleares]. Repositorio institucional UIB.
https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/156920/Frauca_Ben%C3%ADtez_A_zul.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Fernández-Villa, T., Alguacil Ojeda, J., Almaraz Gómez, A., Cancela Carral, J. M., Delgado-Rodríguez, M., García-Martín, M., Jiménez-Mejías, E., Llorca, J., Molina, A. J., Ortiz Moncada, R., Valero-Juan, L. F., & Martín, V. (2015). Uso problemático de internet en estudiantes universitarios: factores asociados y diferencias de género. *Adicciones*, 27(4), 265-275.
- Estallo, J. A., Masferrer, M. C. & Aguirre, C. (2001). Efectos a largo plazo del uso de los videojuegos. *Apuntes de Psicología*, 19(1), 161-174.

(2020). Habilidades Sociales en adolescentes y Funcionalidad Familiar.

Comuni@cción, 11(1), 16-27. <https://dx.doi.org/10.33595/2226-1478.11.1.392>

Estévez, A., & Calvete, E. (2007). Esquemas cognitivos en personas con conducta de juego patológico y su relación con experiencias de crianza. *Clínica y Salud*, 18(1), 23-43.

Estes, S. G., & Mechikoff, R. A. (1999). Knowing human movement. Allyn and Bacon.

Gaete, V. (2015). Desarrollo psicosocial del adolescente. *Revista chilena de pediatría*, 86(6), 436-443. <https://dx.doi.org/10.1016/j.rchipe.2015.07.005>

Gibson, E., Griffiths, M. D., Calado, F., & Harris, A. (2022). The relationship between videogame micro-transactions and problem gaming and gambling: A systematic review. *Computers in Human Behavior*, 127, Article 107008.

<https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107008>

Gifford, E., & Humphreys, K. (2007). The psychological science of addiction. *Addiction*, 102(3), 352-361.

Goodman, A. (1990). Addiction: Definition and Implications. *British Journal of Addiction*, 85, 1403-1408. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1360-0443.1990.tb01620.x>

Gómez Cobos, E., (2008). Adolescencia y familia: revisión de la relación y la comunicación como factores de riesgo o protección. *Revista Intercontinental de Psicología y Educación*, 10(2), 105-122.

González-Cabrera, J., Basterra-González, Á., Montiel, I., Calvete, E., Pontes, H. M., & Machimbarrena, J. M. (2022). Loot boxes in Spanish adolescents and young adults: Relationship with internet gaming disorder and online gambling disorder. *Computers in Human Behavior*, 124, 106822.

González-Vázquez, A. & Igartua, J. J. (2018). ¿Por qué los adolescentes juegan videojuegos? Propuesta de una escala de motivos para jugar videojuegos a partir de la

<https://doi.org/10.7764/cdi.42.1314>

Griffiths, M. D. (2005). A “Components” Model of Addiction within a Biopsychosocial Framework. *Journal of Substance Use*, 10, 191-197.

<http://dx.doi.org/10.1080/14659890500114359>

Griffiths, M. D. ., & Beranuy Fargues, M. (2008). Adicción a los videojuegos: una breve revisión psicológica. *Revista de Psicoterapia*, 19(73), 33–49.

<https://doi.org/10.33898/rdp.v19i73.792>

Griffiths, M. D. (2008). Diagnosis and management of video game addiction. *New Directions in Addiction Treatment and Prevention*, (12), 27-41.

Griffiths, M. D. (2005). Adicción a los videojuegos: una revisión de la literatura. *Psicología conductual*, 13(3), 445-462.

Hernández Cruz, Marla Eunice, & Bujardón Mendoza, Alberto. (2020). Fundamentos teóricos para un estudio sobre la ludopatía. *Humanidades Médicas*, 20(3), 606-624.

Hernandez Sampieri, R (2014). El proceso de la investigación cualitativa. En *Metodología de la Investigación* (6a ed.). McGraw-Hill Education.

Hing, N., Rockloff, M., Russell, A. M. T., Browne, M., Newall, P., Greer, N., King, D. L., & Thorne, H. (2022). Loot box purchasing is linked to problem gambling in adolescents when controlling for monetary gambling participation. *Journal of Behavioral Addictions*, 11(2), 396–405. Advance online publication. <https://doi.org/10.1556/2006.2022.00015>

Hodann-Caudevilla, R.M., Roncero Rodríguez, M., Alberdi Páramo, I., & Molina-Ruiz, R.M. (2023). Adicciones sin sustancia o adicciones comportamentales. *Medicine*, 13(85), 4998–5009. <https://doi.org/10.1016/j.med.2023.08.011>

Jara, M., Olivera, M., & Elmer, Y. (2018). Teoría de la personalidad según Albert Bandura. *Revista de Investigación de Estudiantes de Psicología*

- Lillo Espinosa, José Luis. (2004). Crecimiento y comportamiento en la adolescencia. Revista de la *Asociación Española de Neuropsiquiatría*, (90), 57-71.
- López Larrosa, S., & Rodríguez - Arias, J. L. (2012). Factores de riesgo y de protección en el consumo de drogas y la conducta antisocial en adolescentes y jóvenes españoles. *International Journal of Psychological Research*, 5(1), 25-33.
- Lopera Díaz, D., Roncancio Bedoya, A. F., & Carrillo Benítez, C. C. (2022). Los Videojuegos Y Sus Condiciones Normativas De Las Loot Boxes Y Los Dlc: Estado Sobre La Protección Al Consumidor En Colombia. *Ratio Juris*, 17(35), 599-616.
<https://doi.org/10.24142/raju.v17n35a9>
- Lorenzo, R. P. (2019).Luna, F. A. (2021). Consumos problemáticos en la adolescencia. Una revisión bibliográfica desde la perspectiva del paradigma de la complejidad [Trabajo final integrador, Universidad Nacional de Rosario]. Repositorio Hipermedial UNR.
<https://rehip.unr.edu.ar/handle/2133/23738>
- Pérez, T. I. L. (2015). Riesgo de adicciones en la adolescencia. Revista del Hospital Psiquiátrico de La Habana, 12(S1).
- Maldonado MJL, Buitrago AB, Mancilla MAA. Videojuegos y adicción en niños – adolescentes: una revisión sistemática. (2014). *TOG (A Coruña)*,11(20)
<http://www.revistatog.com/num20/pdfs/revision2.pdf>
- Marco, C., & Chóliz, M. (2013). Tratamiento cognitivo-conductual en un caso de adicción a Internet y videojuegos. *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*, 13(1), 125-141.
- Martínez Carazo, P. C., (2006). El método de estudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica. *Pensamiento & Gestión*, (20), 165-193.
- Maté, G. (2022). *The myth of normal: Illness and health in an insane culture*. Penguin Random House.

Michalczuk R., Bowden-Jones H., Verdejo-García A. & Clark L. (2011). Impulsivity and

cognitive distortions in pathological gamblers attending the UK National Problem Gambling Clinic: A preliminary report. *Psychological Medicine*. (41). 2625-2635.

Monaghan, Sally, Jeffrey Derevensky, & Alyssa Sklar. 2008. "Impact of gambling advertisements and marketing on children and adolescents: Policy recommendations to minimise harm". *Journal of Gambling Issues*, 22(22), 252–74

Morales Salinas, B. G., & Moysén Chimal, A. (2015). Afrontamiento Del Estrés En Adolescentes Estudiantes De Nivel Medio Superior. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 9(1), 9-20.

Murias, P., Grande-Gosende, A., García-Fernández, G. & Fernández-Hermida, J.R. (2022). Cajas botín, juegos de azar y videojuegos: Una revisión sistemática. *Health and Addictions / Salud y Drogas*, 22(1), 236-252. <https://doi: 10.21134/haaj.v22i1.665>

Nogueira-López, A., Rial-Boubeta, A., Guadix-García, I., Villanueva-Blasco, V. J., & Billieux, J. (2023). Prevalence of problematic Internet use and problematic gaming in Spanish adolescents. *Psychiatry research*, 326, 115317. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2023.115317>

Oflu A, Yalcin SS. Uso de videojuegos en alumnos de la escuela secundaria y factores asociados. *Arch Argent Pediatr* 2019;117(6):e584-e591.

Organización Mundial de la Salud (2005). *Convenio Marco de la OMS para el control del tabaco*. OMS. <https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/42813/9243591010.pdf>

Organización Mundial de la Salud. (2014). *La salud de los adolescentes del mundo: una segunda oportunidad en la segunda década*. OMS. <https://www.who.int/publications/i/item/WHO-FWC-MCA-14.05>

Ortiz, D. J., & Velastegui, D. C. (2023). Dependencia a videojuegos y su relación con la impulsividad en estudiantes: Video game dependence and its relationship with impulsivity in students. *LATAM Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 4(1), 1188–1192. <https://doi.org/10.56712/latam.v4i1.330>

- Páramo, María de los Ángeles. (2011). Factores de Riesgo y Factores de Protección en la Adolescencia: Análisis de Contenido a través de Grupos de Discusión. *Terapia psicológica*, 29(1), 85-95. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-48082011000100009>
- Payá-López, S., Espada, J. P., Orgilés, M., & Morales, A. (2023). Tratamientos psicológicos para la adicción a videojuegos en adolescentes y adultos jóvenes: Una revisión sistemática. *Revista Española de Drogodependencias* . <https://doi.org/10.54108/10056>
- Peters J. (2025). A neurocomputational account of multi-line electronic gambling machines. *Trends in cognitive sciences*, S1364-6613(24)00330-9. Advance online publication. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2024.12.009>
- Piaget, J. (1970). Piaget's Theory (G. Gellerier & J. Langer, Trans.). En P.H. Mussen (Ed.), *Carmichael's Manual of Child Psychology* (3rd Edition, Vol. 1). Wiley.
- Piza Burgos, Narcisa Dolores, Amaiquema Márquez, Francisco Alejandro, & Beltrán Baquerizo, Gina Esmeralda. (2019). Métodos y técnicas en la investigación cualitativa. Algunas precisiones necesarias. *Conrado*, 15(70), 455-459.
- Phillip C. Raneri, Christian Montag, Dmitri Rozgonjuk, Jason Satel, Halley M. Pontes, The role of microtransactions in Internet Gaming Disorder and Gambling Disorder: A preregistered systematic review, *Addictive Behaviors Reports*, Volume 15,2022.
- Plazas, Elberto Antonio. (2006). B. F. Skinner: la búsqueda de orden en la conducta voluntaria. *Universitas Psychologica*, 5(2), 371-384.
- Real Academia Española. (2020). *Diccionario de la lengua española* (23.^a ed.). [Versión 23.3 en línea]. <https://www.rae.es/diccionario-panhispanico>
- Ramírez Herrera, C., (2003). La transmisión intergeneracional, la clase del vínculo y los factores intrapersonales como predictores de la co-ocurrencia de comportamientos violentos y adictivos en jóvenes . *Acta Colombiana de Psicología*, (9), 51-69.
- Rodríguez-Rivera, P. (2022). *El consumo de loot boxes como puerta de entrada al gambling*.
- Rubio García, L., (2018). Apuestas deportivas online: percepción adolescente y regulación publicitaria. *metheados. Revista de ciencias sociales*, 6(1), 139-148. <http://dx.doi.org/10.17502/m.rcs.v6i1.207>

- Rojas, V.. (2008). Influencia de la televisión y videojuegos en el aprendizaje y conducta infanto-juvenil. *Revista chilena de pediatría*, 79(Supl. 1), 81-85.
<https://dx.doi.org/10.4067/S0370-41062008000700012>
- Tejeiro, R. (2001) La adicción a los videojuegos. Una revisión. *Adicciones*, 13(4).
- Torres, A. (2014). *Las habilidades sociales: Un programa de intervención en Educación Secundaria Obligatoria*. Universidad de Granada, España.
- Touzé, G. (2010). *Prevención del consumo problemático de drogas: un enfoque educativo*. Buenos Aires: Ministerio de Educación-Troquel.
- Şalvarlı, Ş. İ., & Griffiths, M. D. (2019). The association between internet gaming disorder and impulsivity: A systematic review of literature. *International journal of mental health and addiction*, 1-27.
- Sanmartín, F. J., Velasco, J., Cuadrado, F., Gálvez-Lara, M., De Larriva, V., & Moriana, J. A. (2021). *El consumo de loot boxes como una nueva forma de azar en los videojuegos*.
- Sussman S. & Sussman A.N. (2011). Considering the definition of Addiction. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. (8). 4025-4038.
- Steinberg L. (2005). Cognitive and affective development in adolescence. *Trends in cognitive sciences*, 9(2), 69–74. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2004.12.005>
- Vallejos, M., & Capa, W. (2010). Video juegos: Adicción y factores predictivos. *Avances en psicología*, 18(1), 103-110
- Villarreal, A. S., & Arjona, M. P. (2023). Abordaje del acompañante terapéutico ante una enfermedad del siglo XXI: La adicción a los videojuegos [Tesis de grado, Universidad del Gran Rosario]. Repositorio Institucional Digital UGR.
<https://rid.ugr.edu.ar/bitstream/handle/20.500.14125/711/Inv.%20D-476%20MFN%207698%20TFG.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Zuckerman M. (1964). Development of a Sensation-Seeking Scale. *Journal of Consulting Psychology*, (28). 477-482.