

MAESTRÍA EN GESTIÓN DEL DISEÑO

TESIS DE MAESTRÍA

CUERPO

B

El diseño de experiencia de usuario en los casinos digitales

Análisis de las estrategias de fidelización de *Bet365*,
Stake y *1xBet* (2020-2025)

Kadry Nicolás

0093512

Maestría en Gestión del Diseño

Facultad de Diseño y Comunicación

LÍNEA N° 18 | Game Studies: Juego y Sociedad

(fecha)00/00/0000



Índice

Introducción

Capítulo I: El fenómeno de los casinos digitales.....	27
1.1. Antecedentes y evolución histórica	29
1.2. Situación de los casinos digitales en Argentina	30
1.2.1. Influencia de la pandemia en el auge de los casinos en línea.....	34
1.2.2. Plataformas de juego en línea	36
1.3. El jugador digital: características y comportamiento.....	37
1.3.1. Análisis demográfico de los usuarios de casinos digitales	40
1.3.2. Campañas publicitarias de influencers.....	42
Capítulo II: Estrategias de diseño en casinos digitales.....	47
2.1. Principios de diseño aplicados a interfaces de casinos digitales	48
2.1.1 Patrones de diseño y navegación utilizados para atraer y mantener la atención de los usuarios	51
2.2 Semiótica y elementos visuales en casinos digitales.....	54
2.2.1 La experiencia del usuario en plataformas de juego en línea	56
2.3 Usabilidad en casinos digitales	59
2.3.1 Gamificación en casinos digitales.....	61
2.3.2 Impacto en la Participación y lealtad de los Usuarios	63
2.3.3 Las estrategias visuales en el comportamiento de los usuarios.....	65
2.3.4 Herramientas metodológicas y análisis heurístico en casinos digitales.....	68
Capítulo III: Metodología: La interfaz como mediadora en los casinos.....	72
3.1. El diseño como dispositivo de vinculación simbólica.....	72
3.2. Casinos digitales argentinos: <i>Bet365</i> , <i>Stake</i> y <i>1xBet</i>	78
3.2.1. <i>Bet365</i> : interfaz y experiencia del usuario.....	81
3.2.2. <i>Stake</i> : innovación, gamificación y accesibilidad.....	83
3.2.3. <i>1xBet</i> : diseño audiovisual y perseverancia en el tiempo	85
3.3. El rol de la usabilidad y la eficacia de las interfaces	88
3.4. El impacto del diseño audiovisual y los mecanismos de gamificación	94
3.5. Experiencia de los usuarios y procesos de fidelización	98
Capítulo IV El diseño UX como mediación simbólica y conflictiva.....	103
4.1. Usabilidad y eficacia del control funcional a la eficacia emocional	103
4.2. El lenguaje audiovisual como estructura de inmersión	107
4.3. Gamificación y pertenencia: la retención como experiencia simbólica.....	110
4.4. Experiencia y ética del diseño, la interfaz como mediación cultural.....	113
4.5 El diseño como mediación conflictiva	116
Conclusiones.....	122
Lista de Referencias Bibliográficas	133
Bibliografía	137

Introducción

El impacto del diseño de interfaces junto a la experiencia del usuario (UX) en los casinos digitales ha transformado significativamente la forma en la que los usuarios interactúan con las plataformas de juego en línea. Estos espacios digitales no sólo buscan entretener, sino que también emplean estrategias diseñadas para captar la atención del usuario y mantenerlo atrapado. En un contexto donde la comunicación digital es omnipresente, el diseño en estas plataformas juega un papel crucial en la manipulación de las percepciones y en la creación de experiencias inmersivas. Según Schell (2008), la creación de entornos inmersivos en plataformas digitales requiere una combinación de elementos visuales y sonoros que envuelven completamente al usuario, generando un estado en el que el jugador pierde la noción del tiempo y se enfoca exclusivamente en la actividad. Este tipo de diseño tiene como objetivo no sólo atraer la atención inicial del usuario, sino mantener su interés a lo largo del tiempo, facilitando una experiencia que lo conecta emocionalmente con el entorno digital.

La llegada de la digitalización masiva ha transformado no sólo las formas de interacción entre los usuarios y las plataformas digitales, sino también las dinámicas de poder y control dentro de estas plataformas. Según Haber Guerra (2017), la evolución de la transmisión de datos analógicos a la producción digital ha generado lo que él denomina fisuras epistemológicas en la forma en que se conciben los medios y la comunicación. Estas fisuras son particularmente visibles en el campo de los casinos digitales, donde el diseño audiovisual no sólo facilita la experiencia del juego, sino que también participa

Para desarrollar esta investigación, se han seleccionado tres plataformas de casinos digitales como casos de estudio: *Bet365*, *Stake* y *1xBet*. Cada una de estas plataformas representa diferentes enfoques en la implementación de estrategias de experiencia de usuario (UX), lo que permitirá un análisis comparativo en base a observar y analizar el comportamiento de los usuarios. La elección de estas plataformas responde a su presencia global, su variedad de ofertas de juego y sus modelos de negocio, lo que las convierte en

ejemplos clave para estudiar cómo el diseño influye en la retención y el interés sostenido de los usuarios en los entornos de juego en línea.

Aunque en el ecosistema del juego online suelen confluir múltiples tipos de plataformas, esta tesis se centra exclusivamente en casinos digitales y no en casas de apuestas deportivas. Esta distinción resulta fundamental debido a las profundas diferencias estructurales que separan ambos modelos. Como advierte Schüll (2012), los casinos digitales operan mediante generadores de números aleatorios y se estructuran alrededor de estímulos audiovisuales diseñados específicamente para producir continuidad rítmica y sumergir al jugador en un ciclo ininterrumpido.

En contraste, la literatura académica señala que las apuestas deportivas poseen una dinámica episódica que depende de eventos externos, estadísticas, probabilidades dinámicas y decisiones basadas en información previa (Lopez-Gonzalez y Griffiths, 2018). Dado que los mecanismos de interacción, las dinámicas temporales, las lógicas de riesgo y los patrones de decisión de los usuarios difieren profundamente entre ambos entornos, combinarlos afectaría la coherencia analítica y metodológica del presente estudio. En consecuencia, el trabajo se concentra en los casinos digitales como objeto autónomo de investigación, cuyas características particulares permiten analizar con mayor precisión las estrategias de diseño UX vinculadas con la inmersión, la retención y la construcción simbólica de la experiencia de juego

En función de la temática propuesta, esta investigación se enmarca en la Línea N°18 *Game Studies: Juego y Sociedad*, cuyo objetivo es investigar el rol del juego como fenómeno cultural y social. El análisis de las plataformas de casinos digitales permite abordar la relación entre el diseño UX y la participación del usuario, contribuyendo a la comprensión de cómo los elementos de juego pueden impactar en la sociedad y en las dinámicas de consumo digital.

En los orígenes de las sociedades industriales, se puede afirmar, junto con Hall (1984),

que los medios de comunicación desempeñan un papel crucial en la transformación de las sociedades contemporáneas, particularmente en relación con la clase trabajadora y la democratización del consumo. Como explica Bauman (1998), el consumo pasa a ser una actividad central en la vida social de las personas, moldeando sus identidades y aspiraciones. Los medios de comunicación juegan un papel fundamental en este proceso, generando deseos y necesidades que fomentan una cultura de consumo incesante. Baudrillard (1970) complementa esta idea al señalar que los objetos de consumo no solo tienen un valor funcional, sino que actúan como símbolos que configuran la identidad individual y colectiva, destacando el rol de los medios en la perpetuación de este ciclo.

El casino en línea creció fuertemente en el mercado argentino durante la pandemia (2020), al igual que en todo el mundo. Este crecimiento fue impulsado por el cierre de salas presenciales, la mayor disponibilidad de plataformas digitales y el aumento del tiempo de ocio en los hogares. En Argentina, el número de usuarios de casinos online pasó de 300.000 en 2013 a más de 1,2 millones en 2023, y el volumen de apuestas creció más del 50% entre 2020 y 2022, según datos de LOTBA y ALEA (Revista Quórum, 2024). A nivel mundial, se registró un incremento del 67 % en los ingresos del mercado de juegos de azar en línea durante los primeros años de la pandemia (Research and Markets, 2020). En este contexto, el distanciamiento físico, en particular, se presenta como un potencial factor de riesgo para el aumento de adicciones debido a que las personas dejan de realizar sus actividades normales de una manera abrupta (Loyola Lopez, 2023).

Piscitelli (2009) resalta cómo la rápida adopción de nuevas tecnologías, como las criptomonedas, transforma las plataformas digitales y genera nuevas formas de interacción y consumo, incluyendo el ámbito de los juegos de azar. El primer casino online conocido como *Casino Online Gaming Club* fue creado en el año 1994 por Microgaming. Con el auge y el impacto que estaban presentando las criptomonedas entre finales del año 2020 y comienzo del año 2021, el primer casino digital en el cual se podía apostar con esta divisa fue *Mega Dice*. Con licencia en Curazao y accesible en todo el mundo mediante la

aplicación Telegram, este casino marcó un hito en la evolución de los juegos de azar en línea.

Muchos de estos casinos online incumplen las reglamentaciones que los países tienen con respecto al juego, debido a que sus sedes físicas están ubicadas en paraísos fiscales como Curazao, Malta y Costa Rica, entre otros. El principal motivo por el cual no se encuentran en países convencionales es porque presentan jurisdicciones más atractivas para el establecimiento de actividades económicas (Williams, 2011). En el caso de Argentina, no hay ninguna ley en la actualidad que regule los casinos online a nivel federal, sino que cada provincia debe tomar la iniciativa a la hora de regular el juego online. Según Rodríguez (2018), esta falta de regulación uniforme crea un entorno propicio para que los operadores se beneficien de las lagunas legales dado que en Argentina los reglamentos y leyes vinculadas al juego en línea son provinciales, de las lagunas legales, dado que en Argentina los reglamentos y leyes vinculadas al juego en línea son provinciales (Observatorio Argentino de Drogas, 2020)

Existen una infinidad de plataformas que cuentan con todos los juegos que se pueden encontrar en un casino, y nuevas maneras de apostar. Si bien se requiere que los usuarios sean mayores de 18 años, la validación para acceder a estos casinos es nula en muchos casos, reduciéndose a un simple *CheckBox* o alguna verificación que cualquier usuario puede realizar (Martínez, 2020). Schüll (2014) argumenta que las máquinas tragamonedas, a diferencia de otros juegos de azar como el póker o el blackjack, están diseñadas para crear una experiencia de juego casi hipnótica y continua, donde los jugadores pueden perder fácilmente la noción del tiempo y del dinero que están gastando.

Si bien los casinos físicos cuentan con herramientas de persuasión y diseño como las alfombras, los olores y los sonidos para captar a los usuarios y centrar su atención en las pantallas de las máquinas o los diferentes juegos, los casinos online no cuentan con herramientas de diseño físicas para captar a los usuarios, sino que todo su diseño se encuentra centrado en la interfaz con la cual los usuarios interactúan. Estas interfaces,

según Schüll (2014), están diseñadas con algoritmos complejos para mantener a los jugadores comprometidos y en un estado casi de trance, donde se sienten atraídos a seguir jugando incluso cuando están perdiendo.

En este contexto, se plantea la siguiente pregunta problema: ¿cómo inciden las estrategias de diseño de experiencia de usuario (UX) y la usabilidad implementada en casinos digitales en la generación de interés y en la retención de los usuarios dentro de estas plataformas? Este interrogante guía la investigación hacia la comprensión de cómo los elementos visuales y sonoros pueden fomentar un sentido de lealtad y pertenencia entre los usuarios de estas plataformas.

En este marco, la investigación se propone como objetivo general analizar cómo las estrategias de diseño de experiencia de usuario (UX) y la usabilidad implementada en las interfaces de casinos digitales inciden en la generación de retención e interés en los usuarios, mediante el análisis de *Bet365*, *Stake* y *1xBet*. A partir de este propósito, se plantean tres objetivos específicos: explorar los elementos presentes del diseño de UX en las interfaces de los casinos digitales que apuntan a la retención y el interés de los usuarios; evaluar, mediante pruebas de usabilidad con usuarios, la relación entre la experiencia de usuario y los mecanismos de permanencia e interés sostenido en las interfaces de casinos digitales; y medir el nivel de retención y usabilidad en las plataformas seleccionadas mediante herramientas UX.

Cada uno de los casos de estudio representa distintos enfoques en la implementación de diseño UX, la oferta de juegos, estrategias de marketing y modelo de negocio, permitiendo un análisis comparativo que revele patrones y diferencias en la influencia de estas plataformas sobre la experiencia de los usuarios.

El primer caso de estudio, *Bet365*, fundada en el Reino Unido en el año 2000, es reconocida mundialmente por su enfoque en la innovación tecnológica y accesibilidad. Fue pionera en implementar una aplicación móvil robusta y en ofrecer transmisiones en vivo de eventos deportivos, permitiendo a los usuarios realizar apuestas en tiempo real (Piscitelli,

2009). Este enfoque en la usabilidad y personalización de la experiencia del usuario convierte a *Bet365* en un caso ideal para analizar cómo la tecnología influye en la retención y satisfacción del usuario.

En cuanto a *Stake*, el segundo caso, fue fundada en 2017 y se destaca por su uso innovador de criptomonedas como Bitcoin, que atrae a un público joven y tecnológicamente informado (Martínez y Durán, 2020). La aceptación de criptomonedas no sólo facilita transacciones rápidas y seguras, sino que también responde a una creciente demanda de anonimato y descentralización en el sector de los juegos en línea. *Stake* es un ejemplo interesante de cómo las tecnologías emergentes pueden modificar el perfil demográfico de los usuarios y fomentar un sentido de pertenencia en aquellos interesados en la economía digital.

Para *1xBet*, el tercer caso, la combinación de un enfoque agresivo de marketing y una oferta diversa de juegos, que incluyen apuestas deportivas, casino y deportes virtuales, fue fundamental en su éxito y expansión en mercados emergentes como Europa del Este, África y América Latina (Dans, 2021). Fundada en 2007 y registrada en Curazao, *1xBet* ejemplifica cómo las estrategias de expansión y diversificación pueden incrementar la popularidad de una plataforma en contextos geográficos variados.

Estas plataformas representan diferentes modelos de negocio, enfoques tecnológicos y estrategias de expansión que reflejan la diversidad del mercado de los casinos digitales. Mientras que *Bet365* ofrece una perspectiva más tradicional y consolidada, *Stake* y *1xBet* ilustran la adaptación a las tendencias emergentes, como el uso de criptomonedas y la expansión en mercados en desarrollo.

El análisis de estas plataformas permitirá profundizar en cómo distintos factores, como la adopción de tecnologías, la integración de criptomonedas y la personalización de la experiencia de usuario, influyen en la retención, lealtad y participación de los usuarios. Al comparar estas plataformas, se podrá entender mejor qué elementos del diseño UX y la estructura de cada plataforma contribuyen a su éxito y cómo estos factores reflejan la

evolución y adaptación de la industria de los juegos de azar a las demandas de los usuarios modernos.

Por otra parte, la hipótesis de esta investigación sostiene que las estrategias de diseño de experiencia de usuario implementadas en los casinos digitales como la usabilidad, los patrones de diseño y los mecanismos de gamificación inciden en la generación de interés y en la retención prolongada de los usuarios al integrar estímulos audiovisuales, dinámicas de recompensa y estructuras de interacción que refuerzan la sensación de control y pertenencia dentro de las plataformas, con matices particulares según cada caso de estudio.

Este contexto estimula una democratización que permite que usuarios de todas las clases sociales accedan a estas plataformas, lo que da como resultado una expansión sin precedentes del mercado del juego en línea. A medida que la tecnología avanza y el acceso a dispositivos móviles y computadoras personales se vuelve más asequible, las barreras económicas y geográficas que antes limitaban la participación en los juegos de azar se reducen considerablemente.

La accesibilidad genera un cambio en la demografía de los jugadores, permitiendo que sectores tradicionalmente excluidos del juego físico, como las clases medias y bajas, pueden ahora participar activamente en el consumo de juegos de azar.

Al mismo tiempo, esta apertura facilita la adopción de nuevos modelos de negocio dentro de los casinos digitales, como el *freemium*, donde los usuarios pueden jugar gratuitamente, pero son incentivados a realizar compras dentro de la plataforma para mejorar su experiencia. Este modelo fomenta un ciclo continuo de consumo y lealtad, donde el usuario se siente parte de una comunidad global de jugadores. Según Bauman (1998), en una sociedad de consumo, los medios y las plataformas digitales refuerzan la idea de que el acceso y la participación en productos o servicios contribuyen a la construcción de identidad social, lo cual se manifiesta claramente en el fenómeno del juego en línea, donde los jugadores buscan destacar y competir a nivel global. Este concepto permite que los

casinos digitales utilicen estrategias de personalización basado en la usabilidad y la experiencia de los usuarios, adaptando los contenidos y las interfaces de juego a las preferencias individuales de los usuarios, lo que no solo mejora la experiencia, sino que aumenta la retención y el tiempo de permanencia en las plataformas. El fenómeno, que combina accesibilidad, personalización y consumo, convierte a los casinos digitales en una industria lucrativa que apela a la naturaleza competitiva y aspiracional de los usuarios, generando un ciclo de participación que puede prolongarse indefinidamente.

Los riesgos de manipulación que circulaban durante la hegemonía de los medios masivos de comunicación y los riesgos que advertían los teóricos de los Estudios culturales, permite también preguntarse sobre los riesgos de una masificación de este fenómeno, que no sólo parece intercalarse sino también que aglutina a usuarios de todas las edades. Sin embargo, Hall (1984) también advierte sobre los riesgos de una "cultura masiva", donde los usuarios pueden ser fácilmente manipulados por los medios de comunicación.

El análisis de los casinos digitales se sitúa en la intersección de varias disciplinas, incluidas las teorías de la comunicación, el diseño digital y los estudios culturales. En primer lugar, los Estudios Culturales Británicos, realizados por académicos como Raymond Williams y Richard Hoggart, plantearon la importancia de la cultura popular y la comunicación de masas como espacios de resistencia y transformación social. Estos estudios nacieron como una respuesta a la ortodoxia marxista, que tradicionalmente había relegado la cultura a un papel secundario en la lucha de clases. Según Williams (1983), la cultura es un espacio de disputa hegemónica donde los significados y valores son constantemente negociados y redefinidos. Esta perspectiva es clave para entender los casinos digitales, que operan como espacios donde se cruzan las tensiones entre la cultura popular y el control institucional. En el contexto digital, la teoría de la mediación de Jesús Martín-Barbero (1987) resulta fundamental. En su obra *De los medios a las mediaciones*, Barbero propone que la comunicación no es un proceso lineal de emisión-recepción, sino que involucra múltiples mediaciones que influyen en la construcción de significados. En los

casinos digitales, esta mediación ocurre a través de las interfaces visuales y sonoras, que son diseñadas cuidadosamente para mantener la atención del usuario y fomentar la repetición del comportamiento. Según Barbero, la mediación en los medios de comunicación implica una interacción activa entre los usuarios y las plataformas, lo que genera una experiencia donde el usuario es a la vez consumidor y productor de significados.

El diseño digital en los casinos en línea utiliza elementos de la teoría del diseño de interfaces para crear experiencias de usuario que sean atractivas y efectivas. Según la teoría de diseño de interacción, el éxito de una plataforma digital depende de su capacidad para generar una conexión emocional con el usuario, facilitando una interacción fluida e intuitiva. Esto se observa en los casinos digitales, donde los elementos de diseño, como colores brillantes, efectos de sonido y dinámicas visuales, están cuidadosamente seleccionados para generar una respuesta emocional inmediata y mantener al usuario atrapado. Tal como señala Andronowicz (2017), el diseño audiovisual en las tragamonedas está orientado a provocar excitación mediante la manipulación de sonidos, colores y formas, construyendo un entorno que estimula la permanencia del jugador. Jacob Nielsen (1993), en su teoría de la usabilidad, argumenta que las plataformas digitales deben ser fáciles de usar y altamente intuitivas para garantizar una experiencia de usuario exitosa, y este principio se aplica directamente en el diseño de los casinos digitales.

La literatura previa abordó desde diferentes enfoques el diseño de interfaces, las estrategias de UX aplicados en juegos online y el impacto en el comportamiento de los jugadores, explorando cómo las interfaces y dinámicas del juego afectan la participación y lealtad de los usuarios.

A pesar de los avances significativos en la comprensión del diseño la experiencia del usuario en entornos digitales, los estudios existentes dejan ciertas lagunas en el análisis de los casinos en línea. Mientras que autores como Schell (2008) investigaron ampliamente los entornos inmersivos en videojuegos, no se exploran de manera exhaustiva cómo estos

principios se aplican específicamente a los casinos digitales. Además, estudios como los de Nielsen (1993) y Norman (2004) sobre la usabilidad y el diseño emocional proporcionan una base sólida para comprender las interacciones de los usuarios con las plataformas digitales, pero no abordan cómo estas estrategias influyen en la retención prolongada y el sentido de pertenencia en el contexto de los casinos en línea. Finalmente, aunque diversos autores han investigado el papel de los medios de comunicación en la construcción de una cultura de consumo (Baudrillard, 1970; Featherstone, 1991), la relación entre los incentivos visuales y sonoros en las plataformas de juego y la creación de lealtad sigue siendo un área que requiere mayor exploración.

Aunque Schell (2008) explora ampliamente cómo los entornos inmersivos en plataformas digitales se construyen a partir de una combinación efectiva de elementos visuales y sonoros, la investigación está más centrada en el diseño para videojuegos. En el contexto de los casinos digitales, estos elementos no sólo buscan entretener, sino también fomentar la permanencia de los usuarios en las plataformas. Si bien existen valiosas investigaciones sobre el impacto de los estímulos sensoriales en los juegos de azar, resulta pertinente seguir profundizando en cómo las actuales plataformas integran estos elementos visuales y auditivos a través del diseño de experiencia de usuario (UX) para fomentar un sentido de lealtad en el entorno online. En este sentido, esta tesis no busca partir de un vacío teórico, sino ampliar esta línea de estudio al analizar la función del diseño de UX en la construcción de una experiencia emocional más profunda y conectada para los usuarios de casinos digitales, observando específicamente cómo responden a los patrones interactivos y a los estímulos sonoros y visuales repetitivos en la contemporaneidad.

El trabajo de Nielsen (1993) y Norman (2004) sobre la usabilidad y el diseño emocional es crucial para entender cómo las interfaces digitales deben ser estructuradas para generar una experiencia óptima para los usuarios. Sin embargo, su enfoque no se aplica extensamente al sector de los casinos digitales, donde las plataformas no sólo deben ser usables, sino también diseñadas para maximizar la permanencia del usuario. Mientras que

la literatura sobre UX ofrece una buena base para comprender los principios de diseño, esta investigación plantea una cuestión más específica, centrada en intentar comprender cómo las estrategias de UX implementadas en los casinos digitales influyen en la pertenencia de los usuarios. El estudio explorará cómo la personalización masiva y la simplificación en la navegación fomentan la participación recurrente y la sensación de pertenencia a una comunidad de jugadores, algo que aún no es abordado de manera exhaustiva.

La influencia de los medios de comunicación y su relación con la cultura de consumo ha sido ampliamente abordada por autores como Baudrillard (1970) y Bauman (1998), quienes argumentan que los objetos y servicios de consumo no sólo tienen un valor funcional, sino que desempeñan un papel simbólico en la construcción de la identidad individual y colectiva. No obstante, en el contexto de los casinos digitales, estos enfoques se centrarán en la adicción al juego, sin un análisis detallado de cómo los elementos mediáticos y las interfaces de estas plataformas refuerzan la retención de los usuarios a largo plazo. En este contexto, resulta fundamental comprender cómo las dinámicas de interacción en los juegos en línea especialmente los incentivos visuales y sonoros promueven comportamientos repetitivos y fomentan un sentido de pertenencia en los jugadores, variables que contribuyen directamente a la retención y lealtad dentro de las plataformas.

A pesar de estos avances, una de las falencias identificadas en la literatura es la falta de estudios empíricos que evalúen específicamente el impacto de los casinos digitales sobre los usuarios jóvenes y la creación de lealtad a largo plazo. Además, se subraya la necesidad de un análisis más profundo sobre cómo las interfaces diseñadas bajo el modelo *freemium* generan comportamientos adictivos, como advierte Dans (2021). Si bien se explora el diseño visual y la usabilidad, faltan estudios más críticos que analicen las implicaciones éticas de estos diseños y su relación con la manipulación de los usuarios. Bajo esta perspectiva crítica, la investigación incorpora el concepto de patrones oscuros

(dark patterns) como una categoría analítica esencial para comprender la dimensión ética del diseño UX contemporáneo. Estos mecanismos, definidos por Brignull (2010, 2023) como tácticas estructuradas que benefician a la plataforma en detrimento de la autonomía del usuario, permiten problematizar cómo la interfaz de un casino digital deja de ser un medio neutral de interacción

. Al integrar esta teoría desde el inicio, el estudio se propone examinar cómo las arquitecturas persuasivas de plataformas como Bet365, Stake y 1xBet utilizan diseños deliberadamente engañosos —tales como la interrupción forzada o la ambigüedad en la jerarquía visual de los términos de retiro— para subvertir la capacidad de decisión del individuo

. De este modo, la tesis busca cubrir una vacancia en los estudios de usabilidad tradicionales, que suelen centrarse en la eficiencia técnica (Nielsen, 1993) sin profundizar en cómo el diseño puede ser utilizado como una herramienta de persuasión asimétrica orientada a la explotación de sesgos cognitivos y a la retención económica involuntaria del jugador

En base a los estudios previos sobre el diseño audiovisual, la experiencia de usuario y el comportamiento de los jugadores en casinos digitales, esta investigación buscará cubrir una vacancia clave, comprender cómo las estrategias de diseño de experiencia de usuario (UX) y la usabilidad implementada en las interfaces inciden en la generación de retención e interés en los usuarios de plataformas de juego en línea. A diferencia de estudios anteriores que se centran en aspectos generales del diseño o en las teorías de consumo, esta tesis adopta un enfoque sistémico y de diseño centrado en el usuario. Esta perspectiva permite entrelazar de manera articulada la psicología del diseño siguiendo a Donald Norman, el pensamiento visual de Rudolf Arnheim y la semiótica, abordando la interfaz no como una suma de elementos aislados, sino como un ecosistema dinámico e integral donde los estímulos audiovisuales operan en conjunto para construir el interés y la permanencia del jugador.

El aporte original de este trabajo radica en su evaluación detallada de cómo los elementos de experiencia de usuario no sólo retienen a los usuarios, sino que también construyen un sentido de pertenencia que fomenta la continuidad del juego. Esto permitirá aportar una visión crítica y profunda sobre el papel de las plataformas de juego en la creación de lealtad, contribuyendo así a la discusión sobre la ética del diseño en el contexto de los casinos digitales.

El marco teórico de este trabajo se basa en una combinación de teorías de la comunicación y del diseño audiovisual. La teoría del diseño UX, como lo plantean autores como Nielsen (1993) y Don Norman (2004), es fundamental para entender cómo las plataformas digitales estructuran sus interfaces para mejorar la experiencia del usuario. Los casinos digitales son un excelente ejemplo de cómo el diseño UX puede ser utilizado para optimizar la interacción del usuario, creando interfaces que no sólo sean visualmente atractivas, sino que también fomenten la participación continua.

Arnheim (1954), en su obra sobre percepción visual, sostiene que el diseño visual no es sólo una cuestión estética, sino que tiene un profundo impacto en la forma en que los usuarios interpretan y experimentan su entorno. Esta idea es especialmente relevante en el contexto de los casinos digitales, donde los elementos visuales están diseñados no sólo para atraer la atención del usuario, sino también para manipular sus percepciones de tiempo y riesgo, generando una experiencia inmersiva que fomenta la repetición del comportamiento.

El concepto de mediación propuesto por Martín-Barbero (1987) es crucial para entender cómo los usuarios de casinos digitales interactúan con las plataformas. Barbero argumenta que las mediaciones en los medios de comunicación no son simples procesos técnicos, sino que implican complejas interacciones culturales y políticas. En el caso de los casinos digitales, estas mediaciones se manifiestan en la forma en que los usuarios interpretan los elementos visuales y sonoros, y cómo estos elementos influyen en su comportamiento de juego.

La noción de mediación cultural propuesta por Martín-Barbero (1987) resulta clave para comprender el rol de las interfaces en los entornos digitales. Para el autor, las mediaciones no son simples canales a través de los cuales circula la información, sino espacios donde se configuran sentidos, prácticas sociales y modos de relación. En este marco, la interfaz actúa como un dispositivo que organiza la experiencia y articula significados culturales, moldeando cómo los usuarios interpretan, sienten y actúan en un entorno digital. Lejos de ser neutra, la interfaz condensa valores, lógicas económicas y estructuras simbólicas que influyen en los comportamientos de los usuarios.

Aplicado a los casinos digitales, este enfoque permite entender que la interfaz no solo facilita acciones como apostar o navegar, sino que también construye un clima emocional, define ritmos, jerarquiza estímulos y produce una narrativa interactiva que orienta la participación. Así, la interfaz se convierte en un escenario cultural donde se disputa el sentido del juego, la percepción del riesgo y la relación del usuario con el sistema.

Otro aspecto clave a analizar es la relación entre los medios de comunicación y la cultura popular. Stuart Hall (1984) señala que la cultura no es un elemento fijo o estático, sino que está en constante transformación a medida que los usuarios. En los casinos digitales, esta interacción es evidente en la forma en que los usuarios adoptan y adaptan los elementos culturales que se les presentan, resignificando según sus propios contextos y experiencias. Los medios de comunicación, como argumenta Hall, son espacios donde se producen y reproducen significados, y en el contexto de los casinos digitales, estos significados están profundamente ligados a las dinámicas de poder y control.

El design thinking, como metodología iterativa y centrada en el usuario, aporta un marco valioso para abordar el diseño de interfaces en los casinos digitales. Según Tim Brown (2009), uno de los principales teóricos del design thinking, esta metodología se basa en la empatía, la definición de problemas, la ideación, la creación de prototipos y la prueba de soluciones. Brown plantea que el design thinking permite abordar problemas complejos mediante soluciones empáticas, iterativas y centradas en las personas.

Para dotar de mayor solidez a esta noción de 'problemas complejos', resulta indispensable articular la visión metodológica de Brown con el andamiaje epistemológico de la teoría de la complejidad de Edgar Morin (1990);. Desde la perspectiva moriniana, la complejidad no es un mero sinónimo de complicación técnica, sino que refiere a un tejido de constituyentes heterogéneos inseparablemente asociados (Morin, 1990); un enfoque que rechaza el reduccionismo y exige pensar los fenómenos de manera multidimensional y sistémica. Al trasladar este postulado al ecosistema de los casinos digitales, se evidencia que el entorno de juego constituye, de facto, un sistema complejo donde convergen e interactúan simultáneamente factores cognitivos, estímulos audiovisuales, emociones humanas y lógicas de mercado.

En este contexto multidimensional, el *design thinking* permite a los diseñadores explorar no solo qué es lo que los usuarios necesitan para optimizar su experiencia, sino también cómo esta red entrelazada de interacciones visuales y auditivas puede influir en su comportamiento y emociones de manera integral en la misma línea, David Kelley y Tom Kelley (2013) sostienen que la innovación no radica sólo en el diseño visual o funcional, sino en la creación de experiencias holísticas que respondan a las motivaciones y hábitos reales de los usuarios.

La retención entendida como la capacidad de una interfaz para mantener al usuario activo dentro de una plataforma y la lealtad como el retorno voluntario y recurrente al sistema son dos conceptos clave en esta investigación. Aunque no son definidos explícitamente por Brown o Kelley, esta tesis los analiza mediante herramientas concretas como el cuestionario *System Usability Scale* (SUS), el *Net Promoter Score* (NPS), entrevistas semiestructuradas y observaciones directas en entornos de juego. Estas técnicas permiten relevar no sólo la usabilidad percibida, sino también los factores simbólicos, emocionales y funcionales que influyen en la permanencia del usuario en la plataforma. Así, se busca traducir los principios del *design thinking* en métricas observables de comportamiento, analizando qué elementos del diseño visual y sonoro favorecen la conexión emocional, qué

dinámicas motivan la repetición y cómo estos datos pueden ser iterativamente aplicados para optimizar la experiencia.

Al aplicar *desing thinking* en los casinos digitales, los diseñadores pueden crear interfaces personalizadas que no sólo atraen la atención de los usuarios, sino que también fomentan un sentido de pertenencia y lealtad al ofrecer una experiencia más emocionalmente resonante. Este enfoque no solo busca la funcionalidad del producto, sino también su capacidad para generar conexiones emocionales profundas con el usuario, lo que es crucial para el éxito en entornos de alto estímulo como los casinos digitales.

En el contexto de los casinos digitales, el *design thinking* también facilita una comprensión más ética del diseño de experiencias, al permitir a los diseñadores abordar las preocupaciones sobre la manipulación de los usuarios. Como argumenta Brown (2009), uno de los pilares fundamentales del *design thinking* es la ética, lo que implica que los diseñadores deben buscar soluciones que beneficien tanto a los usuarios como a las empresas. Esto es particularmente relevante en plataformas de juego, donde el diseño puede ser visto como una herramienta para fomentar comportamientos adictivos. El *design thinking* ofrece una vía para equilibrar las necesidades comerciales con el bienestar de los usuarios, lo que permite la creación de experiencias de juego responsables y sostenibles. De esta manera, el *design thinking* se convierte en una herramienta valiosa para esta investigación, ya que no solo facilita el diseño de interfaces más eficientes, sino que también proporciona un marco ético y empático para abordar las necesidades y comportamientos de los usuarios en los casinos digitales.

El diseño del comportamiento, o *Behavior Design*, formulado por Fogg (2003), estudia cómo las tecnologías digitales pueden influir deliberadamente en las acciones de los usuarios mediante la combinación de motivación, habilidad y disparadores. Su modelo establece que un comportamiento ocurre cuando estos tres elementos coinciden en un mismo momento, y sostiene que las interfaces pueden ser programadas para facilitar, inducir o automatizar conductas específicas. Desde esta perspectiva, los casinos digitales

emplean múltiples estrategias derivadas del *Behavior Design*: microdecisiones guiadas, automatización mediante auto-spin, recompensas intermitentes, señales visuales de urgencia o inminencia y estímulos sonoros que refuerzan la continuidad (ver figura 1). Estas tácticas no solo facilitan la acción, sino que moldean la percepción de control y generan la sensación de fluidez o “punto de continuidad” descrita por Schüll (2012). El aporte de Fogg permite comprender cómo el diseño UX en contextos de juego no se limita a organizar información, sino que incorpora mecanismos persuasivos orientados a sostener el comportamiento del usuario.

El análisis de los casinos digitales desde la perspectiva de la comunicación, el diseño y la experiencia de usuario (UX) revela la complejidad que envuelve las dinámicas de interacción de los usuarios en estas plataformas. A través del uso estratégico de elementos visuales y sonoros, estas plataformas digitales no sólo logran captar la atención de los usuarios, sino que también generan experiencias inmersivas que facilitan la participación continua, como lo expone Schell (2008). Al aplicar la teoría del diseño UX de Nielsen (1993) y Norman (2004), se observa cómo las interfaces de los casinos digitales están diseñadas para ser atractivas y fáciles de usar, generando una interacción continua que fomenta la permanencia de los usuarios.

El fichado visual realizado en esta investigación se sustenta en los principios establecidos por Jakob Nielsen (1993), cuyas heurísticas de usabilidad constituyen uno de los marcos metodológicos más robustos para evaluar interfaces digitales. Nielsen plantea que el análisis de sistemas interactivos debe apoyarse en la identificación visual de patrones de diseño, coherencias y rupturas en la jerarquía de la información, la retroalimentación del sistema, la visibilidad del estado y la consistencia interna de los elementos. Desde esta perspectiva, el fichado visual no se limita a describir componentes gráficos, sino que funciona como una herramienta analítica para detectar problemas de navegación, sobrecarga cognitiva, señales persuasivas y patrones repetitivos que influyen directamente en la experiencia del usuario.

Autores como Molich y Nielsen (1990) y posteriormente Dix et al. (2004) refuerzan que la observación estructurada de la interfaz permite vincular atributos visuales con comportamientos concretos del usuario, evidenciando cómo las decisiones gráficas y de interacción afectan la eficacia del diseño. En el contexto de los casinos digitales, este enfoque heurístico resulta especialmente relevante, ya que las interfaces no solo organizan la acción, sino que también integran estímulos visuales y sonoros destinados a mantener la continuidad de juego. De este modo, el fichado visual aplicado en esta tesis se enmarca en un modelo teórico validado internacionalmente, permitiendo analizar la interfaz como un sistema donde cada componente audiovisual participa en la configuración de la experiencia y la toma de decisiones del usuario.

El concepto de *diseño responsable* emerge como una respuesta a los desafíos éticos planteados por los sistemas digitales que influyen en la conducta de los usuarios. Desde esta perspectiva, el diseño debe considerar no solo la eficiencia y la experiencia estética, sino también las consecuencias sociales, emocionales y cognitivas de las decisiones tomadas en la interfaz. Autores como Blevis (2007) o Fry (2009) sostienen que un diseño responsable debe anticipar los posibles impactos del uso sostenido de un producto digital, promover prácticas saludables y evitar estructuras que puedan derivar en dependencia o perjuicio para el usuario. En el contexto de los casinos online, este enfoque adquiere especial relevancia dado que los entornos digitales amplifican la velocidad, accesibilidad e intensidad de la experiencia de apuesta. Aplicar los principios del diseño responsable implicaría incorporar límites visuales, herramientas de autocontrol, advertencias claras, pausas obligatorias o métricas de transparencia que contrarresten la lógica de estímulo constante. De este modo, el diseño se entiende como práctica socialmente situada y no como un ejercicio meramente instrumental.

Por otra parte, el diseño ético se enfoca en comprender y regular la relación entre las decisiones de diseño y los efectos que estas producen en la autonomía, el bienestar y la agencia de los usuarios. Para autores como Vallor (2016) o Floridi (2013), el diseño ético

implica reconocer que toda interfaz incorpora valores y que cada elección desde la ubicación de un botón hasta el ritmo de una animación puede potenciar o limitar la capacidad del usuario para tomar decisiones informadas. En los entornos de juego digital, el diseño ético exige evitar prácticas que manipulen la atención, exploten sesgos cognitivos o promuevan comportamientos compulsivos. Esto incluye el uso consciente de colores, la regulación del *feedback* positivo, la claridad de la información y la transparencia respecto del funcionamiento algorítmico. El diseño ético se presenta como un marco normativo que desafía la lógica de optimización de métricas (retención, tiempo de uso, *engagement*) y propone una mirada centrada en la protección del usuario y en la responsabilidad social del diseñador.

La gamificación se consolidó en la última década como una estrategia central dentro del diseño de experiencias digitales, entendida como la aplicación de elementos propios del juego recompensas, puntos, progresión, desafíos o retroalimentación inmediata- en contextos que no son estrictamente lúdicos (Deterding et al., 2011). Más allá de su dimensión técnica, diversos autores destacan su capacidad para activar motivaciones intrínsecas y extrínsecas a través de mecanismos psicológicos como la curiosidad, la expectativa o la percepción de progreso (Werbach y Hunter, 2012). En este sentido, la gamificación funciona como un dispositivo de regulación del comportamiento, capaz de orientar acciones, sostener la participación y generar estados de inmersión prolongada. En los entornos de juego digital, particularmente en los casinos online, estos mecanismos se potencian mediante ciclos de retroalimentación acelerados, recompensas intermitentes y estímulos audiovisuales que refuerzan la continuidad. Así, la gamificación deja de operar como un recurso motivacional inocuo y se convierte en un componente estructural que configura la experiencia, influye en la permanencia del usuario y articula expectativas afectivas que van más allá de la simple interacción funcional.

La noción de pertenencia simbólica puede comprenderse a partir de los aportes de los Estudios Culturales, que sostienen que los usuarios construyen su identidad y sus vínculos

a través de prácticas mediadas tecnológicamente. Según Stuart Hall (1997), los sujetos producen sentido a partir de los sistemas de representación, y estas representaciones -imágenes, interfaces, narrativas visuales- no solo organizan la experiencia, sino que también funcionan como anclajes identitarios. En la misma línea, Featherstone (1991) plantea que la cultura del consumo digital favorece la construcción de comunidades afectivas donde los usuarios experimentan formas de pertenencia que no dependen de la interacción física, sino de la participación repetida en entornos simbólicos compartidos. Esta perspectiva resulta especialmente pertinente para entender los casinos digitales, donde la interfaz, los estímulos visuales y los ciclos de recompensa crean un espacio de interacción que opera como una comunidad simbólica del juego. Así, la “pertenencia” no surge de vínculos sociales estables, sino de una continuidad emocional construida por el diseño, donde el usuario se reconoce dentro de un flujo de acciones y significados que lo integran al sistema.

La idea de arquitectura persuasiva proviene de la captología, término acuñado por B. J. Fogg (2003) para referirse al diseño de tecnologías orientadas a modificar actitudes y comportamientos. Fogg sostiene que las interfaces digitales pueden actuar como agentes persuasivos mediante disparadores visuales, simplificación de tareas y mecanismos de motivación que inducen acciones específicas. En plataformas intensivas como los casinos digitales, estos principios se materializan en ciclos rápidos de retroalimentación, recompensas intermitentes y automatización de decisiones, elementos que configuran una arquitectura diseñada para sostener la participación continua. Estudios posteriores, como los de Oinas-Kukkonen y Harjuma (2009), amplían este enfoque al mostrar cómo los sistemas persuasivos utilizan patrones visuales y cognitivos para aumentar la adhesión del usuario, mientras que Schüll (2012) evidencia cómo las máquinas de azar y por extensión sus versiones digitales emplean estos principios para inducir estados de flujo que mantienen al jugador inmerso. Desde esta perspectiva, los casinos online son entornos donde el diseño no solo organiza la navegación, sino que modela comportamientos

mediante estrategias persuasivas sofisticadas.

En resumen, los casinos digitales deben ser analizados no sólo en términos de su éxito en la captación y retención de usuarios, sino también en las implicaciones culturales, políticas y éticas de sus estrategias de diseño. Como sugiere Martín-Barbero (1987), estas plataformas tienen el poder de manipular significados y percepciones, creando nuevas formas de hegemonía en el ámbito digital. Sin embargo, al integrar principios del *design thinking*, es posible avanzar hacia un diseño más ético y centrado en el usuario, que tenga en cuenta tanto la experiencia del jugador como su bienestar general y que proponga una evolución responsable del diseño en esta industria.

La presente investigación adopta un enfoque cualitativo, centrado en la comprensión e interpretación de las experiencias de los usuarios en plataformas de casinos digitales y su relación con las estrategias de diseño implementadas. Este enfoque busca explorar cómo se construyen sentidos de pertenencia, lealtad y compromiso mediante recursos visuales y sonoros. Como sostiene Vasilachis (2006), el método cualitativo es privilegiado para interpretar experiencias singulares y los significados que los sujetos asignan a su entorno social, lo que permite captar dimensiones subjetivas y simbólicas que no podrían ser abordadas únicamente desde una perspectiva cuantitativa.

Las unidades de análisis de este estudio son, por un lado, las interfaces digitales de las plataformas seleccionadas; y por otro, los usuarios que interactúan con ellas. Las primeras serán analizadas mediante análisis visual y semiótico, mientras que los usuarios de estas plataformas serán contactados mediante entrevistas, observaciones y encuestas.

En cuanto a las variables que guían la recolección y el análisis de datos son la usabilidad percibida, el comportamiento del usuario durante la navegación, los elementos visuales y sonoros aplicados y la presencia de recursos heredados de los casinos físicos. Estas variables se descomponen en dimensiones e indicadores según la complejidad de cada una: algunas son observables y medibles como la jerarquía visual, los patrones de navegación, la tasa de éxito en tareas, el nivel de satisfacción y la presencia o ausencia de

estímulos auditivos o visuales.

Para la obtención de evidencia empírica se implementarán técnicas propias del campo del diseño UX y del método cualitativo y cuantitativo. Las principales herramientas utilizadas serán la observación estructurada a través de pruebas de usabilidad sobre los casos de estudio, el fichaje visual, la encuestas y de tipo SUS y, entrevistas exploratorias. Por otra parte, la observación estructurada o pruebas de usabilidad se centrará en el comportamiento de los usuarios al interactuar con las plataformas seleccionadas. Esta técnica permite registrar de forma sistemática patrones de navegación, tiempo de permanencia, errores, fluidez y repetición de tareas, facilitando el análisis del grado de eficacia de la interfaz. La población seleccionada está compuesta por usuarios de casinos digitales en Argentina, particularmente jóvenes adultos de entre 18 y 35 años con experiencia previa en el uso de estas plataformas y en casinos físicos.

La investigación se estructura en cuatro capítulos. En el primero se contextualiza el surgimiento y crecimiento de los casinos digitales. Se abordan sus antecedentes históricos desde los años '90 hasta la actualidad, destacando la evolución tecnológica (inteligencia artificial, criptomonedas, gamificación) y su impacto en la diversificación del mercado. También se analiza el contexto argentino y el rol de la pandemia como catalizador del crecimiento del juego online. Se presentan los casos de estudio: *Bet365*, *Stake* y *1xBet*.

En el segundo capítulo se profundiza en las estrategias visuales y de navegación implementadas por las plataformas para captar y retener a los usuarios. Se abordan principios de diseño UX/UI, el uso de la semiótica en las interfaces, y las diferencias y similitudes entre los recursos usados en casinos físicos y digitales. También se analiza cómo estas estrategias impactan en la participación y lealtad de los jugadores.

El capítulo 3 examina las herramientas y técnicas utilizadas para fomentar la participación continua al igual que da contexto a los casos de estudio y justifica el porqué de su elección. Incluye casos de éxito, la adaptación del rol del diseñador UX a las exigencias del mercado digital, y perspectivas futuras en el diseño de estas plataformas. Además, se aborda cómo

el diseño puede generar pertenencia, explorando sus implicancias éticas y sociales.

El Capítulo 4 desarrolla la discusión final del estudio, articulando los resultados empíricos con el marco teórico para analizar cómo las estrategias de diseño UX en los casinos digitales influyen en la inmersión, la retención y la construcción simbólica de la experiencia. El capítulo examina cuatro dimensiones centrales: la relación entre usabilidad y eficacia emocional; el papel del lenguaje audiovisual como estructura de inmersión; los mecanismos de gamificación como productores de continuidad y pertenencia; y las implicancias éticas del diseño persuasivo en la economía de la atención. Finalmente, el capítulo sintetiza los aportes teóricos y metodológicos del trabajo, destacando el rol de la interfaz como mediación cultural en los entornos digitales de juego.

Esta investigación ofrece un aporte original al campo del diseño UX y la comunicación digital al vincular de manera crítica y sistemática los elementos visuales y sonoros de los casinos digitales con la construcción de lealtad, pertenencia y participación continua de los usuarios. A diferencia de estudios previos centrados principalmente en la adicción (Schüll, 2012) o en aspectos técnicos de la usabilidad (Nielsen, 1993; Norman, 2004), Esta tesis aborda el fenómeno desde la visión de la complejidad, adoptando una perspectiva interdisciplinaria que articula la semiótica, los estudios culturales y el *design thinking*. Esta combinación permite llenar un vacío detectado en la literatura: la falta de estudios empíricos que analicen cómo los recursos de diseño, más allá de su función estética o funcional, actúan como generadores de vínculos emocionales duraderos entre los usuarios y las plataformas.

La contribución principal de esta investigación no radica únicamente en señalar que las estrategias de diseño UX pueden generar vínculos emocionales con los usuarios, aspecto ya ampliamente abordado por la literatura del campo, sino en demostrar cómo esas estrategias operan dentro del entorno particular de los casinos digitales, un territorio poco explorado en los estudios de diseño y comunicación. A partir del análisis de estas plataformas, se evidencia que la interfaz no sólo optimiza la usabilidad, sino que también

actúa como un dispositivo simbólico y cultural (Martín-Barbero, 1987) que reconfigura la experiencia del juego y las dinámicas de consumo, instaurando nuevas formas de permanencia y sentido de pertenencia digital.

Mediante el análisis comparativo de tres plataformas específicas, esta tesis pone en evidencia cómo distintas configuraciones de interfaz y diseño generan respuestas diversas en los usuarios. Este enfoque no sólo permite enriquecer el campo académico con datos empíricos y marcos conceptuales sólidos, sino que también abre la discusión sobre la ética del diseño en plataformas de entretenimiento. Así, el trabajo aporta a un área aún poco explorada en la bibliografía, la intersección entre diseño audiovisual, experiencia emocional y fidelización de usuarios en entornos de juego digital intensivo.

Capítulo 1. El fenómeno de los casinos digitales

El presente capítulo contextualiza el surgimiento y consolidación de los casinos digitales desde una mirada histórica y sociocultural, atendiendo tanto a sus antecedentes tecnológicos como a los cambios en las dinámicas de consumo del entretenimiento online. A partir del diálogo entre autores que abordan la evolución de las tecnologías interactivas como Piscitelli (2009) y Schüll (2012), junto con perspectivas críticas del consumo digital como Bauman (1998) y Baudrillard (1970), se busca comprender cómo los casinos online se transformaron en un ecosistema global que combina ocio, negocio y cultura digital.

En primer lugar, se reconstruye el recorrido de los casinos en línea desde los años noventa hasta la actualidad, marcando hitos como la incorporación de criptomonedas y plataformas móviles.

La transición de los casinos físicos a los entornos digitales implicó un cambio sustancial en la forma en que los usuarios se vinculan con el juego y con los espacios de ocio. Mientras los casinos tradicionales ofrecían una experiencia presencial, colectiva y sensorial atravesada por la arquitectura, la iluminación y la interacción social, las plataformas digitales trasladaron esa experiencia al plano de la interfaz, transformando el contacto físico en una relación mediada por la pantalla.

Este desplazamiento redefinió los hábitos de consumo: la acción de jugar dejó de asociarse con un espacio concreto y pasó a integrarse a la cotidianidad del usuario, disponible las veinticuatro horas desde cualquier dispositivo. Como plantea Schüll (2012), las máquinas de azar fueron diseñadas para inducir un estado de flujo continuo en el jugador, y esa lógica se intensificó en el entorno online, donde la inmediatez y la hiperconectividad refuerzan la inmersión.

Desde una perspectiva cultural, este proceso refleja lo que Bauman (1998) denomina la “liquidez del consumo”, prácticas flexibles, deslocalizadas y orientadas a la satisfacción instantánea. En los casinos digitales, el tiempo y el espacio pierden su anclaje físico y se reconfiguran en torno a la interacción audiovisual, generando un tipo de experiencia que,

aunque solitaria, se percibe como continua y accesible. La transformación no fue solo tecnológica, sino simbólica, el juego dejó de ser un evento ocasional y se convirtió en una práctica digital cotidiana, sostenida por la inmediatez del diseño y la eficacia del entorno virtual.

Luego se analiza el contexto argentino y el rol de la pandemia en la expansión del juego online, con datos recientes sobre crecimiento de usuarios y volumen de apuestas. Finalmente, se caracteriza al público objetivo de estas plataformas, considerando sus motivaciones, comportamientos y las estrategias de comunicación que los operadores utilizan para atraer a nuevas audiencias en un mercado cada vez más competitivo.

En el contexto argentino, el crecimiento del juego en línea se consolidó junto con una ampliación significativa del público participante. Según el Observatorio Argentino de Drogas (2020), el 67 % de las personas que apuestan en plataformas digitales son varones y la franja etaria más activa se ubica entre los 18 y los 35 años, con una participación sostenida en sectores urbanos y con acceso permanente a dispositivos móviles. Durante los años posteriores a la pandemia, la digitalización del entretenimiento favoreció la incorporación de nuevos jugadores ocasionales, particularmente jóvenes adultos y estudiantes universitarios que encontraron en el casino online una modalidad de ocio accesible y disponible las veinticuatro horas.

Informes recientes de la Lotería de la Provincia de Buenos Aires (2023) señalaron, además, un incremento del 35 % en el uso de plataformas de apuestas entre 2020 y 2022, acompañado por una diversificación de los hábitos de consumo, donde las apuestas deportivas, los juegos de azar instantáneos y las tragamonedas virtuales pasaron a compartir un mismo entorno interactivo. Esta caracterización permite comprender que la expansión del sector no fue solo tecnológica, sino también sociocultural, vinculada con nuevas formas de consumo digital y con la búsqueda de experiencias inmediatas y personalizables.

Esta reconstrucción resulta fundamental para comprender cómo evolucionaron los casinos digitales tanto a nivel global como en el contexto argentino, permitiendo situar el fenómeno dentro de las transformaciones culturales del entretenimiento y el consumo digital.

Al analizar sus antecedentes tecnológicos y comunicacionales, el capítulo establece las bases conceptuales necesarias para abordar en los capítulos siguientes el estudio del diseño UX y de las estrategias visuales que intervienen en la experiencia del usuario. De este modo, este primer capítulo cumple una función contextual y fundacional dentro de la investigación, ya que permite entender las condiciones históricas, sociales y tecnológicas que hicieron posible la emergencia del casino digital como nuevo espacio de interacción y mediación cultural

1.1. Antecedentes y evolución histórica

Los casinos digitales surgieron a mediados de los años '90, cuando Internet empezó a facilitar el acceso global a distintos servicios. En 1994, *Microgaming* lanzó Gaming Club, el primer casino en línea, abriendo la puerta a una nueva forma de juego desde casa, sin necesidad de acudir a un casino físico (Microgaming, 1994). Este avance fue un punto de inflexión en la historia de los juegos de azar.

Durante la década de 2000, el crecimiento de la banda ancha y las mejoras en la seguridad de transacciones impulsaron aún más la popularidad de los casinos en línea. Las plataformas comenzaron a expandirse rápidamente, con interfaces más atractivas y de fácil uso que captaron a una audiencia más amplia. La industria se diversificó con rapidez, ofreciendo desde juegos de mesa tradicionales como el póker y la ruleta hasta novedosas tragamonedas con efectos visuales y sonoros sofisticados, que intensificaron la experiencia de juego y su atractivo para los usuarios (Schüll, 2012). Otra parte importante en la evolución de los casinos digitales fue la implementación de los casinos en vivo a mediados de los años 2000. Estas plataformas, a través de streaming en alta definición, permitieron a los jugadores interactuar con crupieres reales en tiempo real, recreando de manera virtual

la experiencia física de un casino. El desarrollo de esta tecnología no solo mejoró la credibilidad de las plataformas, ya que muchos jugadores eran escépticos respecto a la imparcialidad de los juegos completamente automatizados, sino que también aumentó la participación al ofrecer una experiencia más inmersiva (Piscitelli, 2009).

El crecimiento exponencial de los casinos en línea no puede entenderse sin analizar el papel que juega la evolución tecnológica. En los últimos años, el desarrollo de tecnologías emergentes como la inteligencia artificial (IA), la realidad aumentada (AR) y la *blockchain* permiten que los casinos digitales ofrezcan experiencias más personalizadas y seguras. La IA, por ejemplo, se utiliza para analizar el comportamiento de los jugadores y ofrecer recomendaciones de juegos basadas en sus preferencias personales, lo que aumenta la retención de usuarios en las plataformas (Norman, 2004). De igual manera, el uso de criptomonedas en los casinos en línea facilita la participación de jugadores en jurisdicciones con restricciones legales sobre el juego. Plataformas como *Stake* y *Bet365* incorporan sistemas de pago con criptomonedas como Bitcoin y Ethereum, lo que permite a los usuarios realizar apuestas sin necesidad de intermediarios financieros tradicionales (Piscitelli, 2009). Esto no sólo amplía la accesibilidad de los casinos digitales, sino que también genera un mayor sentido de seguridad y privacidad para los jugadores, que pueden realizar transacciones de manera más anónima.

Por otro lado, la incorporación de elementos de gamificación ha sido un factor determinante en la retención de jugadores. Al ofrecer recompensas y logros por completar ciertos objetivos, los casinos en línea transforman el juego en una experiencia interactiva y social, que se asemeja más a un videojuego que a una actividad puramente azarosa (Schell, 2008). Esta evolución amplía el público objetivo de los casinos digitales, atrayendo a usuarios que anteriormente no se interesaban por los juegos de azar tradicionales, pero que ven en estas plataformas una forma de entretenimiento competitiva y emocionante.

1.2. Situación de los casinos digitales en Argentina

En los últimos años, la rápida expansión de los casinos digitales provocó un debate regulatorio en muchos países, donde las autoridades buscan equilibrar los beneficios económicos con los riesgos inherentes a esta actividad. En Argentina, este contexto adquiere una particularidad distintiva debido a su estructura política federal, que permite a cada provincia establecer sus propias regulaciones para los juegos de azar. Según Martínez y Durán (2020), esta autonomía provincial genera un escenario en el que las normativas varían considerablemente entre provincias, lo cual crea tanto oportunidades como desafíos para el sector de los casinos digitales. En algunas regiones, la regulación favorece el crecimiento de estas plataformas, mientras que, en otras, las restricciones o la ausencia de marcos claros dificultan su operación, generando un entorno regulatorio complejo y fragmentado.

Asimismo, en Argentina, el juego y las apuestas se regulan a nivel provincial, lo que resulta en un marco normativo fragmentado. A diferencia de países como España o Reino Unido, que tienen leyes nacionales unificadas para regular el juego en línea, en Argentina cada una de las 23 provincias y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires define su propia legislación en esta área (Martínez y Durán, 2020). Esto permite que algunas provincias, como Buenos Aires, Misiones y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, tengan regulaciones específicas para los casinos en línea. Un ejemplo es la Ley Provincial N°15.079 de Buenos Aires, aprobada en 2019, que otorga al Instituto Provincial de Lotería y Casinos la autoridad para licenciar y supervisar el juego en línea en su jurisdicción (Ley Provincial N°15.079, 2019). Sin embargo, muchas provincias aún no cuentan con regulaciones claras, lo que crea zonas de ambigüedad legal en el sector del juego digital.

En la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y en la Provincia de Buenos Aires, el juego en línea se legalizó formalmente en los últimos años, y ambas jurisdicciones avanzaron en la creación de licencias específicas para operadores de casinos digitales. En el caso de la Provincia de Buenos Aires, la actividad fue reglamentada mediante la Ley N.º 15.079 y su Decreto Reglamentario 181/2019, que establecieron un marco normativo para la

explotación del juego online bajo autorización provincial. En la Ciudad Autónoma, la Ley N.º 538 de Juegos de Apuestas (sancionada en el año 2000) y sus normas complementarias habilitaron la regulación de plataformas digitales, otorgando licencias a operadores que cumplan con estándares técnicos, fiscales y de protección de datos personales. Estas normativas no sólo buscan regular la actividad y asegurar la seguridad de las transacciones, sino también reducir el impacto de operadores no autorizados que podrían perjudicar a los consumidores (Loyola López, 2023).

Si bien las normativas provinciales marcaron un avance importante en la regulación del juego online en Argentina, el campo de la publicidad y la comunicación de las apuestas digitales continúa siendo un terreno poco delimitado. En los últimos años, la presencia de anuncios de casas de apuestas en redes sociales, transmisiones deportivas y plataformas de *streaming* se incrementó de manera exponencial, muchas veces sin un control efectivo sobre los públicos alcanzados.

Como advierte Loyola López (2023), las legislaciones vigentes no contemplan de forma integral la publicidad digital, lo que genera un vacío legal que permite a los operadores difundir mensajes que asocian el juego con el éxito, la destreza o la recompensa inmediata. Esta situación se agrava ante la dificultad de las autoridades para fiscalizar los contenidos publicitarios en entornos globalizados y algoritmizados, donde las campañas segmentadas pueden dirigirse a audiencias jóvenes sin mecanismos de verificación de edad.

En consecuencia, la regulación actual se muestra fragmentaria: mientras algunas jurisdicciones implementan normas restrictivas, otras mantienen marcos permisivos o inexistentes. Estas tensiones evidencian que el desafío regulatorio no radica solo en autorizar o prohibir el juego, sino en repensar la comunicación que lo legitima, situando el diseño y la experiencia digital como dimensiones clave para analizar el fenómeno.

Sin embargo, no todas las provincias han avanzado al mismo ritmo. Algunas, como Salta y Mendoza, iniciaron discusiones para regular el juego en línea, mientras que otras, como Córdoba y Santa Fe, aún no implementan una legislación específica. Esta disparidad crea

un vacío normativo que permite a muchas plataformas internacionales operar sin restricciones en gran parte del país, aprovechando la falta de regulación en ciertas áreas para ofrecer servicios de juego digital a usuarios argentinos sin una supervisión efectiva (Dans, 2021).

En comparación con otros países, Argentina presenta un escenario regulatorio menos uniforme y más fragmentado. En Reino Unido se implementó un modelo regulatorio centralizado bajo la Comisión de Apuestas que supervisa tanto los casinos físicos como las plataformas de juego en línea. Este organismo establece directrices estrictas sobre la publicidad, el diseño de las plataformas, la protección de los usuarios vulnerables y los procedimientos de verificación de identidad, asegurando un entorno de juego seguro y controlado para todos los usuarios (Williams, 2011).

Como contraparte, países como España y Malta desarrollaron marcos legales sólidos para el juego en línea, con licencias específicas que permiten a las plataformas operar bajo estricta supervisión. Según Piscitelli (2009), en España, la Dirección General de Ordenación del Juego regula el sector y supervisa el cumplimiento de los estándares establecidos en la Ley de Regulación del Juego. En Malta, la autoridad de Juegos (MGA) se destaca como una de las jurisdicciones más estrictas y avanzadas a nivel mundial. Estas normativas no sólo protegen al consumidor, sino que también garantizan que las plataformas contribuyan económicamente a sus respectivas jurisdicciones mediante la recaudación fiscal.

La fragmentación regulatoria en Argentina plantea desafíos significativos. En primer lugar, complica la recaudación fiscal de manera uniforme, ya que los operadores en línea tienden a evadir ciertos requisitos al instalarse en provincias con marcos normativos más laxos o sin regulación específica (Martínez y Duran, 2020). Esta dispersión regulatoria también genera inseguridad para los usuarios, quienes podrían quedar expuestos a plataformas sin supervisión ni garantías legales y sin mecanismos de protección adecuados para sus derechos como consumidores.

A pesar de estas limitaciones, el contexto actual también abre oportunidades importantes. La implementación de regulaciones provinciales permite a cada jurisdicción experimentar con enfoques distintos y adaptar sus normas a las realidades locales (Martínez y Duran, 2020). La experiencia de la Provincia de Buenos Aires, donde la legalización y regulación de los casinos digitales contribuyen a la recaudación de ingresos fiscales significativos, demuestra que los fondos generados pueden destinarse a programas de salud pública y bienestar social, fortaleciendo la economía local (Loyola López, 2023).

A medida que otras provincias argentinas evalúan cómo estructurar el marco regulatorio para los casinos digitales, la experiencia de jurisdicciones avanzadas puede ofrecer una referencia valiosa. La implementación de un marco regulador a nivel nacional podría aportar coherencia y uniformidad, estableciendo estándares de protección al consumidor que fomenten un entorno de juego seguro en todo el país (Cabot, 2021). Esta unificación normativa ayudaría a mitigar el impacto de plataformas internacionales sin regulación local y a promover un crecimiento más sostenible y controlado del sector de juego en línea en Argentina.

La situación de los casinos digitales en Argentina es cambiante y continúa en desarrollo. Dado el crecimiento sostenido del sector y su significativa contribución a la economía, es posible que más provincias opten por establecer regulaciones específicas para el juego en línea. Además, el debate sobre una regulación nacional uniforme podría cobrar mayor relevancia, en particular al considerar el éxito de modelos internacionales en los que la centralización facilitando un control más eficaz y mejorando la protección de los usuarios (Dans, 2021; Martínez y Duran, 2020).

1.2.1. Influencia de la pandemia en el auge de los casinos en línea

La pandemia de COVID-19 impactó de manera significativa en la economía global, afectando particularmente a la industria de los juegos de azar. Las restricciones de movilidad y el cierre de casinos físicos impulsaron a los usuarios a migrar hacia opciones

en línea, lo que generó un crecimiento considerable tanto en usuarios como en ingresos para los casinos digitales (Makarov y Plant, 2021). Durante este periodo, los casinos en línea se consolidaron como una de las principales fuentes de entretenimiento digital, adaptándose rápidamente a la creciente demanda de opciones de juego remoto y convirtiéndose en una alternativa frente a los casinos físicos (Gainsbury et al., 2021).

El distanciamiento social y la reducción de actividades presenciales, junto con el incremento en la digitalización de diversas industrias, promovieron el uso de plataformas de juego en línea. Según Loyola López (2023), este contexto aumentó el tiempo dedicado a plataformas digitales, especialmente entre quienes buscaban nuevas formas de interacción y entretenimiento desde sus hogares. En este sentido, el cierre de casinos físicos empujó a los usuarios a explorar alternativas en línea, siendo evidente este fenómeno en países como Argentina. La accesibilidad de los casinos digitales, disponibles las 24 horas del día, se convirtió en un atractivo clave para muchos usuarios. Además, las plataformas de juego en línea intensificaron sus estrategias de marketing para captar nuevos usuarios durante el confinamiento. Dans (2021) menciona que las campañas promocionales, que incluían bonos de bienvenida y giros gratuitos, resultaron efectivas para atraer a jugadores interesados en probar estas plataformas sin asumir grandes riesgos. Al familiarizarse con las interfaces y ofertas, muchos usuarios se mantuvieron activos en las plataformas, incrementando la base de usuarios y fortaleciendo la lealtad hacia estas opciones de entretenimiento digital.

En Argentina, la expansión de los casinos digitales se vio favorecida por la falta de una legislación unificada, como se mencionó anteriormente. lo que permite que cada provincia regule el juego de manera independiente. Esta fragmentación permite que múltiples plataformas internacionales operen en Argentina adaptándose a los marcos regulatorios provinciales cuando existen, creando una "dualidad en el control" que otorga mayor flexibilidad operativa Hernán Cuevas Valenzuela (2020).

La falta de regulación centralizada también facilita que muchas plataformas extranjeras operen en el país sin los mismos controles que en jurisdicciones con marcos legales más sólidos. Según Leiva (2023), esta situación permite que las plataformas utilicen sistemas de pago internacionales y criptomonedas, reduciendo la dependencia de entidades financieras locales y, en algunos casos, evadiendo las regulaciones fiscales. Además, la pandemia resaltó la necesidad de contar con regulaciones más coherentes que protejan a los usuarios, especialmente debido al riesgo de adicción al juego y sus efectos en la salud mental, exacerbados durante períodos de aislamiento prolongado (Dans, 2021).

El desarrollo tecnológico en los casinos digitales ha sido fundamental para su éxito. Estas plataformas emplean algoritmos de personalización y retención que adaptan la experiencia de usuario a los intereses específicos de cada jugador, mediante recomendaciones de juegos y ofertas basadas en su comportamiento anterior en la plataforma. Estas estrategias de diseño UX/UI aumentan la satisfacción del usuario y fomentan la lealtad a largo plazo, consolidando el papel de los casinos digitales como actores relevantes en el mercado global del entretenimiento.

1.2.2. Plataformas de juego en línea

Las plataformas de juego en línea ganaron relevancia en la industria del entretenimiento y los juegos de azar, marcando una evolución respecto a los casinos tradicionales. Su éxito se debe a la accesibilidad, la innovación tecnológica y su capacidad para adaptarse a las necesidades de los usuarios. Estas plataformas permiten a los jugadores acceder a juegos y apuestas desde cualquier lugar y en cualquier momento, eliminando las limitaciones físicas de los casinos convencionales (Dans, 2021). Desde el lanzamiento de Microgaming en 1994, el desarrollo de software, los avances en criptografía y la expansión de Internet impulsaron su rápida evolución (Schüll, 2012). En sus inicios, los juegos de casino en línea ofrecían una calidad limitada en gráficos e interactividad, y contaban con pocos juegos. Sin

embargo, el avance de las tecnologías digitales y el aumento de la velocidad de Internet permitieron mejorar significativamente la experiencia del usuario.

Actualmente, las plataformas de juego en línea no sólo compiten con los casinos físicos, sino que consolidaron su posición en el mercado mediante el uso de tecnologías como la inteligencia artificial (IA), la realidad virtual (VR) y la realidad aumentada (AR). Según Costa (2004), estas innovaciones permiten desarrollar interfaces avanzadas, algoritmos de recomendación personalizados y experiencias de juego cercanas a las de un casino físico, pero con un nivel de personalización que los casinos tradicionales no pueden igualar. Estas plataformas de juego en línea son clave en la industria del juego principalmente por su accesibilidad y conveniencia. Con solo un dispositivo y una conexión a Internet, los usuarios pueden acceder a una amplia variedad de juegos y apuestas en cualquier momento y lugar, integrando el juego fácilmente en su rutina diaria.

Según López (2020), esta flexibilidad amplía considerablemente el alcance del juego en línea, permitiendo que más personas participen sin las limitaciones de horario o ubicación propias de los casinos tradicionales. También estas plataformas ofrecen un entorno de juego más seguro y controlado, ya que están sujetas a regulaciones específicas en cuanto a la protección del usuario, la privacidad de los datos y la transparencia de las operaciones. La capacidad de las plataformas para implementar medidas de juego responsable, como límites de apuesta y recordatorios de tiempo de juego, es también un factor relevante que responde a las preocupaciones sociales sobre el juego y las posibles conductas adictivas (Bauman, 1998).

1.3. El jugador digital: características y comportamiento

El crecimiento de las plataformas de juego en línea transforma el perfil del jugador promedio, ampliando considerablemente la demografía de usuarios en estos espacios digitales. A diferencia de los casinos tradicionales, que suelen atraer a personas mayores en busca de experiencias presenciales, los casinos en línea captaron la atención de un

segmento joven, tecnológicamente informado y con interés en experiencias interactivas (Echeverría, 1999). Este cambio en el público objetivo refleja las transformaciones sociales impulsadas por la digitalización y la creciente influencia de la cultura digital que facilita el acceso y promueve la participación de nuevos usuarios en actividades de entretenimiento digital (Piscitelli, 2009).

Los usuarios de las plataformas de juego en línea comparten características distintivas, como su familiaridad con la tecnología y su preferencia por entornos de juego accesibles y personalizados. Estos jugadores valoran la conveniencia y flexibilidad, integrando el juego en su rutina diaria sin desplazarse a un lugar físico (Loyola Lopez, 2023). Este acceso se ve facilitado por el auge de dispositivos móviles y aplicaciones optimizadas, que permiten jugar en cualquier momento y lugar, promoviendo una dinámica de juego continua y repetitiva.

El perfil del jugador en línea también se define por diversas motivaciones que impulsan su participación. Como señala Echeverría (1999), la experiencia de juego en plataformas digitales ofrece entretenimiento con recompensas instantáneas, gráficos envolventes e interacción constante, generando una experiencia estimulante y, en algunos casos, adictiva. Muchos usuarios ven el juego en línea como una forma de escapar de la rutina, aliviar el estrés o socializar en entornos virtuales. Las plataformas responden a estas motivaciones con personalización masiva, ajustando interfaces y ofertas de juego según los intereses y hábitos de cada usuario.

Otra motivación relevante es la posibilidad de realizar microtransacciones o apostar con criptomonedas, como ocurre en plataformas como *Stake*. Esto atrae a usuarios jóvenes interesados en innovación financiera y economía digital, quienes consideran el uso de criptomonedas como una alternativa moderna y descentralizada a los métodos de pago tradicionales (Dans, 2021). A medida que crece el interés por la economía digital, las plataformas de juego en línea que integran estas tecnologías captaron a una audiencia que busca experiencias de juego alineadas con las tendencias actuales de consumo.

El comportamiento de los usuarios en plataformas de juego en línea está estrechamente relacionado con el diseño de las interfaces y las estrategias de retención que se aplican (ver figura 2). En este contexto, los elementos visuales y sonoros, junto con incentivos personalizados y mecanismos de recompensa continua, son fundamentales para retener a los jugadores. Como afirma Schüll (2012), el diseño de estos entornos digitales está orientado a maximizar la permanencia de los usuarios mediante experiencias inmersivas y, en algunos casos, adictivas. El diseño UX facilita una interacción intuitiva, mientras que elementos de gamificación, como niveles, logros y recompensas, fomentan una participación continua y elevan el compromiso de los jugadores.

Para los jugadores jóvenes, la gamificación y la interacción social en las plataformas son aspectos fundamentales. Estas características no sólo ofrecen recompensas en el juego, sino que también permiten a los usuarios interactuar y competir en tiempo real, fortaleciendo el sentido de comunidad y pertenencia. Según Kelley y Kelley (2013), las experiencias de juego que integran elementos sociales y de competencia son particularmente efectivas para mantener la lealtad de los usuarios, ya que generan una conexión emocional que los motiva a regresar.

A pesar de las numerosas ventajas que ofrecen las plataformas de juego en línea, también presentan riesgos que son estudiados por expertos. La accesibilidad, la conveniencia y el diseño atractivo de estas plataformas pueden propiciar comportamientos de juego problemático o adictivo, especialmente entre los jóvenes y personas vulnerables (Schüll, 2012). La exposición constante a elementos visuales atractivos y recompensas inmediatas incrementa el riesgo de un uso excesivo y compulsivo, con efectos negativos en la salud mental y financiera de los usuarios (ver figura 3). Dans (2021) advierte que la accesibilidad de estas plataformas hace necesario implementar mecanismos de juego responsable para proteger a los usuarios y reducir los riesgos de adicción. Estos mecanismos incluyen límites de tiempo de juego, recordatorios de apuestas y herramientas de autoexclusión. A pesar

de estos esfuerzos, persisten preocupaciones sobre el impacto de los casinos digitales en la salud de los jugadores, particularmente entre los más jóvenes.

1.3.1. Análisis demográfico de los usuarios de casinos digitales

El análisis demográfico de los usuarios de casinos en línea muestra un perfil variado que cambió a medida que estas plataformas se volvieron más accesibles y populares. A diferencia de los casinos físicos, que tradicionalmente atraen a un público adulto con ingresos medios o altos, los casinos digitales ampliaron su alcance a una audiencia diversa que incluye jóvenes y personas de diferentes clases sociales y regiones geográficas. Griffiths y Parke (2010) señalan que este cambio en la composición demográfica responde al avance de la digitalización y al uso masivo de dispositivos móviles, los cuales facilitan el acceso al juego en línea para usuarios de todas las edades y antecedentes (Dans, 2021). Estudios recientes señalan que el grupo demográfico más activo en las plataformas de juego en línea corresponde a adultos jóvenes entre 18 y 35 años. Este segmento representa una parte significativa de los jugadores en línea, debido a su familiaridad con la tecnología y su preferencia por experiencias digitales accesibles y flexibles (Gainsbury, 2015). Además, la mayor disponibilidad de dispositivos móviles y el acceso a internet de alta velocidad facilitan que el juego en línea forme parte de su rutina diaria, independientemente de su ubicación geográfica (Abarbanel y Gainsbury, 2019). Un aspecto relevante en el análisis demográfico es la expansión de los juegos de azar en línea a grupos socioeconómicos diversos.

Los bajos requisitos de ingreso en muchas plataformas digitales, especialmente en aquellas con modelo *freemium*, permiten el acceso de personas de diferentes niveles de ingresos. En Argentina, por ejemplo, la situación económica y el alto uso de Internet han hecho que sectores tradicionalmente excluidos de los casinos físicos, como los jóvenes de clase media y baja, se vuelvan usuarios frecuentes de casinos en línea (Martínez y Durán, 2020). La posibilidad de realizar apuestas pequeñas y el uso de métodos de pago

electrónicos eliminaron barreras que antes limitaban la participación, democratizando el acceso a estas plataformas.

El análisis demográfico también debe incluir la influencia del género en el consumo de juegos en línea. Tradicionalmente percibidos como una actividad masculina, los juegos de azar en plataformas digitales experimentaron una creciente participación femenina, especialmente en juegos menos competitivos y más orientados al entretenimiento, como las tragamonedas y el bingo (Schüll, 2012). Esto sugiere que los casinos en línea diversificaron su oferta para atraer a una audiencia femenina, lo cual representa un cambio significativo en comparación con los casinos físicos. En particular, la inclusión de mujeres en juegos online se observó relacionado con juegos que ofrecen interacción social con otros jugadores. El juego en línea brinda una experiencia de entretenimiento en un entorno privado y controlado, reduciendo el estigma que suele acompañar a las mujeres en juegos de azar presenciales (Echeverría, 1999).

A nivel generacional, los patrones de consumo de los usuarios de casinos en línea varían significativamente entre los distintos grupos de edad. Los usuarios jóvenes, que comprenden principalmente a los *millennials* y la generación Z, suelen preferir juegos interactivos y rápidos que se adapten a sus hábitos de consumo digital y a sus expectativas de recompensas inmediatas. Este grupo está especialmente atraído por las plataformas que integran funciones de gamificación y elementos sociales (ver figura 4), como la posibilidad de competir con amigos o ganar premios instantáneos (Piscitelli, 2009). La integración de estas funciones hace que los usuarios jóvenes perciban el juego como una extensión de su vida digital, un espacio donde pueden relajarse y entretenerse sin salir de sus entornos en línea.

Por otro lado, los jugadores mayores de 35 años suelen mostrar una preferencia por juegos de azar tradicionales, como el póker y la ruleta, y están menos interesados en los elementos sociales y de gamificación. Griffiths (2003) señala que estos usuarios buscan experiencias de juego que se centren en la estrategia y en la oportunidad de obtener

ganancias monetarias, más que en la interacción social o la competencia. Esta diferencia generacional en las preferencias de juego subraya la importancia de la segmentación en el diseño y la oferta de las plataformas de casinos digitales, ya que permite a las empresas adaptar sus interfaces y su catálogo de juegos a las expectativas de cada grupo.

En términos de concentración geográfica, el acceso a casinos en línea varía considerablemente entre regiones, con una mayor presencia en áreas urbanas donde la infraestructura de internet es más avanzada. En países como Argentina, esta distribución geográfica refleja las disparidades de acceso a la tecnología, donde el juego en línea es más popular en ciudades y centros urbanos (Martínez y Durán, 2020). Sin embargo, el desarrollo de redes móviles y la expansión de la conectividad en áreas rurales están permitiendo que un número cada vez mayor de personas en regiones remotas acceda a estas plataformas. La naturaleza global de las plataformas de juego en línea, como *Bet365* y *1xBet*, permite que jugadores de diferentes países interactúen en una misma plataforma, lo que contribuye a la creación de una comunidad global de jugadores. Esta comunidad global no sólo facilita el acceso a juegos de azar, sino que también promueve el intercambio cultural y la diversidad en los estilos de juego y preferencias, enriqueciendo la experiencia del usuario (Williams, 2011).

1.3.2. Campañas publicitarias de *influencers*

En los últimos años, las campañas publicitarias de *influencers* adquieren una relevancia significativa en la promoción de casinos digitales. Como destacan Martínez y Durán (2020), este fenómeno permite que las plataformas de juego en línea se posicionen de manera más efectiva entre audiencias jóvenes, aprovechando la confianza que los seguidores depositan en sus figuras públicas favoritas.

Los *influencers*, con su habilidad para comunicar de manera auténtica y directa, transformaron la relación entre las marcas de casinos y sus potenciales usuarios. Así, estos colaboradores facilitan el acceso a nuevas audiencias y aumentan la participación de

usuarios en estas plataformas, generando un impacto positivo en la visibilidad y la aceptación de los casinos digitales entre los sectores jóvenes. La clave del éxito de las campañas de *influencers* radica en la confianza y el sentido de comunidad que estos personajes generan con su audiencia.

Según estudios recientes en marketing digital (Cartwright, 2022), los seguidores perciben a los *influencers* como figuras cercanas y confiables, a menudo más que los anuncios tradicionales. Esta percepción permite que las recomendaciones realizadas por los *influencers* tengan una influencia considerable en el comportamiento de sus seguidores. En el contexto de los casinos digitales, estos sujetos actúan como validadores de estas plataformas, eliminando o minimizando el estigma asociado con el juego en línea y normalizando su participación como una actividad recreativa común.

La validación social juega un papel crucial en la participación en los casinos digitales, especialmente entre audiencias jóvenes, como se vio anteriormente. Rogers (2019) sostiene que al asociarse con *influencers*, las plataformas de juego pueden aprovechar el fenómeno de la influencia social, donde los usuarios tienden a imitar el comportamiento de figuras a quienes admiran o consideran modelos a seguir. Este tipo de asociación aumenta la probabilidad de que los seguidores se registren en las plataformas recomendadas por sus *influencers* favoritos, motivados por el deseo de compartir experiencias y comportamientos similares. Además, los casinos digitales implementan estrategias de marketing innovadoras a través de campañas con estos personajes. Martínez y Duran (2020) destacan que estas campañas suelen incluir elementos como la gamificación y promociones exclusivas, donde los *influencers* ofrecen códigos promocionales únicos para sus seguidores, proporcionando bonos de bienvenida, giros gratuitos o descuentos especiales no disponibles para otros usuarios. Estas ofertas generan un sentido de urgencia y de oportunidad, incentivando a los seguidores a probar la plataforma con beneficios adicionales.

La gamificación ocupa un lugar dentro de los parámetros de las campañas de *influencers* también es una técnica eficaz. Algunos *influencers* realizan demostraciones en vivo de juegos en las plataformas, mostrando sus ganancias, progresos y estrategias (ver figura 5). Estas demostraciones no sólo generan curiosidad e interés en la audiencia, sino que también refuerzan la idea de que el juego en línea es accesible. De este modo, los *influencers* presentan el juego en línea no sólo como una actividad individual, sino como una experiencia de entretenimiento colectiva en la que sus seguidores pueden participar y compartir.

Las campañas de *influencers* en casinos digitales tienen un fuerte atractivo entre audiencias jóvenes, un segmento demográfico que a menudo es más susceptible a la influencia de figuras públicas en las redes sociales. Según López (2022), las personas jóvenes están más predispuestas a seguir las recomendaciones de *influencers* debido a su frecuente consumo de contenido en plataformas como Instagram, YouTube y TikTok. Esto representa una ventaja para los casinos en línea, ya que pueden capturar un mercado joven y en crecimiento a través de una estrategia que integra el entretenimiento con el juego. No obstante, esta estrategia plantea consideraciones éticas importantes. La promoción de juegos de azar a audiencias jóvenes, especialmente a través de *influencers*, puede aumentar el riesgo de comportamientos problemáticos, ya que los jóvenes suelen ser más vulnerables a la adicción al juego y a la influencia de la publicidad persuasiva. Autores como Dans (2021) advierten que, aunque los influencers y las plataformas de juego pueden ser económicamente beneficiados por estas campañas, es fundamental que se tomen medidas de protección al consumidor para evitar la promoción irresponsable de prácticas de juego entre usuarios susceptibles.

El uso de *influencers* para la promoción de casinos digitales también enfrenta el escrutinio de reguladores y defensores de los derechos del consumidor. En algunos países, las autoridades comenzaron a implementar regulaciones más estrictas sobre cómo los *influencers* pueden promocionar productos y servicios relacionados con el juego. Estas

regulaciones exigen que los *influencers* informen de manera clara y transparente que su contenido es patrocinado, y que se tomen medidas adicionales para garantizar que las campañas de publicidad de casinos no sean dirigidas a menores de edad ni a usuarios vulnerables (Martínez y Durán, 2020).

Estos *influencers* también tienen la responsabilidad ética de considerar el impacto que sus promociones pueden tener en sus audiencias. Al asociarse con casinos digitales, deben ser conscientes de que están promoviendo una actividad que, si bien es legal, puede tener efectos perjudiciales en ciertos individuos. Algunos defensores de la ética en redes sociales sugieren que los *influencers* deberían evitar promocionar productos y servicios que puedan tener un impacto negativo en su audiencia, o al menos abordar el tema con transparencia y responsabilidad (Rogers, 2019).

Las campañas publicitarias en el contexto de los casinos digitales demostraron ser una herramienta poderosa para atraer a audiencias jóvenes, aumentar la participación y normalizar el juego en línea como una forma de entretenimiento socialmente aceptada. Sin embargo, esta estrategia de marketing plantea desafíos éticos y regulatorios que no pueden ignorarse (ver figura 6). La influencia ejercida, combinada con la falta de regulación adecuada en muchos mercados, puede crear un entorno donde los usuarios jóvenes están expuestos a riesgos de comportamiento problemático y adicción.

El recorrido histórico y sociocultural presentado en este capítulo permitió comprender que el surgimiento de los casinos digitales no fue un hecho meramente tecnológico, sino el resultado de una convergencia entre innovación, regulación, consumo y cultura digital. La expansión de estas plataformas en Argentina reveló un fenómeno complejo, en el que la inmediatez, la accesibilidad y la deslocalización transformaron los modos de ocio y las prácticas de apuesta tradicionales.

Asimismo, el análisis del marco normativo y del perfil de los usuarios evidenció tensiones entre la regulación local y la dinámica global de la industria, junto con una creciente incorporación de públicos jóvenes y urbanos. Estos hallazgos constituyen la base para el

capítulo siguiente, donde se profundiza en las estrategias de diseño UX y los recursos visuales y sonoros que las plataformas emplean para consolidar la inmersión y la fidelización de los usuarios dentro del entorno digital.

Capítulo II: Estrategias de diseño en casinos digitales

Este capítulo examina las estrategias de diseño UX/UI que estructuran la experiencia del usuario en los casinos digitales, considerando su dimensión funcional, estética y simbólica. Retomando aportes de Norman (1988), Nielsen (1993) y Costa (2004), junto con enfoques semióticos y culturales como los de Echeverría (1999) y Hall (1984), se busca analizar cómo los elementos visuales y sonoros de las interfaces generan entornos inmersivos que estimulan la permanencia del jugador.

En primer lugar, se abordan los principios de diseño y los patrones de navegación aplicados en las interfaces, identificando los recursos que facilitan la usabilidad y fomentan la retención. Posteriormente, se profundiza en la función de la semiótica para comprender cómo los signos, símbolos y códigos visuales operan en la construcción de sentido dentro de estas plataformas. Por último, se integran los aportes de la gamificación como estrategia de participación continua, evaluando su impacto en la fidelización de los usuarios y en la creación de un sentido de pertenencia a la comunidad digital del casino.

En la actualidad, las estrategias de diseño UX se sustentan en metodologías centradas en el usuario que priorizan la empatía, la iteración y la resolución creativa de problemas. Entre ellas, el enfoque de *Design Thinking* ocupa un lugar central al proponer un proceso basado en la comprensión profunda de las necesidades de los usuarios y en la generación de soluciones innovadoras que integren funcionalidad y emoción. Según Brown (2008), este enfoque “busca combinar la sensibilidad del diseñador con las necesidades de las personas y las posibilidades tecnológicas para generar valor” (p. 86). Este modelo metodológico, estructurado en las etapas de empatizar, definir, idear, prototipar y testear, resulta especialmente pertinente para analizar las interfaces de los casinos digitales, donde el diseño no se limita a la eficiencia técnica, sino que busca provocar respuestas sensoriales y conductuales. En este sentido, las plataformas aplican principios propios del pensamiento de diseño al desarrollar experiencias inmersivas que conectan con las motivaciones y emociones del jugador, ajustando sus recursos visuales y de navegación

en función de los patrones de interacción observados. La lógica iterativa *del Design Thinking* se refleja en la constante optimización de los entornos de juego que incorporan actualizaciones y pruebas A/B para evaluar la respuesta de los usuarios y perfeccionar los mecanismos de retención.

Del mismo modo, las metodologías centradas en el usuario promueven una visión integral del diseño como proceso de mediación entre la tecnología y la experiencia humana. Norman (2004) sostiene que una interfaz eficaz debe “hacer visibles las acciones y sus resultados, reduciendo la carga cognitiva para permitir que el usuario se concentre en su objetivo” (p. 31). Desde una perspectiva complementaria, Nielsen (1993) plantea que la usabilidad depende de la facilidad de aprendizaje, la eficiencia y la satisfacción, factores que en conjunto determinan la calidad de la experiencia interactiva. En el contexto de los casinos digitales, esta perspectiva se materializa en la disposición jerárquica de los elementos, la coherencia visual entre secciones y la retroalimentación inmediata ante cada acción. De esta manera, el diseño UX no solo responde a criterios funcionales, sino que se convierte en una estrategia emocional y cognitiva que busca mantener al jugador dentro del flujo interactivo y fortalecer su vínculo con la plataforma.

2.1. Principios de diseño aplicados a interfaces de casinos digitales

El diseño de interfaces en casinos digitales es una de las herramientas más influyentes para guiar el comportamiento del usuario, generar experiencias fluidas y reforzar la permanencia en la plataforma. En estos entornos, el diseño no se limita a cuestiones estéticas o funcionales, sino que participa activamente en la creación de un ecosistema interactivo que estimula la participación continua. A diferencia de otros sitios web o aplicaciones móviles, donde los objetivos pueden variar desde la información hasta la transacción, en los casinos digitales el diseño se orienta casi exclusivamente a captar y retener la atención del usuario. Por lo tanto, la aplicación de principios del diseño de experiencia de usuario (UX) es no sólo necesaria, sino estratégica.

Uno de los primeros principios a considerar es la visibilidad del estado del sistema, definido por Norman (2013) como la capacidad que tiene una interfaz para mantener informado al usuario acerca de lo que está ocurriendo, a través de respuestas visuales y auditivas inmediatas. En los casinos digitales, esto se materializa en elementos como barras de carga animadas, luces parpadeantes al ganar, sonidos que acompañan cada acción y marcadores de progreso, como multiplicadores o niveles (ver figura 5). La visibilidad, en este sentido, contribuye a la percepción de control, generando un entorno donde el jugador siempre sabe lo que está sucediendo, sin necesidad de realizar grandes esfuerzos cognitivos para interpretar el funcionamiento del sistema.

Otro principio fundamental es el de consistencia. Jakob Nielsen (1995) afirma que los usuarios no deberían preguntarse si distintas palabras, acciones o íconos significan lo mismo; la consistencia reduce la carga cognitiva y aumenta la previsibilidad. En los casinos digitales, esta regla se aplica a través de patrones visuales estandarizados como botones ubicados en lugares comunes, códigos de color que indican tipos de apuestas y estructuras similares en juegos de distintas categorías lo que permite que el usuario aprenda una vez y luego transfiera ese conocimiento a otras secciones del sitio (ver figura 7). Esta previsibilidad no sólo mejora la usabilidad, sino que construye una experiencia más cómoda, reduciendo fricciones que podrían provocar el abandono de la plataforma.

Asimismo, el principio de *affordance*, ampliamente desarrollado por Donald Norman (2004), resulta clave para estos entornos. Una interfaz eficaz debe mostrar cómo se utiliza, sin necesidad de instrucciones explícitas. En los casinos digitales, esto se refleja en botones que parecen “clickeables” por su forma y relieve, en íconos con metáforas visuales claras (como monedas, dados o ruletas), o en animaciones que sugieren que algo está por suceder. El *affordance* bien aplicado convierte la interfaz en un espacio intuitivo, donde la acción se vuelve casi automática, lo que es especialmente efectivo en entornos donde las decisiones son veloces y repetitivas. La retroalimentación inmediata es otro pilar central del diseño UX.

Según Cooper, Reimann y Cronin (2014), cada acción del usuario debe tener una respuesta visible o audible, confirmando que el sistema ha recibido e interpretado la orden. Esta respuesta puede ser una animación, un sonido de campanas, un cambio de color o incluso una vibración en los dispositivos móviles. En los casinos, este principio se convierte en una herramienta de reforzamiento conductual, donde la retroalimentación no sólo informa, sino que motiva a continuar. Cuando un jugador gana una partida o accede a un bonus, la interfaz celebra esa acción, intensificando el valor emocional del evento y generando lo que la psicología conductista denomina un refuerzo positivo. También es indispensable aplicar correctamente la jerarquía visual, que define qué elementos son más importantes en la pantalla y en qué orden deben ser percibidos.

Según Travis y Hodgson (2019), la jerarquía visual se establece mediante el uso de color, tamaño, tipografía y ubicación. En una plataforma de casino digital, las llamadas a la acción (como “apostar”, “jugar”, “obtener bono”) deben destacarse frente a otros elementos secundarios. Este principio no sólo facilita la navegación, sino que dirige el comportamiento del usuario de manera estratégica. Por ejemplo, los colores cálidos como el rojo o el naranja, usados en promociones o botones principales, generan urgencia y deseo, mientras que los fondos oscuros minimizan distracciones y potencian el enfoque en los elementos clave.

El principio de minimización del error, también formulado por Nielsen (1995), cobra especial relevancia en contextos donde los usuarios toman decisiones financieras en tiempo real. La interfaz debe prevenir errores antes que corregirlos, limitando las posibilidades de que el usuario haga clic en una opción equivocada. En este sentido, muchas plataformas utilizan confirmaciones antes de apuestas grandes, deshabilitan botones hasta que se completen ciertos pasos y establecen límites visuales claros para separar juegos de distinta complejidad o riesgo.

Un principio adicional que resulta particularmente influyente en el caso de los casinos digitales es el de estética funcional. Frost (2016) plantea que un buen diseño no es sólo

visualmente atractivo, sino que cada elemento debe tener una razón de ser. La estética en los casinos digitales no solo busca belleza, sino que construye ambientaciones temáticas lujosas, fantásticas o futuristas que generan atmósferas de inmersión. Esta atmósfera no es neutral dado que condiciona la experiencia emocional del usuario, evoca el glamour del juego presencial y refuerza el sentido de pertenencia, especialmente en usuarios frecuentes. Finalmente, no se puede omitir que todos estos principios deben aplicarse respetando los estándares de accesibilidad y diversidad de dispositivos. Tal como señalan Vidal y Martin (2019), el diseño UX en entornos multidispositivo debe considerar no solo diferentes resoluciones de pantalla, sino también niveles de destreza tecnológica, limitaciones visuales y conectividad variable. El diseño responsivo, en este sentido, se vuelve una obligación ética además de técnica.

En conclusión, los principios de diseño aplicados a las interfaces de casinos digitales no son un conjunto de normas estáticas, sino estrategias dinámicas que inciden directamente en la percepción, la interacción y el comportamiento del usuario. Al ser implementados de forma coordinada, estos principios contribuyen a crear experiencias envolventes, intuitivas y emocionalmente significativas, donde el diseño se convierte en una herramienta de fidelización tan poderosa como cualquier recompensa monetaria.

2.1.1 Patrones de diseño y navegación utilizados para atraer y mantener la atención de los usuarios

Los patrones de diseño y navegación funcionan como esquemas repetitivos dentro de las interfaces digitales, facilitando la organización y orientando la experiencia del usuario. En el entorno de los casinos en línea, estas estructuras cumplen un rol que va más allá de la simple usabilidad, buscan capturar la atención del jugador y mantenerlo inmerso en el sistema durante el mayor tiempo posible. Con el tiempo, el diseño de interacción ha evolucionado hasta convertir muchas de estas estrategias en mecanismos persuasivos

complejos, donde se entrelazan arquitectura de la información, recursos visuales y dinámicas conductuales.

Uno de los patrones más frecuentes en este contexto es la navegación gamificada que transforma el recorrido del usuario en una experiencia progresiva similar a la de un videojuego. Esta modalidad incorpora elementos como niveles, misiones, barras de avance y logros desbloqueables. Como señala Schell (2008), estas estructuras no sólo motivan al jugador, sino que refuerzan su sensación de estar transitando una trayectoria continua. Asimismo, se observa una implementación constante de menús deslizables, pestañas organizadas y rutas de acción cíclica como “bono, apostar desbloquear, volver a apostar” que dirigen al usuario hacia comportamientos repetitivos, aumentando su exposición y permanencia.

A esto se suma una jerarquía informativa diseñada con intención de destacar zonas de interés empresarial como apuestas rápidas, tragamonedas populares, promociones urgentes y juegos en vivo. El *scroll* infinito, los *jackpots* que se actualizan en tiempo real y los *banners* emergentes personalizados son patrones orientados a interrumpir y redirigir la atención de forma continua (ver figura 29). De acuerdo con Hall y Bannon (2006), este tipo de fragmentación responde a una lógica de estimulación cognitiva constante, pensada para mantener la excitación del usuario y evitar la fatiga mental.

La estrategia de diseño en los casinos digitales no se limita a patrones amigables o neutros. También es común la adopción sistemática de patrones oscuros *dark patterns*, definidos por Brignull (2010) como mecanismos de diseño deliberadamente engañosos que buscan empujar al usuario hacia decisiones que de otro modo no tomaría. Estos patrones, integrados de forma casi imperceptible en la interfaz, crean una experiencia que, aunque fluida en apariencia, en realidad reduce la autonomía del jugador y fomenta la exposición continua al juego.

Entre los más utilizados destaca el patrón de “interrupción forzada”, que lanza ventanas emergentes con recompensas, giros gratis o bonos (ver figura 9). cuando el usuario intenta

cerrar sesión o abandonar el sitio (ver figura 10). Esta táctica explota el efecto FOMO (Fear of Missing Out), interfiriendo con la intención de salir. Otro caso frecuente es el patrón de “camuflaje”, que esconde funciones críticas como el cierre de cuenta bajo múltiples capas de navegación o con botones de baja visibilidad. El patrón de “*confirmshaming*” también es habitual, que consiste en inducir a culpa o malestar al usuario que decide rechazar una oferta, con frases como “No quiero aprovechar este bono” o “Prefiero perder esta oportunidad”. Aunque desde el marketing conductual estas prácticas resultan eficaces, su aplicación en contextos de juego plantea serias cuestiones éticas, especialmente cuando se dirigen a públicos vulnerables o personas con antecedentes de ludopatía (Schüll, 2012). De este modo, la interfaz deja de ser un medio neutral de interacción para convertirse en un dispositivo de influencia directa sobre la conducta del usuario. Como plantea Eyal (2014), los productos digitales más exitosos se construyen para generar hábitos, y en los casinos digitales estos hábitos se refuerzan a través de recompensas intermitentes, estímulos visuales y sonoros, y recorridos que invitan al jugador a regresar una y otra vez, incluso tras haber perdido.

Por otro lado, el patrón de navegación circular representa otro rasgo característico: la falta de una jerarquía clara en la arquitectura genera una sensación de bucle, donde cada acción lleva a una nueva oferta o promoción. El final de la experiencia queda perpetuamente aplazado, generando lo que Norman (2013) denomina “fricción cognitiva mínima con recompensa máxima”, un sistema en el cual cada clic representa una nueva oportunidad, dificultando la decisión de abandonar el entorno. Los patrones de diseño y navegación en los casinos digitales no son herramientas neutras ni inocentes dado que se configuran como sistemas estratégicamente diseñados para captar, dirigir y retener la atención del usuario. Aunque su eficacia en términos de retención es innegable, estas decisiones de diseño deben ser examinadas críticamente por sus implicancias éticas, especialmente cuando el objetivo de maximizar la permanencia compromete el bienestar cognitivo y emocional de los jugadores.

Es precisamente en esta frontera ética donde Brignull (2023) introduce el concepto de *Deceptive Patterns* definiéndolos como tácticas estructuradas en el diseño que benefician a la plataforma en detrimento del usuario. En la misma línea, Gray et al. (2023) complementan esta noción desde la disciplina de la Interacción Humano-Computadora, señalando que los *Dark Patterns* están elaborados específicamente para subvertir o perjudicar la autonomía de decisión del individuo. Aplicado a los casinos digitales, esto evidencia que las estrategias visuales y de navegación adquieren un carácter coercitivo, transformando el diseño de interfaz en una herramienta de persuasión asimétrica

2.2. Semiótica y elementos visuales en casinos digitales

En el entorno de los casinos digitales, la interfaz no es un simple vehículo técnico de interacción, sino una construcción discursiva que organiza visual y simbólicamente la experiencia del usuario. Desde una perspectiva semiótica, estos espacios están compuestos por sistemas de signos que median la relación entre el jugador y el juego, estructurando un universo simbólico que da sentido a cada acción dentro de la plataforma. La semiótica, entendida como la disciplina que estudia los procesos de significación, permite analizar cómo los elementos visuales en estas interfaces no solo informan, sino que persuaden, emocionan y condicionan la conducta del usuario. Umberto Eco (1976) sostiene que todo fenómeno cultural puede leerse como un texto compuesto por signos, y que estos signos no remiten necesariamente a un significado universal, sino que se inscriben en un contexto social e histórico que moldea su interpretación. En este sentido, los casinos digitales funcionan como máquinas semióticas que traducen el azar en narrativa visual, animaciones, íconos, colores y tipografías no solo cumplen una función estética, sino que están diseñados para construir un relato de expectativa, fortuna y recompensa constante.

Roland Barthes (1964) había advertido que las imágenes, lejos de ser transparentes, operan como discursos ideológicos que naturalizan valores y conductas. En los casinos

digitales, la visualidad asociada al éxito cofres de oro, fuegos artificiales, diamantes, multiplicadores luminosos constituye una mitología que articula símbolos de riqueza y gratificación inmediata, operando como un sistema de seducción visual (ver figura 11). Cada giro, cada animación de victoria, cada explosión de color no es neutra, es un signo orientado a reforzar la idea de que jugar equivale a ganar, incluso cuando la estadística demuestre lo contrario. En estos entornos, la interfaz actúa como una mediación cultural, en el sentido que propone Jesús Martín-Barbero (1987), al articular tecnología, prácticas sociales y lenguajes visuales. No se trata sólo de botones o comandos, sino de una superficie simbólica donde se condensan lógicas del deseo, promesas de éxito y construcciones de identidad digital. La interfaz de un casino online es un espacio en el que el jugador proyecta y negocia sentidos, a través de signos que remiten a la riqueza, el azar, el poder y la suerte. Así, el jugador no solo interactúa con una plataforma, sino que habita una narrativa visual que lo interpela constantemente.

La relevancia de este enfoque se hace aún más evidente si se considera el trabajo de Schüll (2012), quien estudia cómo las máquinas tragamonedas en Las Vegas están diseñadas para generar un estado de “zona” en el jugador, una especie de trance inducido por la repetición, el sonido y la luz. Aunque su investigación se centra en dispositivos físicos, sus conclusiones son perfectamente extrapolables a las interfaces de los casinos digitales, donde los elementos visuales son programados para sostener la atención, reducir la conciencia del paso del tiempo y promover la repetición ininterrumpida. Schüll argumenta que estos sistemas están diseñados no para maximizar el placer del jugador, sino para maximizar su tiempo de permanencia.

Del mismo modo, Griffiths y Parke (2006) destacan cómo los estímulos visuales y sonoros en juegos de azar están orientados a inducir respuestas emocionales intensas y a reforzar comportamientos repetitivos mediante mecanismos de recompensa intermitente. Desde una lectura semiótica, estos estímulos funcionan como signos que activan expectativas y

motivaciones, configurando un sistema de significación que asocia determinadas imágenes (colores, símbolos, brillos) con estados deseables como la suerte o el éxito.

Por su parte, Klaus Bruhn Jensen (1995) señala que los medios digitales introducen nuevas formas de codificación visual, donde la interfaz se convierte en una gramática en sí misma. En los casinos digitales, esta gramática se manifiesta en la organización jerárquica de los elementos gráficos, botones grandes y brillantes para jugar, animaciones que celebran las victorias, tipografías amigables y colores cálidos que transmiten confianza. Cada uno de estos signos no sólo cumple una función informativa, sino que comunica valores y genera expectativas, moldeando el comportamiento del jugador incluso desde el punto de vista de la psicología cognitiva, la carga simbólica del diseño visual impacta en la percepción del usuario. Según Dixon et al. (2013), el uso de ciertos colores y ritmos visuales puede inducir una percepción alterada del tiempo y del riesgo, llevando al jugador a sobreestimar sus posibilidades de ganar o a minimizar sus pérdidas. Esta manipulación semiótica de la percepción temporal y emocional es central en el diseño de plataformas de juego digital. Así, la semiótica del diseño visual en casinos digitales se revela como una estrategia de comunicación orientada a producir efectos emocionales y conductuales específicos. Lejos de ser decorativos, los signos visuales operan como dispositivos de captación simbólica, orientados a generar un vínculo afectivo y sensorial entre el usuario y la plataforma. En este proceso, la lealtad y la retención no son simples resultados funcionales, sino construcciones simbólicas sostenidas por un universo visual cuidadosamente orquestado.

2.2.1. La experiencia del usuario en plataformas de juego en línea

La experiencia del usuario (UX) en los casinos digitales no puede ser reducida exclusivamente a la interacción funcional con una interfaz, sino que debe entenderse como una construcción multisensorial y emocional que involucra expectativas, motivaciones, percepciones y afectos. En este sentido, la UX abarca todos los aspectos de la relación del usuario con una plataforma digital, desde el primer contacto visual hasta las consecuencias

conductuales posteriores. Como señalan Hassenzahl y Tractinsky (2006), la experiencia de usuario es un fenómeno dinámico y subjetivo, que se configura a partir de la interacción continua entre la persona, el sistema y el contexto.

En las plataformas de juego en línea, la UX se convierte en un terreno fértil para aplicar estrategias que no sólo faciliten la navegación, sino que fomenten la permanencia, la repetición y la lealtad del usuario. Esta experiencia es cuidadosamente diseñada a partir de principios de usabilidad, pero también de diseño emocional, motivacional y simbólico. Donald Norman (2004) plantea que los productos exitosos no solo deben ser funcionales, sino también capaces de provocar placer, confianza y apego emocional. En los casinos digitales, estos principios se traducen en interfaces agradables, sonidos envolventes, dinámicas de recompensa atractivas y mensajes visuales que evocan éxito, suerte o pertenencia.

La usabilidad, definida como la medida en que un sistema puede ser usado por usuarios específicos para lograr objetivos específicos con efectividad, eficiencia y satisfacción (ISO 9241-11, 2018), es una condición básica pero no suficiente en estos entornos. Si bien las plataformas como *Bet365* o *Stake* permiten una navegación intuitiva, con accesos rápidos al juego, claridad de comandos y carga veloz, la verdadera experiencia del usuario emerge del modo en que estos elementos interactúan con las emociones y deseos del jugador (ver figura 12). En otras palabras, una plataforma puede ser completamente usable sin necesariamente ofrecer una experiencia significativa o memorable.

El mismo principio de creación de un estado de “zona” que se observó sobre los casinos físicos aparece en las plataformas digitales, ya que diseñan sus ritmos visuales y sonoros para inducir un flujo constante, sin fricciones ni interrupciones, propiciando un uso prolongado. Esta lógica está directamente vinculada con la retención, dado que, cuanto más fluida y emocionalmente gratificante es la experiencia, mayor es la posibilidad de que el usuario permanezca y regrese.

El diseño de experiencia en estos contextos no es neutral, se articula con principios de

diseño persuasivo, una corriente que busca modificar actitudes o comportamientos mediante la interacción con la tecnología. Fogg (2003) define el diseño persuasivo como “el diseño de tecnologías interactivas que cambian actitudes o comportamientos de las personas”. En los casinos digitales, esto se observa en funciones como los botones vibrantes de “volver a jugar”, las bonificaciones visuales, o las animaciones de victoria que ocupan toda la pantalla. Estos recursos no sólo guían al usuario, sino que inducen decisiones, estimulan la repetición y fortalecen el vínculo emocional con la plataforma.

La gamificación también desempeña un papel fundamental en la construcción de la experiencia de usuario. Según Deterding et al. (2011), gamificar una interfaz implica aplicar elementos propios del juego (niveles, recompensas, desafíos) a contextos no lúdicos para motivar la participación. En el caso de los casinos digitales, esta lógica se invierte: aunque el entorno ya es lúdico, se incorporan elementos adicionales para intensificar la motivación, como sistemas de progreso, acumulación de puntos o desbloqueo de funciones. Esto transforma la experiencia en una narrativa de superación continua, generando mayor *engagement*.

Por último, cabe señalar que la experiencia del usuario en estas plataformas también está condicionada por factores éticos y psicológicos. Griffiths (2008) advierte que muchos elementos del diseño en juegos de azar apelan deliberadamente a mecanismos adictivos, como la recompensa variable y el refuerzo positivo constante. En este sentido, la UX en los casinos digitales no sólo busca ser placentera, sino también eficaz en la captura de atención, a veces desdibujando los límites entre experiencia positiva y manipulación. Para describir y actualizar la comprensión de este fenómeno, Newall y Rockloff (2022) introducen el concepto de *Dark Nudges*, evidenciando cómo la industria apela activamente a los sesgos cognitivos para prolongar el tiempo de sesión. A diferencia de una experiencia de usuario ética centrada en el bienestar, estos 'empujones' se materializan a través de elementos audiovisuales que simulan, por ejemplo, 'casi ganancias' o aceleran artificialmente el ritmo de las apuestas, induciendo sutilmente al jugador hacia un consumo

problemático. En conclusión, la experiencia del usuario en plataformas de juego en línea es el resultado de una convergencia entre usabilidad, diseño emocional, semiótica visual y estrategias de persuasión digital. No se trata únicamente de interfaces funcionales, sino de ecosistemas simbólicos que moldean el comportamiento del usuario a través de experiencias cuidadosamente diseñadas para generar inmersión, repetición y conexión emocional.

2.3. La usabilidad en los casinos digitales

La usabilidad es uno de los pilares fundamentales del diseño de experiencias digitales. En términos generales, se refiere al grado en que un sistema permite a los usuarios alcanzar sus objetivos de manera efectiva, eficiente y satisfactoria. Según la norma internacional ISO 9241-11 (2018), la usabilidad se define como “la medida en que un sistema puede ser utilizado por usuarios específicos para lograr objetivos específicos con efectividad, eficiencia y satisfacción en un contexto de uso específico”. Esta definición introduce una dimensión contextual que resulta esencial para evaluar plataformas como los casinos digitales, donde el entorno interactivo, los estímulos visuales y el tipo de usuario influyen directamente en la experiencia de uso.

Uno de los referentes clásicos en este campo es Jakob Nielsen, quien sostiene que un diseño usable debe ser fácil de aprender, eficiente de utilizar, fácil de recordar, tener pocos errores y ser satisfactorio desde el punto de vista emocional (Nielsen, 1993). Para Nielsen, la usabilidad no sólo se limita a que una interfaz funcione correctamente, sino a que reduzca al máximo la carga cognitiva del usuario, permitiendo que sus acciones se realicen de manera intuitiva, casi automática. Donald Norman (2004), por su parte, complementa esta mirada al destacar que los productos usables son aquellos que no necesitan explicación: su forma y comportamiento guían al usuario sin que este lo note, gracias a principios como la visibilidad, la retroalimentación inmediata y la consistencia.

Cuando estos principios se trasladan al entorno de los casinos digitales, la usabilidad se

convierte en un factor determinante para la retención del usuario. En estas plataformas, el diseño debe ser lo suficientemente fluido como para que el usuario no enfrente obstáculos en la navegación, pero también lo bastante atractivo como para sostener su atención. Esto genera una paradoja: cuanto más imperceptible es la interfaz, más eficaz resulta su acción persuasiva. El usuario no debe detenerse a pensar cómo jugar, cómo apostar o cómo recargar dinero, todo debe suceder de forma natural, sin fricciones ni distracciones.

Las Plataformas como *Bet365* o *Stake* implementan estos principios de forma sofisticada. La disposición de los botones, los colores utilizados, la respuesta inmediata al hacer clic, la categorización clara de los juegos y los accesos rápidos a las funciones más utilizadas, son todas decisiones de diseño orientadas a maximizar la usabilidad. Las animaciones suaves, los efectos visuales que acompañan las victorias y la ausencia de interrupciones innecesarias conforman un flujo de interacción que busca ser continuo y placentero. Como resultado, la experiencia se torna adictiva no sólo por las dinámicas del juego, sino por la simplicidad y efectividad del diseño.

Desde una perspectiva metodológica, la usabilidad en estos entornos puede evaluarse a través de herramientas estandarizadas como el cuestionario System Usability Scale (SUS), que permite medir la percepción del usuario sobre la facilidad de uso, la claridad de la interfaz y su nivel de satisfacción. Esta herramienta ha sido ampliamente validada en entornos digitales y se ha demostrado efectiva para captar dimensiones cualitativas del uso, incluso en plataformas de juego (Brooke, 1996). Esto se puede complementar con observaciones directas, donde se analizan las rutas de navegación, los tiempos de respuesta, la ubicación de errores y los puntos de fricción durante el uso.

Cabe destacar que la usabilidad no opera de forma aislada, se entrelaza con la semiótica del diseño, con la experiencia emocional del usuario y con los objetivos de negocio de las plataformas. En este sentido, como señala Hassenzahl (2010), una interfaz puede ser “usable” y aun así no generar una experiencia positiva si no se considera el placer, la motivación o la estética como componentes integrados del diseño.

En los casinos digitales, entonces, la usabilidad no es un simple atributo técnico, sino una estrategia de retención y fidelización. Un entorno altamente usable facilita la permanencia del usuario, reduce su frustración, incrementa la frecuencia de uso y mejora la percepción general de la plataforma. Este enfoque instrumental de la usabilidad se alinea con una lógica empresarial que busca maximizar el tiempo de exposición del jugador, muchas veces a expensas de su autonomía. Por ello, resulta clave analizar este concepto no solo desde su eficacia funcional, sino también desde sus implicancias éticas y sociales. Al adentrarse en esta evaluación ética, se hace evidente una aplicación selectiva de los principios de usabilidad, caracterizada por lo que se denomina 'fricción asimétrica'. Un estudio exhaustivo reciente liderado por McGarrigle et al. (2026) evidencia que plataformas como *Bet365*, *Stake* y *1xBet* implementan estas tácticas manipulativas de manera sistémica. Un ejemplo claro de esta manipulación es el contraste deliberado en los flujos de interacción: mientras que depositar dinero o iniciar una apuesta se diseña para ser un proceso sumamente intuitivo y de un solo clic (baja fricción), retirar los fondos exige al usuario sortear múltiples menús, condiciones ocultas y verificaciones complejas (alta fricción). Sumado a estrategias como el uso de terminología confusa en los bonos de bienvenida *Bait and Switch*, queda expuesto que la usabilidad en estos ecosistemas se optimiza, ante todo, para la extracción y retención económica en beneficio exclusivo de la empresa.

2.3.1. Gamificación en casinos digitales

La gamificación, como se mencionó anteriormente, es una estrategia de diseño que consiste en la aplicación de elementos y dinámicas propias de los juegos en contextos no lúdicos, con el objetivo de motivar, involucrar y fidelizar a los usuarios. Deterding et al. (2011) definen la gamificación como "el uso de elementos del diseño de juegos en contextos ajenos al juego", destacando que su eficacia radica en activar mecanismos psicológicos relacionados con el logro, la recompensa, la superación de desafíos y el reconocimiento social.

Originalmente utilizada en ámbitos como la educación, el marketing o la productividad, la gamificación ha encontrado en los entornos digitales un terreno fértil para su expansión, especialmente en el diseño de interfaces que buscan aumentar la participación y el tiempo de permanencia. En los casinos digitales, esta lógica se potencia, ya que se trata de plataformas cuya actividad principal es el juego, incorporando capas adicionales de gamificación para intensificar el compromiso emocional y conductual del usuario.

La gamificación en casinos digitales se manifiesta en múltiples niveles. En primer lugar, a través de sistemas de progreso, niveles, barras de avance, medallas, logros desbloqueables y rankings que le dan al jugador la sensación de evolución dentro de la plataforma. Esta estrategia se basa en el principio del refuerzo positivo y responde a una lógica de motivación intrínseca, donde el jugador siente que no solo juega por dinero, sino que avanza dentro de un sistema. Zichermann y Cunningham (2011) sostienen que este tipo de dinámicas generan una relación emocional más fuerte con la plataforma, ya que transforman tareas repetitivas en desafíos significativos.

En segundo lugar, la gamificación se implementa mediante recompensas visuales y sonoras que celebran cada pequeña victoria como por ejemplo explosiones de color, sonidos de monedas, multiplicadores brillantes o animaciones que invitan a seguir apostando. Estas respuestas sensoriales actúan como retroalimentación inmediata, reforzando la conducta deseada (seguir jugando). Desde la perspectiva de la psicología conductual, este tipo de estímulo responde al modelo de reforzamiento intermitente, ampliamente documentado en los estudios de Skinner y retomado por Griffiths (2008) para explicar la naturaleza adictiva de los juegos de azar digitales.

En tercer lugar, se utilizan sistemas de misiones, bonos diarios o “ruedas de la suerte” que premian la constancia del jugador. Estas mecánicas gamificadas promueven el retorno frecuente, creando una rutina de ingreso a la plataforma que va más allá del interés por ganar y se activa el deseo de completar ciclos, obtener recompensas acumulativas o no perder oportunidades de bonificación. Este fenómeno se articula con lo que Fogg (2003)

denomina “captología”, es decir, el estudio de cómo los sistemas digitales pueden cambiar comportamientos a través de la persuasión interactiva. Un ejemplo común de estas prácticas puede encontrarse en plataformas como *1xBet* o *Stake*, donde los usuarios acceden a bonos por completar objetivos específicos, como jugar determinada cantidad de veces, invitar a otros jugadores o participar en torneos. En estos casos, la interfaz ya no funciona sólo como canal de acceso al juego, sino como un espacio gamificado que constantemente propone nuevas metas, mantiene la atención y alimenta la ilusión de progreso.

Es importante señalar que, si bien la gamificación puede mejorar la experiencia del usuario y aumentar el nivel de involucramiento, también puede generar efectos contraproducentes cuando se utiliza de forma manipulativa. Como advierten Seaborn y Fels (2015), la gamificación mal implementada puede inducir comportamientos compulsivos, especialmente cuando se orienta a reforzar hábitos de consumo intensivo sin brindar al usuario un espacio real de decisión o reflexión.

La gamificación aplicada y utilizada en casinos digitales no se limita a hacer el entorno más entretenido, sino que cumple un rol estratégico central en la fidelización de los usuarios. Mediante sistemas de progresión, recompensas sensoriales y dinámicas de retorno, estos entornos construyen una experiencia envolvente que estimula la permanencia y naturaliza el ciclo repetitivo de juego. Su eficacia radica en apelar tanto a las emociones como a la lógica del hábito, transformando la interfaz en una narrativa motivacional continua.

2.3.2. Impacto en el interés y retención de los usuarios

En el ecosistema digital de los casinos en línea, la construcción de interés y la retención del usuario se configuran como dos objetivos estratégicos centrales. Mientras que el interés inicial se refiere a la atracción que una plataforma ejerce sobre nuevos usuarios a menudo mediante estímulos visuales, promesas de recompensa o accesibilidad funcional; la retención implica la capacidad del sistema para sostener la participación del usuario a lo

largo del tiempo. Ambos procesos están profundamente vinculados al diseño de experiencia de usuario (UX), que funciona como articulador entre las necesidades, emociones y hábitos del usuario y las lógicas comerciales de las plataformas.

Según Pine y Gilmore (1998), en la economía de la experiencia, las organizaciones no sólo venden productos o servicios, sino vivencias significativas. Los casinos digitales operan precisamente bajo esta lógica, no se trata solo de ofrecer un juego de azar, sino de generar una experiencia envolvente que produzca placer, emoción, sorpresa y conexión simbólica. En este contexto, el diseño de interfaces, las dinámicas de gamificación y la estética visual desempeñan un papel fundamental en la consolidación del vínculo usuario-plataforma. Por otro lado, Hassenzahl (2010), señala que el diseño orientado a la experiencia busca crear interacciones que sean emocionalmente satisfactorias, no sólo funcionales. En los casinos en línea, esta satisfacción se manifiesta a través de una interfaz fluida, retroalimentación inmediata, accesos directos, animaciones celebratorias y estímulos que activan el sistema de recompensa del usuario. Estos elementos no sólo facilitan la navegación, sino que transforman el uso en un acto placentero, lo cual resulta clave para sostener el interés y fomentar el retorno frecuente.

Desde una perspectiva conductual, Griffiths y Parke (2005) destacan que la clave para la retención en juegos de azar digitales reside en la combinación de reforzamiento intermitente y respuesta sensorial. Es decir, el usuario no gana siempre, pero sí lo suficiente como para mantener la expectativa de recompensa, mientras que la interfaz responde constantemente con sonidos, luces y mensajes que validan su participación. Esta lógica apoyada en la psicología del condicionamiento se ve potenciada por el diseño persuasivo, el cual, como indica Fogg (2003), busca moldear conductas a través de la interacción digital.

Otro factor a tener en cuenta es la retención que también se relaciona con la capacidad del sistema para generar una narrativa de progreso. Los casinos digitales incorporan dinámicas que permiten al usuario percibir que avanza dentro de la plataforma, ya sea a

través de rankings, niveles, bonos por constancia o recompensas acumulativas. Este tipo de lógica refuerza el compromiso, al presentar el uso no como una acción puntual, sino como parte de una trayectoria personal. Como lo demuestra la teoría de la motivación autodeterminada (Deci y Ryan, 2000), cuando los usuarios sienten que avanzan hacia un objetivo incluso si ese objetivo es simbólico, su involucramiento emocional se intensifica. La retención es la reducción de fricción. Como han demostrado estudios de usabilidad (Nielsen, 1993; Norman, 2004), cualquier obstáculo o esfuerzo innecesario en una interfaz puede provocar el abandono de la experiencia.

En este sentido, los casinos digitales optimizan sus plataformas para que cada acción de apostar, cobrar o volver a jugar requiera el mínimo esfuerzo cognitivo y físico. Esta economía de la interacción genera un entorno donde el flujo de uso es casi automático, lo que disminuye la percepción del tiempo y aumenta la permanencia. Desde la semiótica, la retención también puede interpretarse como un efecto del discurso visual. Como plantea Barthes (1964), las imágenes comunican ideologías que condicionan nuestra percepción de la realidad. En las interfaces de juego, los signos visuales asociados al éxito, la suerte o el poder construyen un imaginario que interpela emocionalmente al usuario, posicionándolo como alguien cercano a la victoria.

Esta ilusión de proximidad a la recompensa refuerza el deseo de continuar, transformando cada jugada en una promesa de gratificación. El interés y la retención de los usuarios en los casinos digitales no son fenómenos espontáneos, sino construcciones diseñadas estratégicamente desde el UX. Se articulan mediante una red de estímulos visuales, sonoros y funcionales que activan emociones, reducen la fricción, refuerzan conductas y generan sentido. Comprender estas lógicas es fundamental para analizar no solo la eficacia técnica de las plataformas, sino también sus implicancias culturales, sociales y éticas.

2.3.3. Las estrategias visuales en el comportamiento de los usuarios

En los entornos digitales de juego, las estrategias visuales constituyen uno de los

componentes más decisivos a la hora de moldear el comportamiento de los usuarios. Lejos de ser simples recursos estéticos, los elementos visuales cumplen funciones comunicacionales, persuasivas y simbólicas que inciden directamente en la percepción, las decisiones y las acciones de quienes interactúan con la plataforma. Don Norman (2004) señala que el diseño visual es un factor central en la formación de experiencias memorables los colores, formas, tipografías y jerarquías no solo ayudan a interpretar la interfaz, sino que generan emociones, influyen en la toma de decisiones y condicionan los tiempos de uso. En el caso de los casinos digitales, estas estrategias están orientadas a mantener al usuario involucrado mediante una estimulación constante que combina impacto visual, claridad funcional y evocación simbólica.

Uno de los recursos visuales más frecuentes es el uso de colores saturados y contrastantes, como el rojo, el dorado o el verde brillante, que remiten simbólicamente a la fortuna, el éxito y la energía (ver figura 11). Como advierte Bertin (1983), los colores no sólo tienen una función decorativa, sino que operan como variables visuales que guían la atención y jerarquizan la información. En los casos de estudios, *Stake* o *1xBet*, estos colores no son aleatorios, están diseñados para destacar zonas clave de interacción (el botón de jugar, el saldo disponible, las promociones), dirigiendo el comportamiento del usuario hacia los objetivos estratégicos de la plataforma.

Las animaciones también cumplen un papel crucial. Tal como indica Manovich (2001), en la cultura digital la interfaz se convierte en una narrativa visual continua, y los movimientos, transiciones y efectos son parte del discurso. En los casinos digitales, las animaciones que celebran una victoria explosiones, multiplicadores brillantes, efectos de sonido tienen la función de reforzar emocionalmente la acción realizada, validando la conducta del usuario y motivando su repetición. Incluso cuando la ganancia es mínima, la representación visual exagerada actúa como un incentivo simbólico que estimula la permanencia.

El uso de íconos e imágenes con alto poder evocativo, como cofres, frutas, dados o lingotes

de oro (ver figura 13). Estos signos remiten a un imaginario cultural colectivo donde el azar está vinculado a la posibilidad de riqueza repentina. Roland Barthes (1964) planteaba que los objetos visuales pueden funcionar como mitos modernos, signos que naturalizan significados ideológicos. En este caso, la visualidad refuerza la creencia de que jugar es sinónimo de ganar, construyendo una narrativa visual del éxito que apela tanto a la lógica como al deseo.

La jerarquía visual, entendida como la organización de los elementos en función de su importancia, también tiene implicancias directas en el comportamiento del usuario. Según Lidwell, Holden y Butler (2010), una jerarquía clara reduce la carga cognitiva, facilita la navegación y promueve la acción inmediata. En los casinos digitales, esta jerarquía suele estar diseñada para minimizar la fricción el botón para volver a jugar es prominente y persistente; las opciones de apuesta están siempre visibles; las notificaciones de recompensa aparecen en el centro de la pantalla. Esta estructura visual no sólo guía la atención, sino que preconfigura el recorrido del usuario dentro de la interfaz.

Todos estos elementos pueden ser comprendidos como dispositivos de sentido que construyen un universo simbólico donde la acción del jugador adquiere un valor emocional. Como señala Jesús Martín-Barbero (1987), el diseño no solo media entre el usuario y la tecnología, sino que también traduce culturas, deseos y prácticas sociales. En este contexto, las estrategias visuales no sólo muestran información, sino que modelan comportamientos, activan emociones y definen la experiencia subjetiva del jugador.

En suma, las decisiones visuales implementadas en los casinos digitales tienen un impacto directo en la conducta del usuario. No son neutras ni inocentes, sino herramientas de diseño que, articuladas con objetivos comerciales y psicológicos, condicionan la forma en que los usuarios ven, interpretan y actúan dentro de la plataforma. Comprender esta lógica visual es fundamental para analizar las nuevas formas de consumo digital y su efecto en la vida cotidiana.

2.3.4. Herramientas metodológicas y análisis heurístico en casinos digitales

Para abordar el estudio de la experiencia de usuario (UX) en casinos digitales desde una perspectiva rigurosa, esta investigación combina distintas herramientas metodológicas que permiten relevar tanto aspectos perceptivos y emocionales como estructurales y funcionales de las plataformas. La elección de estas herramientas responde a la necesidad de analizar la interfaz de manera integral, considerando no sólo lo que el diseño comunica o induce simbólicamente, sino también cómo se percibe, se utiliza y se evalúa en términos de usabilidad.

Para abordar este estudio desde una perspectiva rigurosa, es imperativo retomar el *Design Thinking* como marco rector. Como plantea Tim Brown (2009), esta metodología no se agota en la ideación, sino que exige una fase de validación empírica. En este sentido, el conjunto de herramientas que se detallan a continuación desde las escalas cuantitativas hasta la evaluación experta constituyen la etapa de 'Prueba' del ciclo de diseño, permitiendo verificar si la interfaz responde realmente a las necesidades del usuario o si, por el contrario, prioriza sesgos de retención

Entre las herramientas cuantitativas más relevantes se encuentra el *System Usability Scale* (SUS), desarrollado por John Brooke (1996), que consiste en una escala de diez ítems aplicables a cualquier sistema interactivo. Este instrumento permite evaluar la percepción de usabilidad por parte del usuario, considerando factores como facilidad de uso, consistencia, complejidad percibida y confianza. Su aplicación en esta investigación busca medir la usabilidad percibida en plataformas como *Bet365*, *Stake* y *1xBet*, a partir de una muestra de usuarios que interactúan con dichas interfaces.

Complementariamente, se aplica el *Net Promoter Score* (NPS), una herramienta que evalúa la disposición de los usuarios a recomendar una plataforma. Aunque su origen está en el marketing, su uso en UX se ha extendido por su capacidad de captar niveles de satisfacción general y lealtad. Esta métrica resulta clave para vincular usabilidad con

retención, ya que permite observar el grado de compromiso emocional que los usuarios desarrollan con la plataforma (Reichheld, 2003).

Siguiendo los principios de empatía que fundamentan el diseño centrado en el usuario (Norman, 2004), la investigación incorpora técnicas cualitativas para captar la experiencia subjetiva del jugador. La observación no busca solo medir eficiencia, sino comprender el modelo mental del usuario frente a la complejidad del entorno digital. A nivel cualitativo, se utiliza la observación estructurada de sesiones reales de uso, registrando recorridos, puntos de fricción, acciones repetidas, reacciones frente a estímulos visuales y comportamiento ante mensajes de error o recompensa. Esta técnica permite detectar patrones conductuales que los cuestionarios por sí solos no revelan, así como evaluar el impacto emocional de los elementos visuales y sonoros desde una perspectiva más interpretativa. En paralelo, se emplea el fichado visual, una matriz comparativa diseñada para relevar sistemáticamente los elementos de interfaz presentes en las plataformas seleccionadas (colores, botones, jerarquía visual, animaciones, efectos sonoros, etc.) (ver tabla 1), categorizándolos según criterios UX como *feedback*, claridad, carga cognitiva o *affordances*. Esta herramienta permite traducir el lenguaje visual de los casinos digitales a un formato analítico tabulable, favoreciendo la comparación entre casos.

El análisis heurístico se incorpora al final como método de evaluación experta de las interfaces. Esta técnica, propuesta por Nielsen y Molich (1990), consiste en la revisión de un sistema digital según un conjunto de principios o heurísticas de usabilidad ampliamente reconocidas. Estas heurísticas no constituyen reglas rígidas, sino principios generales que permiten detectar problemas de diseño que podrían afectar negativamente la experiencia del usuario. La evaluación se realiza por parte de expertos en UX, lo que permite anticipar fallas estructurales sin necesidad de recurrir a pruebas masivas.

En el caso de los casinos digitales, las heurísticas de Nielsen permiten observar cómo ciertas decisiones de diseño están orientadas más a optimizar el rendimiento comercial que a garantizar la autonomía del usuario. Por ejemplo, la visibilidad del estado del sistema

se cumple mediante animaciones y mensajes constantes sobre resultados y bonificaciones, pero el control del usuario se ve limitado cuando no existen opciones claras para detener el juego, cancelar acciones o configurar límites.

La consistencia suele estar presente en la estructura de navegación, pero se interrumpe en casos donde la publicidad o las promociones alteran la jerarquía visual. Asimismo, la estética visual suele estar sobrecargada de estímulos, lo que, si bien potencia la atención, contradice el principio de diseño minimalista y puede afectar la claridad funcional. También permite detectar omisiones importantes en el diseño, como la escasa visibilidad de los mensajes de error, la falta de confirmación ante apuestas de alto monto o la ubicación ambigua de los botones de ayuda y configuración.

Estas omisiones no son neutras, contribuyen a una experiencia que estimula la acción rápida, la permanencia prolongada y la toma de decisiones con bajo nivel de reflexión. En este sentido, el análisis heurístico no solo evalúa usabilidad, sino también las implicancias éticas de las estrategias visuales y funcionales adoptadas. Este análisis permite evidenciar que el casino digital funciona como un sistema complejo (Morin, 1990), donde los estímulos visuales, la arquitectura de la información y los algoritmos de recompensa no son elementos aislados, sino que están entrelazados para condicionar la conducta. La evaluación heurística, bajo esta visión de la complejidad, revela la tensión entre la usabilidad técnica y la ética del diseño, exponiendo cómo se construye la inmersión del jugador.

Esta triangulación de estas herramientas SUS, NPS, observación estructurada, fichado visual y análisis heurístico permite abordar el fenómeno de forma compleja, entendiendo la interfaz como una superficie técnica, simbólica y emocional que organiza el comportamiento del usuario. Este enfoque metodológico no sólo aporta solidez al análisis, sino que establece un puente claro entre los conceptos teóricos desarrollados en este capítulo y la evaluación empírica que se desarrollará en los capítulos siguientes.

Este capítulo permitió consolidar un marco conceptual que articula las nociones de usabilidad, diseño UX y semiótica del entorno digital, evidenciando que la interfaz no solo cumple una función operativa, sino también simbólica y persuasiva. Los aportes teóricos revisados desde las metodologías centradas en el usuario (Brown, 2008; Norman, 2004; Nielsen, 1993) hasta los enfoques de gamificación y diseño audiovisual muestran que la experiencia digital se construye en la intersección entre la funcionalidad y la emoción. Esta revisión teórica resultó fundamental para comprender cómo las plataformas de casinos digitales configuran estrategias de diseño orientadas a la inmersión, la recompensa y la retención del usuario. A partir de estos fundamentos, el capítulo siguiente aborda el trabajo de campo, donde se analizan empíricamente los casos seleccionados *Bet365*, *Stake* y *1xBet* para examinar cómo estas estrategias teóricas se traducen en prácticas de diseño y en experiencias de uso concretas.

En definitiva, la triangulación de estas herramientas bajo el ala del *Design Thinking* garantiza un análisis iterativo y profundo. Se concluye así que la experiencia del usuario en los casinos en línea es un fenómeno multidimensional que requiere una visión sistémica para ser comprendido en toda su extensión técnica y social.

Capítulo III. Metodología: La interfaz como mediadora en los casinos

El presente capítulo se centra en el análisis de los casos de estudio *Bet365*, *Stake* y *1xBet* para comprender cómo se comporta el diseño UX relacionado con los casinos digitales, situando a la interfaz digital como mediadora entre los usuarios y las plataformas de juego en línea.

En este marco, se detallan las estrategias utilizadas para relevar y medir la usabilidad en las interfaces de casinos digitales. El capítulo presenta las estrategias metodológicas aplicadas el fichado visual, las pruebas de usabilidad con encuestas tipo SUS y NPS, además de entrevistas exploratorias que se realizaron en simultáneo a las pruebas de usabilidad para obtener datos comparables y sistematizados sobre la experiencia del usuario.

En segundo lugar, se desarrolla la descripción exhaustiva de los tres casos de estudio, justificando su elección y analizando los elementos de diseño audiovisual, navegación y gamificación que estructuran la interacción.

Por último, se relevan los patrones comunes y diferenciadores entre las plataformas, con el fin de establecer cómo las interfaces median la permanencia, el interés sostenido y la percepción de pertenencia de los jugadores en los entornos digitales.

3.1. El diseño como dispositivo de vinculación simbólica

Este apartado expone las decisiones metodológicas que estructuraron el estudio, orientadas a comprender de qué manera el diseño de experiencia de usuario en casinos digitales genera efectos de retención y pertenencia. La investigación se enmarca en un enfoque cualitativo, sustentado metodológicamente en los postulados de Hernández Sampieri et al. (2014), quienes destacan su pertinencia para comprender los fenómenos profundizando en la perspectiva de los propios participantes y en su contexto natural. Para actualizar y enriquecer este marco referencial, el enfoque se apoya también en teóricos

contemporáneos especializados en metodología cualitativa aplicable a entornos digitales, como Creswell y Poth (2018) y Saldaña (2021).

En esta misma línea, Vasilachis (2006) sostiene que el paradigma cualitativo es el marco idóneo para captar los significados, las interpretaciones y las experiencias de los sujetos. Esta perspectiva resulta ineludible al enfrentarse a un objeto de investigación eminentemente complejo, en el cual convergen e interactúan de manera constante dimensiones observables tales como la jerarquía visual, los patrones de navegación y los *affordances*, y dimensiones subjetivas como la satisfacción, la motivación y la sensación de control.

Para dotar de rigor y consistencia científica a este abordaje, el andamiaje metodológico se fundamenta epistemológicamente en la teoría de los sistemas complejos. Apoyándose en el pensamiento complejo de Edgar Morin (1990) y Rolando García (2006), e integrando la base de la Teoría General de los Sistemas de von Bertalanffy (1968), el entorno del casino digital no se concibe como una mera acumulación de componentes técnicos o de diseño. Por el contrario, se analiza como una totalidad organizada, interdependiente y dinámica. Esta fundamentación teórica permite superar el análisis reduccionista de la interfaz, abordando el diseño audiovisual y la experiencia de usuario en su verdadera magnitud sistémica. Al integrar a autores contemporáneos del diseño de interacción, como Hassenzahl (2018), se consolida una visión donde la interfaz opera como un ecosistema vivo.

Enmarcado en los principios del *Design Thinking* (Brown, 2009; Stickdorn et al., 2018) como eje metodológico rector, el análisis se estructuró en torno a cuatro variables principales derivadas de los objetivos de investigación. Dado que esta metodología exige un enfoque iterativo y profundamente empático frente a las necesidades cognitivas y emocionales de las personas, cada variable fue definida por su incidencia directa en la experiencia de usuario.

El relevamiento de información sobre los casos implicó la articulación de análisis documental y trabajo de campo. Para sistematizar la primera fase, se desarrolló la matriz del diseño metodológico, un instrumento estructurado en el que se basó la recolección de datos y el análisis de las interfaces a partir de la exploración de sus elementos. Los datos obtenidos se volcaron en esta matriz de diseño, que operó como una ficha técnica integral para cada plataforma seleccionada (ver tabla 1).

Esta técnica de registro en la matriz permitió relevar de manera organizada elementos como la paleta cromática, tipografías, disposición de íconos, animaciones, estímulos sonoros y jerarquía visual que luego se pasaron a una escala de Likert para tener su valor representado en números (ver tabla 4). La decisión de incluir esta estrategia se fundamentó en que los casinos digitales se configuran como entornos eminentemente visuales y sonoros, donde cada decisión de diseño está orientada a captar y sostener la atención del usuario.

A partir de la construcción de la matriz, la primera variable evaluada fue la usabilidad, considerada en términos de cómo facilita o dificulta la comprensión, la navegación y la ejecución de acciones dentro de la plataforma, variando según la claridad de los elementos y la consistencia de las interacciones. En segundo lugar, el diseño audiovisual se analizó a partir de su rol en la producción de estímulos sensoriales, observando cómo los cambios en color, sonido, ritmo y animación influyen en la atención y el nivel de inmersión del usuario.

La tercera variable, la gamificación, se abordó en relación con su capacidad para activar distintos niveles de motivación, progresión y recompensa, variando su impacto según los mecanismos de refuerzo presentes en cada plataforma. Finalmente, la fidelización se examinó a partir de los indicios de permanencia, retorno e involucramiento afectivo, evaluando cómo fluctuaban estas respuestas según las características del diseño y la percepción ética del usuario.

La operacionalización de estas variables operó orgánicamente como el instrumento empírico de la fase de "prueba" o "testeo" que exige *el Design Thinking*. A través del fichado visual, las pruebas SUS/NPS y las entrevistas, se logró identificar patrones, diferencias y relaciones significativas entre los casos analizados (ver tabla 1) (ver encuesta 1). En su conjunto, estas variables permitieron organizar los datos obtenidos y establecer un diagnóstico centrado en el usuario sobre cómo el diseño articula la experiencia de juego. Autores como Norman (2004) subrayan que una interfaz verdaderamente empática y usable no requiere explicación, sino que comunica sus funciones a través de la forma, la retroalimentación y la consistencia. En el mismo sentido, Arnheim (1969) sostiene que la percepción visual es también pensamiento, lo que implica que los elementos gráficos no son meros adornos, sino mediaciones cognitivas que guían las acciones de los usuarios.

Al aplicar el marco evaluativo del Design Thinking en el caso de los casinos, el fichado visual permitió develar cómo los colores saturados, los botones en movimiento o las animaciones intermitentes funcionaban como disparadores de atención y excitación, coincidiendo con lo que Schüll (2012) describe como la lógica de inmersión y repetición propia de las máquinas de juego. La decisión metodológica de priorizar el análisis visual y sonoro respondió, entonces, a la premisa de que la experiencia del usuario no se reduce a la interacción funcional, sino que se construye en la articulación de estímulos sensoriales y simbólicos.

Para poder aplicar estos instrumentos, fue necesario definir claramente la población y muestra. La población objetivo se definió como usuarios jóvenes y adultos que interactúan asidua u ocasionalmente con plataformas de apuestas en línea. A partir de allí, la muestra final se compuso de ocho participantes seleccionados mediante un muestreo cualitativo intencional, es decir, a partir de criterios vinculados con la pertinencia del perfil y la experiencia previa de los usuarios en entornos digitales.

Se priorizó la diversidad en cuanto a edad, género y familiaridad con los casinos online, con el objetivo de abarcar tanto usuarios frecuentes como ocasionales. Esta composición intencional de la muestra permitió observar empíricamente distintos niveles de comprensión de la interfaz y de respuesta emocional frente a los estímulos visuales y sonoros. A cada participante seleccionado se le aplicaron secuencialmente las pruebas empíricas planificadas.

El diseño de los procedimientos empíricos se organizó en base a tres estrategias de campo complementarias. La primera consistió en la aplicación de la matriz de lectura visual ya mencionada. En segundo lugar, como parte procedimental fundamental, se aplicaron pruebas de usabilidad mediante la escala SUS (System Usability Scale) desarrollada por Brooke (1996), combinada con la métrica NPS (Net Promoter Score) propuesta por Reichheld (2003) (ver encuesta 1) (ver encuesta 4).

La SUS permitió obtener un puntaje estandarizado de usabilidad percibida a partir de diez ítems con escala tipo Likert, mientras que el NPS indagó de manera directa la disposición de los usuarios a recomendar la plataforma. La decisión de utilizar estos instrumentos se fundamentó en tres criterios. Primero, su validez y confiabilidad, ampliamente documentada en estudios de interacción digital (Sauro y Lewis, 2012). Segundo, su versatilidad, dado que podían aplicarse con muestras pequeñas sin perder sensibilidad frente a variaciones en la experiencia del usuario. Y tercero, su compatibilidad con el objeto de estudio, ya que ambos instrumentos se orientan a medir aspectos centrales de la interacción, la facilidad de uso y la lealtad emocional.

Otros enfoques como el *eye tracking* utilizados en algunas pruebas fueron considerados inicialmente en el diseño de los procedimientos, pero se descartaron en el proceso debido a la complejidad logística y a que no se ajustaban al alcance del presente estudio. En cambio, las métricas SUS y NPS ofrecieron una alternativa viable y sólida para evaluar cuantitativamente la experiencia de uso en contextos reales. Como señala Nielsen (1993),

medir la usabilidad requiere equilibrar la precisión metodológica con la aplicabilidad práctica, y en este caso ambas condiciones se cumplieron.

La tercera estrategia del diseño de los procedimientos consistió en la realización de entrevistas exploratorias a usuarios de casinos digitales durante las propias pruebas de usabilidad. Esta decisión respondió a la necesidad de complementar los datos de las pruebas de usabilidad con relatos en primera persona, capaces de dar cuenta de motivaciones, emociones y sentidos atribuidos a la experiencia de juego. Según Vasilachis (2006), la entrevista cualitativa permite acceder a dimensiones subjetivas que no emergen en la observación ni en las encuestas, ya que el relato del entrevistado aporta claves interpretativas sobre cómo se significan las interacciones con la interfaz.

Las entrevistas se estructuraron en torno a preguntas abiertas que exploraron percepciones de usabilidad, emociones durante el juego, razones de permanencia y experiencias de frustración o satisfacción. La decisión de incluirlas como parte del diseño metodológico se sustentó en el reconocimiento de que la experiencia de usuario no se limita a métricas objetivas, sino que está atravesada por factores culturales, simbólicos y emocionales (Echeverría, 1999).

Finalmente, el análisis de datos tomados se estructuró bajo la estrategia de la triangulación metodológica. Como sugiere Denzin (2012), este tipo de técnicas contribuyen a la validación del análisis, fortaleciendo los resultados al permitir contrastar lo que los usuarios dicen en las entrevistas, lo que hacen frente a la pantalla y lo que muestran los datos cuantitativos estandarizados. La aplicación de estas pruebas y su posterior análisis conjunto permitió traducir en datos comparables percepciones que, de otro modo, hubieran permanecido en el plano interpretativo. Así, la decisión metodológica de complementar esta información con instrumentos validados académicamente a nivel internacional aseguró la posibilidad de contrastar los resultados con investigaciones previas y con estándares del campo UX.

La investigación se construyó, entonces, sobre decisiones metodológicas que privilegiaron la complementariedad en el análisis de datos, la pertinencia de los instrumentos seleccionados y la coherencia con los objetivos propuestos. En última instancia, estas decisiones no sólo respondieron a la necesidad de generar evidencia empírica, sino también al propósito de enriquecer el campo disciplinar del diseño UX. Tal como advierte Norman (2004), diseñar implica asumir una responsabilidad social en la construcción de entornos usables y significativos.

En el caso de los casinos digitales, estudiar los atributos de inmersión desde la experiencia del usuario permitió visibilizar cómo las interfaces funcionan como mediaciones culturales que, más allá de la funcionalidad técnica, producen vínculos emocionales y simbólicos con los jugadores. La finalidad de este diseño metodológico fue identificar regularidades y diferencias entre los tres casos de estudio, considerando cómo cada plataforma articula los recursos de diseño UX para generar inmersión y retención. Esta comparación buscó no sólo evaluar el nivel de usabilidad percibida, sino también reconocer las estrategias simbólicas y sensoriales que cada interfaz utiliza para sostener la atención del usuario. En este sentido, los resultados obtenidos no se interpretaron de manera aislada, sino en función de su relación con los patrones de interacción observados en el conjunto de plataformas analizadas.

3.2. Casinos digitales argentinos: *Bet365, Stake, y 1xBet*

El presente apartado se centra en la descripción y el análisis exhaustivo de los tres casos seleccionados como objeto de estudio: *Bet365, Stake y 1xBet*. En términos generales, la elección de estas plataformas respondió a su relevancia dentro del ecosistema de casinos digitales, tanto por su alcance internacional como por la diversidad de estrategias de diseño UX que implementaron. En este sentido, cada caso permitió observar de qué manera la interfaz funcionó como mediadora de la experiencia, articulando recursos visuales, sonoros y de gamificación para incidir en la permanencia y la percepción de pertenencia de los

usuarios. Al profundizar en el análisis de estas tres arquitecturas digitales, se hace evidente que no existe una única fórmula para la retención, sino que cada plataforma despliega un paradigma de persuasión interactiva diferente, adaptando los principios de usabilidad y diseño emocional para captar perfiles de jugadores específicos y sumergirlos en dinámicas de consumo continuo.

En primer lugar, la inclusión de *Bet365* se justificó por su trayectoria y consolidación como una de las plataformas de apuestas en línea más reconocidas a nivel global, con una fuerte presencia y peso en el mercado argentino. Más allá de su popularidad, el análisis profundo de *Bet365* revela un modelo de diseño apoyado en la reducción absoluta de la fricción cognitiva y en la confianza institucional. Su interfaz se caracteriza por una paleta cromática sobria, tipografías legibles y una disposición de elementos que sigue rigurosamente los principios heurísticos de usabilidad propuestos por autores como Nielsen. En lugar de abrumar al usuario con estímulos constantes, *Bet365* utiliza una arquitectura de la información pragmática donde el flujo hacia el depósito y la apuesta es casi invisible por su simplicidad. Esta estrategia visual de aparente neutralidad es, en sí misma, una táctica de diseño conductual sumamente eficaz: al minimizar las distracciones estéticas, la plataforma reduce la carga mental del jugador, facilitando que las sesiones de juego se prolonguen de manera natural y fomentando una percepción de seguridad, orden y control que fideliza a los usuarios más tradicionales.

Stake, por su parte, representa un modelo disruptivo e innovador, ya que se configuró como uno de los primeros casinos digitales en integrar orgánicamente criptomonedas como forma de apuesta, ofreciendo además un diseño fuertemente orientado a la gamificación y a la comunidad digital. Al profundizar en su análisis de UX, *Stake* se destaca por operar bajo la lógica contemporánea del diseño de comportamiento o *Behavior Design* formulado por Fogg (2003). La plataforma no se presenta solo como un casino, sino como un ecosistema social. Su interfaz incorpora barras de progreso en tiempo real, estatus VIP, chats comunitarios en vivo y una integración fluida con la cultura del *streaming* (como se

observa en plataformas como Kick). Esta amalgama de recursos transforma la experiencia de apostar en un "viaje del usuario" constante, donde las recompensas intermitentes y el reconocimiento social actúan como disparadores motivacionales. La fidelización en Stake no depende únicamente del azar, sino del sentido de pertenencia a un entorno digital moderno y de la continua micro estimulación que otorgan los logros desbloqueables, enmascarando el riesgo financiero detrás de dinámicas propias de los videojuegos.

Finalmente, *1xBet* resultó relevante por su expansión acelerada en mercados emergentes y por las agresivas estrategias audiovisuales que desplegó para captar y retener usuarios, consolidando un caso de estudio que mostró cómo la narrativa visual y sonora fue clave en la construcción de la experiencia. A diferencia del minimalismo funcional de *Bet365* o la gamificación social de *Stake*, el análisis de *1xBet* expone una estrategia basada en la hiperestimulación y la densidad de la interfaz. La plataforma despliega un abanico abrumador de banners emergentes, colores cálidos saturados, contadores regresivos y promociones en scroll infinito que apelan al sentido de urgencia y al miedo a perderse una oportunidad (FOMO). Desde la perspectiva teórica de Schüll (2012), esta sobrecarga sensorial y la continua interrupción visual paradójicamente inducen al jugador a un estado de inmersión profunda o "zona", donde el ritmo acelerado de la interfaz dicta el ritmo de las apuestas. El uso sistemático de patrones de diseño orientados a la inminencia convierte a *1xBet* en un caso paradigmático de cómo el exceso audiovisual se utiliza para sostener la tensión emocional y bloquear la reflexión pausada del usuario.

El análisis de estos tres casos buscó identificar los elementos de interfaz que incidieron en la retención, la usabilidad y el interés sostenido (ver figura 14). En particular, se procuró relevar cómo se estructuraron los mecanismos de diseño audiovisual, los patrones de navegación y los recursos de gamificación, a fin de comprender qué aspectos fueron comunes y cuáles diferenciadores entre las plataformas. Lejos de quedarse en una descripción superficial de sus menús o colores, este abordaje analítico evidenció que las tres plataformas convergen en el objetivo de la retención, pero divergen estratégicamente

en sus métodos: la confianza funcional en *Bet365*, el bucle gamificado y social en *Stake*, y la urgencia hiperestimulante en *1xBet*. Esta aproximación comparativa permitió no solo describir cada casino digital de manera individual en su verdadera magnitud sistémica, sino también establecer vínculos y contrastes que resultaron centrales para los objetivos de la investigación, demostrando empíricamente que el diseño UX es el engranaje principal que transforma el ocio digital en un hábito de consumo sostenido.

3.2.1. *Bet365*: interfaz y experiencia del usuario

El primer caso de estudio corresponde a la plataforma *Bet365*, seleccionada por su relevancia internacional y por ser uno de los referentes más consolidados del mercado de apuestas digitales. Su elección se justificó por múltiples motivos: en primer lugar, su alcance global, ya que opera en más de 200 países y se posicionó como líder en el 2023 tanto en apuestas deportivas y juegos de casino en línea; en segundo lugar, su presencia en Argentina, ya que obtuvo licencias de operación en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y logró una base significativa de usuarios también en el 2023; y, finalmente, por su madurez como producto digital, lo que permitió observar patrones estables de diseño UX que sirvieron de contraste frente a plataformas más recientes como *Stake*. Estos factores convierten a *Bet365* en un caso paradigmático para comprender cómo los casinos tradicionales del entorno digital configuraron sus interfaces con el objetivo de retener usuarios y sostener su participación.

Otro aspecto que reforzó la elección de *Bet365* fue la integración de ecosistemas dentro de la plataforma. A diferencia de otros casinos digitales más acotados, *Bet365* combina apuestas deportivas en vivo, juegos de mesa y tragamonedas digitales, lo que ofrece un terreno fértil para analizar cómo la arquitectura de información guía la navegación entre distintas secciones (ver figura 15). Este rasgo permitió observar de qué manera los flujos de interacción conducían al usuario desde experiencias vinculadas al deporte hacia las

dinámicas del casino en línea, revelando cómo la interfaz actúa como mediadora en la expansión de la actividad lúdica hacia nuevos formatos.

En términos de diseño, *Bet365* presenta una interfaz orientada a la eficiencia funcional, en la que la navegación se estructura a partir de menús claros y categorías diferenciadas. Sin embargo, en las secciones de tragamonedas, el diseño adopta un carácter hiperestimulante, incorporando colores saturados, botones vibrantes y animaciones constantes. El fichado visual del juego *Sugar Rush* por el que pasaron todos los usuarios, alojado en la plataforma, permitió identificar la presencia de un botón principal que cumplía funciones múltiples (iniciar la jugada, repetirla o modificar la apuesta), concentrando así la interacción en un único punto de acción (ver figura 18). Este recurso, aunque simplifica la experiencia, también refuerza un ciclo de repetición inmediata, reduciendo la deliberación del usuario y orientando la experiencia hacia la continuidad ininterrumpida, en línea con lo señalado por Schüll (2012) sobre los mecanismos de retención en entornos digitales de juego.

El análisis técnico de *Bet365* permite observar una correlación entre la madurez del sistema y la reducción de la carga cognitiva del usuario. Con un puntaje SUS de 72,5, la plataforma se sitúa en un rango de usabilidad operativa buena. Esta eficiencia se manifiesta en la incorporación de patrones visuales similares a los de juegos casuales no transaccionales; el Usuario 1 observó que el ritmo y la colorimetría de títulos como *Sugar Rush* guardan una estrecha relación con mecánicas de juegos como *Candy Crush*. Desde la perspectiva de Schüll (2012), este diseño facilita el ingreso a la "zona de la máquina", un estado de inmersión donde la retroalimentación constante como el botón de acción en vibración perpetua busca automatizar la respuesta motriz del jugador, minimizando los intervalos de reflexión entre rondas.

. El diseño audiovisual desempeña un papel central en la construcción de la experiencia. Se registra el uso de tipografías claras, colores contrastantes y efectos celebratorios a pantalla completa en los casos de victoria, acompañados de sonidos que

intensifican la percepción del logro. En contraste, las pérdidas quedan subrepresentadas, sin efectos visuales o sonoros destacados, lo que incentiva al usuario a continuar apostando de manera casi automática. Esta estrategia coincide con lo analizado por Andronowicz (2019) respecto del rol de los recursos audiovisuales en las máquinas tragamonedas presenciales, donde los estímulos refuerzan los momentos de ganancia y silencian las pérdidas como forma de manipular la percepción del jugador.

Finalmente, *Bet365* se constituyó en un caso relevante para esta investigación porque permitió observar cómo una interfaz madura y consolidada logró mediar entre la usabilidad y la permanencia del usuario. A través de la claridad en la navegación, la centralidad del botón de acción y la construcción de un entorno audiovisual inmersivo, la plataforma generó un modelo de interacción en el que la eficiencia técnica se entrelaza con mecanismos emocionales y simbólicos que potencian la repetición del juego. De esta manera, *Bet365* no sólo ilustra un enfoque clásico y funcional del diseño UX en casinos digitales, sino que también permite comprender cómo las interfaces consolidadas estructuraron experiencias capaces de sostener el interés y la pertenencia de los jugadores en el tiempo.

3.2.2. Stake: innovación, gamificación y accesibilidad

El segundo caso de estudio corresponde a la plataforma *Stake*, cuya elección se fundamentó en su carácter innovador dentro del ecosistema de los casinos digitales. A diferencia de *Bet365* que representa un modelo consolidado y tradicional, *Stake* emergió como una propuesta disruptiva al introducir el uso de criptomonedas como medio de pago y apuesta, convirtiéndose en pionero en este ámbito en el año 2017. Este rasgo resultó particularmente relevante para el presente trabajo, ya que permitió analizar cómo la integración de nuevas tecnologías incidió en la configuración de la experiencia del usuario y en la percepción de accesibilidad de la plataforma (Piscitelli, 2009). Asimismo, *Stake* adquirió notoriedad por su estrategia de marketing basada en comunidades digitales y por sus alianzas con *influencers* de alcance global, lo cual brindó la oportunidad de examinar

cómo la interfaz y la comunicación audiovisual reforzaron un sentido de pertenencia en los usuarios más jóvenes (ver figura 5).

Más allá de su modelo de negocio, *Stake* se consolidó como una marca culturalmente influyente debido a su relación directa con la plataforma de *streaming Kick* lanzada en 2022 como alternativa a *Twitch* y respaldada financieramente por la propia empresa. A través de esta alianza, *Stake* integró la lógica del casino en línea con la cultura digital del *streaming* en la que los usuarios podían observar en tiempo real a reconocidos *streamers* apostando o interactuando con la plataforma. Este vínculo amplió el ecosistema de la marca, fusionando las dinámicas del entretenimiento audiovisual en vivo con las mecánicas del juego digital. De esta manera, la interfaz de *Stake* no sólo ofreció juegos de azar, sino que se insertó en una comunidad más amplia, vinculando el consumo de apuestas con prácticas sociales y culturales contemporáneas.

En términos de diseño, la plataforma se caracteriza por una estética oscura y minimalista que otorga protagonismo a los botones de acción principales mediante contrastes cromáticos, mientras que el resto de la interfaz se mantiene sobria para reducir distracciones (ver figura 2). A diferencia de *Bet365*, *Stake* incorpora un fuerte componente social, integrando chats en vivo y funciones que permiten a los usuarios observar las jugadas de otros participantes, generando un ambiente de comunidad y pertenencia (ver figura 31). Estos rasgos coinciden con lo señalado por Norman (2004), quien destacó que las interfaces digitales no sólo debían ser funcionales, sino también generar experiencias emocionales que reforzaran el vínculo con el entorno.

Un aspecto central del caso es la importancia otorgada a la gamificación. *Stake* incorpora progresiones, rankings, logros y bonificaciones que transforman tareas repetitivas en desafíos motivadores (ver figura 4). Como sostienen Lopez y Victoria (2019), la gamificación aplicada al diseño UX potencia la satisfacción de los usuarios al dotar de sentido a la interacción digital. En *Stake*, estas mecánicas no se limitan a incentivar la repetición de la apuesta, sino que construyen un ecosistema competitivo donde la

validación social y la acumulación de logros se convierten en motivaciones centrales. En el caso de *Stake*, la interfaz opera mediante una estética minimalista oscura que jerarquiza cromáticamente los botones de acción para dirigir la navegación. A diferencia de los modelos tradicionales, esta plataforma integra una dimensión social a través de chats en vivo y la visualización de jugadas de terceros, lo que construye una comunidad simbólica que normaliza la interacción continua. El trabajo de campo evidenció que esta configuración puede generar una ilusión de control en el usuario; el Usuario 3, sin experiencia previa, describió la percepción de poder anticipar resultados basándose en la fluidez de la interfaz, aunque luego reconoció la naturaleza algorítmica del sistema. Así, la gamificación en *Stake* no solo incentiva la repetición, sino que otorga un sentido de progresión y estatus dentro del ecosistema digital de la plataforma.

Por estas razones, *Stake* resulta un caso clave para el presente trabajo, representando la convergencia entre innovación tecnológica, diseño de experiencia y cultura digital. La incorporación de criptomonedas, la relación con *Kick* y la implementación de gamificación posicionaron a esta plataforma como un modelo alternativo al paradigma tradicional de los casinos digitales, evidenciando cómo las interfaces pueden mediar no sólo en la interacción técnica, sino también en la construcción de pertenencia y en la ampliación del ecosistema cultural de los usuarios.

3.2.3. 1xBet: diseño audiovisual y perseverancia en el tiempo

El tercer caso de estudio corresponde a la plataforma *1xBet*, seleccionada por su crecimiento acelerado en mercados emergentes y por su particular estrategia de expansión a nivel internacional. A diferencia de *Bet365* que representa un modelo tradicional consolidado y de *Stake* que se posiciona desde la innovación tecnológica, *1xBet* destaca por su capacidad de adaptarse a distintos contextos locales mediante acuerdos de patrocinio y campañas de alto impacto en regiones con regulaciones menos estrictas. Este rasgo la convirtió en un caso relevante para el presente trabajo, ya que permitió analizar

cómo la construcción de una marca global en mercados fragmentados se tradujo en estrategias de diseño audiovisual orientadas a la retención y a la perseverancia del usuario en el tiempo.

La elección de *1xBet* se justificó también por su modelo de negocio híbrido que combina apuestas deportivas, casino en vivo, tragamonedas digitales y juegos con *dealers* en tiempo real. Esta amplitud de oferta supuso un terreno fértil para observar cómo la interfaz organiza grandes volúmenes de contenido y jerarquiza los accesos para guiar la experiencia del usuario. Asimismo, su expansión agresiva en países de América Latina y África brinda la oportunidad de analizar un caso donde la interfaz digital opera como un mecanismo de estandarización global, al tiempo que incorpora adaptaciones visuales y comunicacionales específicas para cada mercado.

Desde el punto de vista del diseño, *1xBet* se caracteriza por una estética audiovisual recargada donde predomina el uso de colores brillantes, especialmente azules intensos y dorados, *banners* animados y elementos gráficos en constante movimiento (ver figura 12). Este estilo visual busca captar la atención de manera inmediata y mantener un alto nivel de estimulación durante toda la interacción, replicando lo que Andronowicz (2017) identificó en las máquinas tragamonedas presenciales de Buenos Aires: una estrategia audiovisual centrada en la saturación de estímulos para prolongar la permanencia en el juego. Al igual que en *Bet365*, los momentos de ganancia son acompañados por efectos visuales y sonoros celebratorios, mientras que las pérdidas permanecen minimizadas, reforzando un ciclo de repetición ininterrumpida (Schüll, 2012). La plataforma *1xBet* presenta una configuración de interfaz caracterizada por la saturación de estímulos, con un uso intensivo de banners animados y múltiples jerarquías tipográficas. Esta sobrecarga se refleja en un puntaje SUS de 57,5, el más bajo de los casos analizados, indicando una usabilidad percibida como apenas aceptable por los usuarios, quienes reportaron dificultades para identificar funciones secundarias como el historial de apuestas o el ajuste de montos. No obstante, el sistema compensa esta deficiencia funcional mediante una eficacia de

retención basada en la intensidad sensorial; la presencia constante de notificaciones y el uso de patrones de interrupción forzada tácticas definidas como *dark patterns* actúan como mecanismos persuasivos que buscan sostener la atención del usuario a pesar de las fricciones en la navegación.

En términos de experiencia del usuario, la interfaz de *1xBet* no se limita a la eficiencia funcional, sino que busca crear un entorno narrativo mediante la incorporación de personajes, promociones visualmente atractivas y elementos de gamificación como torneos y competencias entre usuarios. Estas dinámicas estimulan un sentido de progresión continua que se traduce en la perseverancia del jugador dentro de la plataforma. Además, la interfaz integra elementos de personalización mediante sugerencias de juegos basadas en el historial de apuestas, lo que refuerza la sensación de control y pertenencia. Por estas razones, *1xBet* se constituye como un caso clave dentro del análisis. A diferencia de *Bet365*, cuya fortaleza reside en la madurez y claridad de su interfaz y de *Stake* que innovó en el terreno tecnológico y comunitario, *1xBet* ejemplifica una estrategia sustentada en la intensificación audiovisual y en la multiplicación de estímulos como motores de retención. De este modo, la plataforma demuestra cómo la perseverancia del usuario en el tiempo no se basa únicamente en la facilidad de uso, sino en un diseño de experiencia donde la sobreabundancia de recursos visuales y sonoros actúa como mediadora en la construcción de permanencia y fidelización en el entorno digital. La comparación sistémica de las tres plataformas revela que la eficacia de un casino digital no se agota en su claridad técnica. Se observa una brecha significativa entre la usabilidad (SUS) y la disposición de los usuarios a recomendar la plataforma (NPS). Mientras que las interfaces de *Bet365* y *Stake* obtuvieron 72,5 puntos en usabilidad, el NPS reflejó que la mayoría de los participantes no recomendaría su uso, vinculando esta decisión a la percepción de que el diseño está configurado para influir en la autonomía de las decisiones. Este hallazgo permite caracterizar la interfaz como una mediación conflictiva (Martín-Barbero, 1987), donde el diseño UX logra optimizar la inmersión y la permanencia mediante estímulos

sensoriales y arquitecturas persuasivas, aun cuando el usuario mantiene una postura crítica frente a la finalidad del sistema

3.3. El rol de la usabilidad y la eficacia de las interfaces

La usabilidad y la eficacia constituyeron dimensiones fundamentales en la evaluación de las interfaces digitales de los casinos analizados. En el campo del diseño de experiencia de usuario, se entiende por usabilidad el grado en que un sistema permite a los usuarios alcanzar sus objetivos con efectividad, eficiencia y satisfacción en un contexto específico de uso (Nielsen, 1993). La eficacia, por su parte, se vinculó en este estudio con la capacidad de las plataformas para permitir que las acciones proyectadas por los usuarios -navegar, apostar, modificar montos, cobrar premios- se realizaran sin errores ni confusiones.

La decisión metodológica de relevar estas dimensiones se fundamentó en que, dentro de los entornos digitales de juego, la usabilidad no sólo asegura una interacción fluida, sino que también potencia la retención. Como señalan Vidal y Martín (2019), el diseño de experiencias interactivas requiere integrar accesibilidad, facilidad de uso y placer en la interacción, pues de esa conjunción depende la permanencia del usuario en el producto digital. En el caso de los casinos en línea, donde cada segundo de interacción puede transformarse en apuesta, la eficacia de las interfaces adquiere un rol determinante tanto en la satisfacción como en el compromiso continuado del jugador.

El primer paso y la primera métrica fue el fichado visual de las interfaces que permitió observar que la eficacia se construye a partir de recursos visuales y sonoros diseñados para guiar la atención hacia la acción de apostar. En *Bet365* se seleccionó el juego *Sugar Rush*, el más jugado de toda la plataforma. Desde el punto de vista de la usabilidad, este juego presenta una interfaz de alta carga visual y de navegación simplificada. La pantalla

principal está dominada por una cuadrícula de íconos coloridos que representan caramelos y golosinas, dispuestos en un fondo saturado que refuerza la temática lúdica (ver figura 3). En la parte inferior se ubican los controles principales de *Play* o *Spin*, de gran tamaño y brillante, que se mantiene en vibración constante para incentivar la acción, junto a los botones secundarios de ajuste de apuesta, configuración y salida. Los textos y cifras aparecen en tipografía *sans serif*, de alto contraste, fácilmente legibles sobre el fondo animado. Durante las jugadas ganadoras, el juego despliega animaciones expansivas y destellos lumínicos que cubren toda la pantalla, acompañados de efectos sonoros que funcionan como refuerzo positivo inmediato (ver figura 16).

En términos de accesibilidad, el sistema no ofrece personalización del tamaño de fuente ni control del volumen, lo que podría representar una limitación para ciertos usuarios. Sin embargo, la organización jerárquica de los elementos es clara y la retroalimentación visual ante cada acción es inmediata, aspectos que favorecen la comprensión y la continuidad del juego.

Este se destaca por su botón de jugar en vibración constante y por los títulos que ocupan toda la pantalla en las jugadas ganadoras. Estos elementos operan como indicadores de usabilidad al reducir la ambigüedad en las acciones posibles. Sin embargo, el mismo diseño muestra limitaciones de eficacia en la jerarquía visual: salvo por el botón principal, varios elementos secundarios resultan poco claros. Entre ellos se encuentran los ajustes de apuesta, el selector de líneas o multiplicadores, el indicador de saldo y los accesos a información complementaria (como reglas del juego o historial de rondas), los cuales aparecen dispersos, con tipografías pequeñas o sin contraste suficiente. Esta falta de diferenciación visual hace que el usuario deba detenerse para interpretar su función, generando confusión respecto de qué controlar, dónde modificar un valor o cómo acceder a configuraciones más avanzadas. En el caso de *Stake*, la interfaz presenta un diseño minimalista y oscuro, con predominio de tonos grises y azulados que contrastan con los íconos de juego y los botones de acción en color verde. La estructura de navegación es

más limpia y moderna que en *Bet365*, con menús laterales fijos y un buscador que facilita el acceso a los distintos apartados.

Sin embargo, el fichado visual y las pruebas de usabilidad revelaron una eficacia moderada, aunque los botones principales presentan buena visibilidad y respuesta inmediata, la abundancia de pestañas y submenús generó confusión en los usuarios menos experimentados (ver tabla 2) (ver encuesta 3). El sistema de apuestas rápidas, con la opción de repetir jugadas, favoreció la continuidad del uso, pero también redujo los momentos de pausa o reflexión, potenciando la inmersión sin ofrecer herramientas claras de control del ritmo del juego.

En cuanto a *1xBet*, el análisis de usabilidad evidenció mayores dificultades. La interfaz presentó una sobrecarga de información, con numerosos *banners* animados, múltiples tipografías y colores de alta saturación que compiten visualmente entre sí. El fichado mostró que las áreas de navegación carecían de jerarquía clara y que los botones secundarios como “ajustar monto” se encontraban poco diferenciados del entorno general. Los usuarios manifestaron frustración frente a la lentitud en las transiciones y a la ausencia de retroalimentación inmediata tras ciertas acciones. A pesar de ello, la plataforma demostró alta eficacia en retención, dado que los estímulos visuales y las notificaciones constantes invitan a seguir apostando, compensando parcialmente las deficiencias funcionales.

La eficacia también se analizó en relación con la adaptabilidad de las interfaces. El fichado visual mostró que los entornos de juego mantenían una disposición fija de los elementos, optimizada principalmente para pantallas de escritorio, con textos pequeños, íconos compactos y ausencia de escalado automático al cambiar de dispositivo. Tampoco se identificaron herramientas de personalización visual, como ajustes de contraste, tamaño de fuente o reducción de efectos sonoros.

A partir de esta observación, la eficacia se puso en cuestión: las interfaces no presentan diseño responsivo ni opciones claras de accesibilidad, lo que evidenció una falta de

contemplación de distintos perfiles de usuario. Esta carencia resulta significativa, ya que, como advierte Norman (2004), una interfaz usable debe ajustarse a las necesidades del usuario sin exigir esfuerzo adicional. La combinación entre ausencia de accesibilidad y sobrecarga de estímulos visuales limitó la eficacia del sistema, especialmente para usuarios inexpertos o con dificultades perceptivas.

Las entrevistas realizadas durante las pruebas de usabilidad aportaron una perspectiva directa sobre la relación entre usabilidad y eficacia. El Usuario 3, sin experiencia previa, expresó: “la verdad, no entiendo nada de esto” y terminó apostando una suma mayor a la prevista por error (entrevista personal, marzo de 2025). Esta situación ilustró una falla de eficacia en la interfaz: al no ofrecer señales claras sobre los montos apostados ni *feedback* preventivo frente a errores de interacción, la plataforma permite que acciones irreversibles ocurran sin advertencia. En consecuencia, el usuario pierde control sobre la operación y experimenta una sensación de desorientación que afecta directamente su confianza en el sistema.

En cambio, el usuario 1, con experiencia en varias plataformas, identificó sin dificultad botones y reglas, pero señaló que los juegos replicaban la lógica de *Candy Crush*, destacando cómo los estímulos visuales facilitan la permanencia.

En ambos casos, la usabilidad se vinculó con la claridad de los *affordances*, mientras que la eficacia se reflejó en la capacidad de la interfaz para permitir acciones sin equívocos. Otros testimonios reforzaron esta lectura. El usuario 2 criticó que en una plataforma el saldo no se actualizara en vivo, considerándolo una mala práctica de diseño. Este comentario confirma lo planteado por Norman (2004) respecto a que la retroalimentación inmediata es un principio esencial de usabilidad y su ausencia genera desconfianza. El usuario 6, en cambio, señaló que “esto engancha demasiado fácil”, revelando que, aunque la usabilidad podía ser discutida, la eficacia de las interfaces en mantener al jugador inmerso estaba fuera de duda.

Los resultados de las pruebas de usabilidad con la escala SUS confirmaron las diferencias entre plataformas (ver encuesta 1,3,5). *1xBet* obtuvo un promedio de 57,5 que lo ubica en un rango bajo que suele considerarse apenas aceptable en el mercado. Este puntaje refleja lo señalado por varios usuarios acerca de la falta de claridad en la jerarquía visual, inconsistencias y necesidad de prueba y error para comprender la lógica de algunos juegos. Por el contrario, *Bet365* y *Stake* alcanzaron un promedio de 72,5, lo que las sitúa dentro del rango de usabilidad buena. En estos casos, los participantes destacaron la claridad en los botones principales y la consistencia de las funciones integradas.

Sin embargo, el Net Promoter Score (NPS) fue variado en las tres plataformas. Este hallazgo resultó relevante dado que *1xBet* mostró deficiencias en usabilidad percibida: los resultados arrojaron que sólo el 12.5 de los usuarios recomendarían la plataforma en comparación con los demás casos donde el 50% de los usuarios no la recomendaría y el resto de los valores están ubicados en puesto donde sí las recomendarían. Este resultado sugiere que, en el contexto de los casinos digitales, la eficacia de la interfaz no se mide únicamente por su facilidad de uso, sino también por su capacidad de generar *engagement* emocional y promesas de recompensa(ver encuesta 2,4,6). Esto resulta contradictorio en cierto punto, dado que el NPS expresa lo opuesto al SUS: mientras la usabilidad percibida es media-alta, la recomendación es baja. Esta contradicción adquiere especial relevancia para los objetivos de la investigación, porque muestra que la eficacia técnica no garantiza una valoración positiva de la experiencia. En otras palabras, los usuarios pueden interactuar con fluidez, comprender las funciones y completar acciones sin dificultad, pero aun así rechazar la plataforma por motivos éticos, emocionales o simbólicos. Esta tensión revela que la retención y la fidelización no dependen únicamente del rendimiento funcional, sino de cómo el usuario interpreta el propósito de la plataforma y los efectos que tiene sobre su comportamiento. Por lo tanto, la contradicción entre SUS y NPS aporta evidencia clave para comprender que la eficacia en los casinos digitales se sostiene más en la

intensidad del estímulo que en el sentido positivo de la experiencia, lo cual introduce un desafío central para el diseño UX en estos entornos.

La investigación permitió comprobar que la usabilidad y la eficacia no se redujeron a atributos técnicos de la interfaz, sino que se articularon con las estrategias de retención propias de los casinos digitales. En términos de Norman (2004), una interfaz eficaz guía al usuario sin necesidad de instrucciones; en términos de Nielsen (1993), la usabilidad implica no sólo facilidad de aprendizaje, sino también eficiencia y satisfacción. En los casos analizados, la satisfacción se vio condicionada por factores emocionales y sensoriales que coexistieron con la simplicidad funcional.

Así, la eficacia se interpretó no sólo como ausencia de errores, sino como la capacidad de la interfaz para sostener la continuidad de la interacción. Los usuarios experimentados valoraron la inmediatez y la claridad de los botones principales, mientras que los novatos evidenciaron la falta de barreras contra errores costosos. En ambos perfiles, la usabilidad operó como puerta de entrada y la eficacia como sostén de la experiencia. El rol de la usabilidad y la eficacia en los casinos digitales se mostró decisivo para comprender cómo las plataformas atraen y retienen a sus usuarios. La usabilidad garantizó que los jugadores pudieran orientarse, identificar botones y comprender reglas básicas, mientras que la eficacia se manifestó en la rapidez de respuesta, la consistencia de las funciones y la capacidad de inducir una continuidad de acción sin interrupciones.

La triangulación de datos entre fichado visual, encuestas SUS/NPS y entrevistas permitió demostrar que, aunque no todas las plataformas lograron altos puntajes de usabilidad, todas resultaron eficaces en mantener la inmersión del usuario, a pesar de que no recomiendan la plataforma a otros usuario en la mayoría de los casos. Este hallazgo refuerza lo planteado por Schüll (2012): los entornos de juego están diseñados para reducir fricciones, inducir repetición y prolongar la experiencia.

En los casinos digitales, la usabilidad y la eficacia se combinan para generar interfaces que, más allá de su claridad técnica, operan como mediaciones persuasivas que guían la atención, fomentan la permanencia y consolidan la lealtad del usuario hacia la plataforma.

3.4. El impacto del diseño audiovisual y los mecanismos de gamificación

El análisis conjunto de los fichados visuales, las observaciones estructuradas y las entrevistas realizadas a los ocho usuarios permitieron comprender que el diseño audiovisual cumple un papel decisivo en la construcción de la experiencia de los casinos digitales. Las plataformas no se limitaron a ofrecer una interfaz funcional, sino que desplegaron un entramado de estímulos visuales y sonoros que orientaron la atención, reforzaron la sensación de control e indujeron la repetición. En este contexto, los mecanismos de gamificación actuaron como un complemento simbólico y emocional del diseño audiovisual, configurando entornos donde la eficacia del sistema se midió más por su capacidad de mantener al jugador en acción que por su claridad operativa.

Las interfaces de *Bet365*, *Stake* y *1xBet* presentaron un patrón común en términos de diseño: la combinación de colores saturados, animaciones continuas y música en bucle. El fichado visual del juego *Sugar Rush* evidenció esta estrategia con la presencia de tonos morados y dorados, botones en movimiento constante y textos animados que ocupaban toda la pantalla en las jugadas ganadoras (ver tabla 1). Estos recursos crean un espacio perceptivo donde el jugador se encuentra rodeado de señales de estímulo y recompensa, lo que, en términos de Norman (2004), reduce la necesidad de reflexión consciente y favorece la acción automática.

En las pruebas de campo, los participantes describieron este entorno como “intenso”, “atractivo” y “difícil de dejar”. El usuario 6, por ejemplo, afirmó que la música lo mantenía “alerta todo el tiempo”, mientras que el usuario 2 sostuvo que la interfaz de algunos juegos era “demasiado automática”, generando una sensación de pérdida de control. A pesar de esta ambivalencia, la mayoría coincidió en que los estímulos visuales y sonoros les

resultaban hipnóticos. Este efecto coincide con la descripción de Schüll (2012) sobre las máquinas tragamonedas, donde la conjunción de luz, color y sonido induce un estado de flujo sostenido que diluye la noción del tiempo y del gasto (ver figura 28).

La eficacia del diseño audiovisual radicó, por tanto, en su capacidad para mantener la atención a través de estímulos multisensoriales. Los juegos observados apelaron a la inmediatez y al refuerzo constante: las luces se intensificaban ante una ganancia y la pantalla se animaba con destellos, mientras que las pérdidas pasaban casi desapercibidas. Este desequilibrio entre el refuerzo positivo y la neutralidad del fracaso forma parte de una narrativa visual que prioriza el éxito como única experiencia visible, aumentando la sensación de progreso y motivación.

Por otra parte, el análisis demostró que la gamificación se integra a las interfaces de manera orgánica, convirtiéndose en una extensión del lenguaje audiovisual. En los fichados visuales se identificaron contadores de avance, barras de bonificación y efectos de sonido asociados a logros. Estos elementos, al igual que en los videojuegos tradicionales, refuerzan la percepción de control del usuario. Sin embargo, los testimonios revelaron que esta sensación era en muchos casos ilusoria. El usuario 3, que no tenía experiencia previa en casinos digitales, experimentó la ilusión de control durante un juego: “me sentí más viva que los demás, como si pudiera anticipar el momento justo para ganar”, comentó, para luego reconocer que perdió todo poco después. Este relato ejemplifica cómo la gamificación transforma la incertidumbre del azar en una secuencia de decisiones simuladas, donde el usuario cree dominar el resultado. El sistema ofrece la apariencia de autonomía, pero la estructura subyacente responde a un algoritmo que refuerza la permanencia.

El usuario 1, más familiarizado con estas plataformas, describió las tragamonedas como “una mezcla entre Candy Crush y apuestas”, destacando el uso de colores, combinaciones de figuras y efectos de recompensa inmediatos. Esta comparación mostró que las estrategias de diseño propias de los juegos casuales se trasladaron al entorno de los

casinos digitales, difuminando los límites entre entretenimiento y azar. Los usuarios percibieron satisfacción y tensión simultáneamente, una mezcla que potencia la retención. La eficacia del diseño audiovisual no se limitó a la funcionalidad, sino que se expresó en su poder para influir en las emociones y en las decisiones. En las pruebas de usabilidad se observó que, incluso cuando algunos usuarios reportaron confusión o sobrecarga cognitiva, la mayoría continuó interactuando durante más tiempo del previsto. Esto evidencia que la eficacia no dependió únicamente de la facilidad de uso, sino de la capacidad del sistema para mantener al jugador inmerso.

Los usuarios más experimentados destacaron la fluidez del sistema, la rapidez en las animaciones y la ausencia de tiempos muertos, aspectos que contribuyeron a la sensación de continuidad. El usuario 4 (entrevista personal, 15 de agosto de 2025).comentó que las partidas eran “muy rápidas” y que “el juego no te deja pensar entre una ronda y otra. Este testimonio ilustra la forma en que la eficacia opera como una estrategia de ritmo: la interfaz no sólo funcionó correctamente, sino que impuso un compás que redujo los intervalos de decisión. Por su parte, los usuarios novatos mostraron reacciones distintas. La usuaria 3 manifestó sentirse engañada, afirmando que “la plataforma me hacía pensar que estaba ganando cuando en realidad perdía más de lo que apostaba”. Este tipo de comentario señala un aspecto crítico del diseño persuasivo: la eficacia técnica puede derivar en manipulación perceptiva cuando los estímulos están orientados a sostener la interacción más que a facilitar la comprensión.

En términos de gamificación, el refuerzo constante se evidenció también en la estructura de recompensas. Los fichados mostraron cómo las plataformas premiaban acciones mínimas con animaciones, sonidos o efectos de brillo, configurando un sistema de micro-recompensas que mantenía la expectativa. Estas dinámicas, junto con la inmediatez visual y sonora, generaron una relación de dependencia emocional con la interfaz, donde la acción de apostar se convertía en respuesta refleja al estímulo.

Los resultados de las encuestas SUS y NPS permitieron observar cómo estos mecanismos inciden en la retención percibida. Aunque 1xBet obtuvo el puntaje más bajo de usabilidad (57,5), su NPS alcanzó un 12%, mientras que Bet365 y Stake registraron valores cercanos al 50%. Esta disparidad muestra que, aun cuando los usuarios identificaron dificultades de uso o inconsistencias visuales, un porcentaje significativo igualmente manifestó que podría recomendar la plataforma en determinadas circunstancias. El dato refuerza la idea de que la recomendación no depende exclusivamente de la usabilidad técnica, sino de factores emocionales, perceptivos y simbólicos que influyen en la valoración final de la experiencia. Este hallazgo sugiere que el impacto del diseño audiovisual y la gamificación fue tan fuerte que neutralizó los efectos negativos de la baja usabilidad. En otras palabras, la eficacia emocional del sistema superó la eficacia funcional. En las entrevistas, varios usuarios mencionaron que continuaban jugando “por curiosidad” o “para ver si salía el bono”, lo que evidencia que los mecanismos de retención no dependían exclusivamente del deseo de ganar, sino del interés por experimentar los estímulos audiovisuales que acompañaban cada jugada. Este comportamiento confirma que la gamificación no se limita a recompensas económicas, sino que produjo gratificación sensorial y simbólica.

La observación estructurada también mostró que el diseño audiovisual participó activamente en la construcción de la identidad del usuario dentro del entorno digital. Los juegos exhibían nombres, insignias y estadísticas personales que refuerzan la sensación de progreso y pertenencia. En términos de experiencia de usuario, esto se tradujo en un desplazamiento de la atención desde el resultado del juego hacia la vivencia misma de la interacción.

En conjunto, los hallazgos del trabajo de campo demostraron que el impacto del diseño audiovisual y los mecanismos de gamificación en los casinos digitales no sólo residió en su atractivo estético, sino también en su eficacia para modificar la conducta del usuario. Los colores vibrantes, las melodías repetitivas y las recompensas visuales generaron una

atmósfera de estímulo constante que sostuvo la atención incluso frente a la fatiga o la frustración.

La gamificación, integrada de forma casi invisible, reforzó la sensación de control y logro, transformando la incertidumbre del azar en una experiencia de participación continua. Así, el diseño audiovisual y la gamificación actuaron como dispositivos de eficacia persuasiva, capaces de convertir la interacción en hábito. Los usuarios se mantuvieron activos no sólo por la usabilidad del sistema, sino por el placer sensorial y la expectativa emocional que éste generaba. La retención, en este contexto, fue el resultado de un equilibrio entre estímulo y recompensa, donde cada elemento visual o sonoro operó como un recordatorio de continuidad.

De esta manera, el impacto del diseño audiovisual en los casinos digitales trascendió la estética y la funcionalidad, consolidándose como un componente estructural del modelo de negocio y como el principal motor de fidelización conductual. En términos de experiencia, la eficacia no se midió en facilidad de uso, sino en la capacidad del entorno para mantener al jugador conectado, excitado y dispuesto a continuar.

3.5. Experiencia de los usuarios y procesos de fidelización

El conjunto de resultados obtenidos a partir de las pruebas de usabilidad, las encuestas SUS y NPS, las entrevistas y los fichados visuales permitió comprender que la experiencia de usuario en los casinos digitales se estructura como un fenómeno integral que combina factores funcionales, perceptivos y emocionales. La relación entre los usuarios y las plataformas no se limitó a la interacción con una interfaz sino que fue, más bien, una vivencia cargada de estímulos sensoriales, expectativas y reacciones afectivas. Estas dimensiones confluyeron en la construcción de procesos de fidelización que trascendieron la satisfacción racional y se consolidaron en la repetición del uso y en la recomendación de las plataformas.

En este sentido, los resultados permiten identificar una dinámica emocional específica que organiza la experiencia del usuario en los casinos digitales. Esta dinámica marcada por oscilaciones entre euforia, tensión, sorpresa, frustración y alivio estructura la forma en que los jugadores interpretan cada ronda y condiciona su permanencia en la plataforma. No se trata únicamente de respuestas aisladas, sino de un ciclo emocional reiterado que se retroalimenta con cada estímulo audiovisual y cada microdecisión de juego. La fidelización, por lo tanto, no emerge como un proceso lineal ni consciente, sino como el resultado de una secuencia afectiva que alterna incertidumbre y recompensa, configurando un estado de implicación sostenida que mantiene al usuario inmerso incluso cuando reconoce los riesgos o expresa desconfianza.

Las observaciones demostraron que la experiencia de usuario estuvo marcada por una tensión constante entre control y azar. Los participantes que tenían cierta familiaridad con los casinos digitales mostraron una rápida adaptación a las interfaces, valorando la fluidez del sistema y la inmediatez de las respuestas. Los usuarios con menor experiencia, en cambio, manifestaron sensaciones de confusión, desorientación o duda frente a las acciones posibles. El usuario 3 relató que “no entendía nada” durante los primeros minutos de la prueba y que, sin advertirlo, apostó una cantidad mayor de dinero del que pretendía, lo que evidenció una falta de claridad en los *affordances* y una limitada comprensión de las jerarquías visuales. Sin embargo, tras una breve interacción, la misma usuaria describió un cambio emocional al sentirse “más viva que los demás” cuando logró un acierto, revelando cómo la plataforma transformó la confusión inicial en entusiasmo a través de la retroalimentación positiva del sistema (entrevista personal, marzo de 2025).

Esta dinámica emocional fue recurrente en los testimonios. Los usuarios alternaron entre la sensación de control y la percepción de pérdida, entre la frustración y la euforia. La experiencia no se desarrolló de manera lineal ni predecible, sino como un flujo constante de estímulos que los mantenía atentos. El usuario 6 mencionó que el sonido permanente y las animaciones rápidas le generaban “una sensación de alerta constante”, mientras que

el usuario 2 sostuvo que la automatización excesiva hacía que “el juego se sintiera demasiado rápido”, como si la interfaz tomara decisiones por él. En ambos casos, la eficacia del sistema no se midió por su claridad, sino por su capacidad de generar compromiso, es decir, de mantener al jugador inmerso en la secuencia interactiva.

Las plataformas, a través de sus diseños audiovisuales, fomentaron una forma particular de fidelización basada en la inmediatez y la fluidez. Cada acción encontraba una respuesta instantánea, sin tiempos de espera que interrumpieran la continuidad del juego (ver figura 121). El usuario 4 describió este ritmo con precisión al afirmar que “el juego no te deja pensar entre una ronda y otra”, lo cual reflejó una estrategia de diseño orientada a evitar los momentos de pausa o reflexión. La eficacia del sistema radicó en esta sensación de continuidad, donde cada jugada se enlazaba con la siguiente, creando una experiencia inmersiva que absorbía la atención del usuario.

Otro aspecto fundamental en la construcción de la fidelización fue la percepción de personalización y reconocimiento. Si bien las plataformas analizadas no ofrecían un nivel de personalización profundo, incluían elementos mínimos como el registro de historial, el saldo visible, las recomendaciones o la adaptación de las pantallas al idioma local que refuerzan la sensación de familiaridad y control. Estos detalles contribuyeron a la creación de un entorno digital donde los usuarios se sintieron reconocidos y contenidos, un factor que se había anticipado al definir la satisfacción como un componente esencial de la usabilidad, en tanto integra no sólo la eficacia y la eficiencia, sino también el reconocimiento simbólico del usuario dentro del sistema.

A su vez, las entrevistas revelaron que los mecanismos de gamificación jugaron un rol decisivo en la percepción de autonomía y en el desarrollo de la fidelización. Las plataformas ofrecieron la posibilidad de seleccionar montos, elegir el momento para retirar las ganancias o decidir entre distintos modos de juego. Estas opciones generaron una sensación de dominio sobre la experiencia, pero, como señaló la usuaria 3, ese control resultó ser “aparente”, ya que “al final siempre vas a perder, por más que elijas cuándo

retirarte”. Este tipo de afirmación muestra que la fidelización no se sustentó en la promesa de control real, sino en la ilusión de autonomía que el sistema propuso a través de decisiones simuladas. La experiencia se volvió atractiva precisamente porque ofrecía la posibilidad de elegir dentro de un marco predefinido, reforzando la idea de que el jugador es protagonista de su propia suerte.

La fidelización emergió entonces como una consecuencia de la combinación entre claridad funcional y estímulo emocional. En las plataformas más consistentes, como *Bet365* y *Stake*, los altos puntajes de usabilidad (SUS 72,5) coincidieron con las percepciones de satisfacción reportadas por los usuarios. En cambio, en *1xBet*, donde la usabilidad fue más baja (SUS 57,5), la fidelización se sostuvo a través del atractivo visual, la variedad de juegos y la intensidad sonora. Este contraste demostró que la fidelización no depende exclusivamente de la facilidad de uso, sino de la capacidad del entorno para mantener la atención y provocar placer (ver tabla 2,4,6).

El fichado visual confirmó que la estructura audiovisual de los casinos digitales estaba diseñada para sostener esa continuidad emocional. Los mensajes asociados a las pérdidas eran mínimos, discretos y sin música, mientras que las pantallas de ganancia ocupaban toda la escena con efectos de luz, confeti virtual y melodías triunfales. Este desequilibrio visual y sonoro generó una percepción distorsionada del resultado, haciendo que las pérdidas se sintieran menos significativas y las victorias se amplificaran emocionalmente. Como resultado, los usuarios permanecieron más tiempo conectados, buscando recrear la sensación placentera del triunfo.

Las entrevistas evidenciaron también la construcción de una memoria emocional asociada a la interfaz. Varios usuarios recordaron sonidos, colores y animaciones específicas de los juegos, lo que sugiere que la experiencia no se agotó en la interacción inmediata, sino que dejó una huella perceptiva que operó como incentivo para regresar. En este sentido, la fidelización se vinculó tanto a la gratificación instantánea como al recuerdo sensorial, configurando una forma de apego digital. El usuario 1, por ejemplo, comentó que los juegos

“parecen siempre los mismos, pero algo te hace seguir probando”, lo que refleja la paradoja entre la repetición estructural y la expectativa constante de novedad que el diseño propone. De este modo, la fidelización se construyó a partir de una experiencia emocional cíclica, donde la satisfacción, la frustración y la curiosidad se sucedieron de forma continua. Los usuarios experimentaron un flujo de sensaciones que los mantenía dentro del sistema, reforzado por la inmediatez del *feedback* y la presencia constante de estímulos visuales y sonoros. El entorno digital, lejos de presentarse como un espacio neutral, actuó como un agente activo en la configuración del comportamiento del jugador, moldeando sus expectativas y su permanencia.

La observación comparativa entre las plataformas permite confirmar que la fidelización no siempre se encuentra asociada a la confianza o a la transparencia del sistema, sino a su eficacia emocional. Las plataformas más inmersivas lograron que los usuarios permanecieran más tiempo, incluso cuando declaraban desconfianza o cansancio. Esto sugiere que la fidelización no debe interpretarse únicamente como lealtad consciente, sino también como una forma de permanencia inducida por estímulos. Tal como sostiene Schüll (2012), las interfaces de juego están diseñadas para generar un circuito cerrado de retorno, donde cada estímulo prepara la próxima interacción y cada recompensa simbólica refuerza la disposición a continuar.

La experiencia de usuario en los casinos digitales se reveló como un proceso donde la fidelización fue menos una consecuencia racional y más una construcción sensorial. La combinación entre diseño audiovisual, gamificación y retroalimentación constante generó un ecosistema de interacción que mantuvo a los usuarios inmersos, estimulados y emocionalmente comprometidos. Las plataformas no sólo buscaron que el usuario entendiera cómo jugar, sino que sintiera la necesidad de seguir haciéndolo.

Capítulo IV. El diseño UX como mediación simbólica y conflictiva

El presente capítulo invita a reflexionar sobre el papel del diseño UX en la construcción de experiencias, vínculos y significados dentro de los casinos digitales. A partir de los resultados obtenidos en el análisis de los casos de estudio *Bet365*, *Stake* y *1xBet* se articulan las variables trabajadas empíricamente con los conceptos teóricos desarrollados en los capítulos anteriores, para comprender cómo las estrategias de diseño condicionan la interacción y producen efectos de pertenencia simbólica.

El análisis permite afirmar que las interfaces digitales no solo operan como mediadoras funcionales entre el usuario y la plataforma, sino también como dispositivos culturales capaces de generar inmersión, retención y fidelización a través de estímulos sensoriales y narrativas interactivas. De este modo, el diseño se presenta como un lenguaje que organiza comportamientos y emociones en los entornos digitales de juego, y que a la vez plantea interrogantes éticos sobre su capacidad de persuadir, orientar y retener la atención del usuario.

Cada subcapítulo aborda la articulación propuesta a partir de una variable de la investigación. El primero aborda el papel de la usabilidad y la eficacia como dimensiones que, más allá de la claridad técnica, se transforman en recursos emocionales. El segundo analiza el lenguaje audiovisual como estructura de inmersión y narrativa sensorial. El tercero explora la gamificación como estrategia de pertenencia simbólica. El cuarto introduce una reflexión crítica sobre la ética del diseño y la interfaz como mediación cultural, y el último sistematiza los aportes al campo del diseño, destacando las contribuciones teóricas y metodológicas del estudio.

4.1. Usabilidad y eficacia: del control funcional a la eficacia emocional

El análisis de las tres plataformas evidencia que la usabilidad y la eficacia constituyen dimensiones centrales en la experiencia de usuario, aunque no determinan, por sí solas, la valoración positiva del sistema. Los resultados del System Usability Scale (SUS) mostraron puntuaciones medias a buenas, lo que indica que los usuarios lograron completar las tareas brindadas -apostar, modificar montos, navegar entre secciones- con relativa facilidad. Las interfaces resultan comprensibles, consistentes y funcionales. Sin embargo, el Net Promoter Score (NPS) reveló un fenómeno opuesto: la mayoría de los participantes manifiesta una baja o nula predisposición a recomendar las plataformas (ver encuesta 2,4,6). Este contraste pone en evidencia una diferencia esencial entre funcionar bien y ser recomendable.

Desde la teoría de la experiencia de usuario, este desajuste puede interpretarse a través de la distinción entre usabilidad pragmática y experiencia hedónica (Hassenzahl, 2010). La primera refiere a la eficiencia en la ejecución de tareas, mientras que la segunda, al placer, la emoción y el significado que la interacción produce. Los casinos digitales analizados son, en términos pragmáticos, eficaces, sus botones responden, las animaciones guían la atención y la navegación resulta fluida. Pero su eficacia técnica no se traduce en afinidad emocional ni en sentido positivo de pertenencia. El usuario comprende cómo funciona el sistema, aunque no se sienta cómodo con lo que el sistema representa.

Las entrevistas realizadas tras las pruebas de usabilidad permitieron entender con claridad este fenómeno: los participantes reconocen la funcionalidad de las plataformas, pero la mayoría explica su baja puntuación en el NPS por razones éticas o morales, no por deficiencias de diseño. “No la recomendaría porque el casino arruina a la gente, a la larga todos terminan perdiendo” (Usuario 1, entrevista personal, 31/7/2025), comentó uno de los usuarios, mientras otro sostuvo que “no tiene nada que ver con la plataforma, sino con que apostar puede volverse una enfermedad” (Usuario 1, entrevista personal, 31/7/2025). Estas respuestas muestran que la no recomendación se vincula principalmente con la percepción social del juego como una práctica adictiva y riesgosa, más que con el

desempeño de la interfaz. Esta preocupación aparece también en el testimonio del usuario 2, quien sostuvo que “no la recomendaría porque considero que los casinos son adictivos; los casinos online más todavía, porque es más fácil todo, estás en tu casa... solo con una transferencia ya podés estar jugando” (entrevista personal, 13/8/2025). Para este participante, la accesibilidad y la inmediatez intensifican el riesgo, por lo que evita recomendar la plataforma para no fomentar su consumo. A esta percepción se sumó el testimonio del usuario 4, quien profundiza en el papel del diseño en la toma de decisiones. Según su experiencia:

“No se las recomendaría a nadie, porque si bien es posible usarlas de forma recreativa, el diseño y los estímulos están tan bien pensados para generar ciertas emociones que la parte racional del cerebro no es capaz de tomar decisiones 100% conscientes en ese momento” (Usuario 4, entrevista personal, 15 de agosto de 2025).

Para este usuario, la combinación de estímulos visuales, sonoros y narrativos conduce a decisiones impulsivas y, con frecuencia, arrepentimientos posteriores. Además, advirtió que “el sistema financiero del casino está diseñado para que siempre salga ganando el negocio, por lo que los usuarios a la larga siempre terminan perdiendo”, señalando una desconfianza estructural hacia el funcionamiento económico de estas plataformas. Este testimonio refuerza la idea de que el rechazo no proviene del diseño en sí, sino de su finalidad y de la percepción de manipulación emocional asociada al entorno digital del juego. De los ocho participantes entrevistados, seis expresaron explícitamente que no recomendarían la plataforma, aun cuando reconocen que el diseño resulta atractivo, fluido o visualmente estimulante. Como afirmó un participante, “el problema no es la plataforma, sino lo que representa” (usuario 3, entrevista personal, 25/7/2025), mientras que otro enfatizó que “engancha demasiado fácil, está pensado para que no pienses entre una ronda y otra” (usuario 4, entrevista personal, 15/8/2025). En conjunto, estas expresiones revelan que la experiencia se percibe atractiva en el plano sensorial por la fluidez, la

inmediatez y los estímulos audiovisuales pero problemática en el plano ético y emocional, donde la posibilidad de adicción o pérdida introduce un conflicto que excede los atributos técnicos de la interfaz.

Desde esta perspectiva, la eficacia del diseño UX se enfrenta a un límite simbólico. Como señalan Sauro y Lewis (2012), un producto puede obtener un puntaje alto de usabilidad y aun así no generar lealtad, porque la satisfacción depende de factores que exceden la funcionalidad. En este caso, el entorno de juego digital despierta emociones contradictorias: placer inmediato y culpa posterior, fluidez técnica y rechazo moral. Esta tensión explica el SUS medio-alto combinado con un NPS bajo. El usuario reconoce la calidad del diseño, pero no legitima el propósito del sistema.

Los datos empíricos reforzaron, además, la lectura de Reichheld (2003), quien sostiene que la fidelidad del usuario depende menos de la facilidad de uso y más de la confianza y el valor percibido. Los casinos digitales son eficaces en mantener la atención, pero generan desconfianza respecto a sus fines. El sistema se percibe como funcional, pero también como manipulador. En términos de Norman (2004), la interfaz logra “comunicar sin explicar”, pero esa misma transparencia funcional revela el diseño persuasivo que subyace al entorno.

El fichado visual permitió observar que esta eficacia se construye a partir de estímulos visuales y sonoros intensos, diseñados para sostener la continuidad de la acción (ver tabla 1,2 y 3). Los botones principales destacan por color y movimiento, las animaciones de victoria ocupan toda la pantalla y los sonidos refuerzan el circuito de recompensa. La interfaz, en este sentido, cumple su función persuasiva, facilitar la acción y generar flujo. Sin embargo, esa misma eficacia sensorial limita la percepción de control y, con ello, la satisfacción consciente. El usuario experimenta fluidez, pero no dominio; placer, pero no pertenencia.

Este hallazgo sugiere una redefinición de la eficacia en el contexto del diseño UX . Más que una propiedad técnica, la eficacia se revela como un proceso emocional y simbólico

que puede sostener la interacción incluso en ausencia de confianza o afinidad ética. Las plataformas estudiadas muestran que es posible diseñar una experiencia fluida y placentera que, al mismo tiempo, los usuarios no deseen recomendar. En ese punto, la usabilidad se vuelve una herramienta paradójica: garantiza el acceso y la permanencia, pero no el vínculo. Por lo tanto, la relación entre usabilidad y eficacia en los casinos digitales no responde a un equilibrio funcional, sino a una tensión entre el diseño persuasivo y la ética del uso. El usuario reconoce la destreza del sistema, pero también percibe el riesgo implícito en su estructura. Este contraste pone en evidencia un fenómeno contemporáneo del diseño de experiencias: la eficacia emocional sin legitimidad social. Las plataformas cumplen con los principios básicos del diseño UX, pero su propósito de prolongar la interacción introduce un dilema moral que atraviesa toda la experiencia.

El análisis de la usabilidad y la eficacia muestra que la satisfacción no depende únicamente del correcto funcionamiento de la interfaz, sino del contexto simbólico y ético en el que esa experiencia ocurre. Los casinos digitales son ejemplos de un diseño altamente eficaz, pero emocionalmente ambiguo, dado que operan con precisión técnica, seducen sensorialmente, pero no logran construir confianza ni recomendación. Este hallazgo confirma que el diseño UX contemporáneo no puede evaluarse solo por su capacidad funcional, sino también por su impacto cultural y moral, aspectos que definen la verdadera eficacia de una propuesta de diseño en entornos de juego digital.

4.2. El lenguaje audiovisual como estructura de inmersión

El análisis de las plataformas de juego digital permite comprender que el diseño audiovisual constituye uno de los ejes más poderosos de la experiencia de usuario. En los entornos de casino, los recursos visuales y sonoros no cumplen una función ornamental, sino que se integran como parte estructural del flujo interactivo. Cada color, movimiento, sonido o animación se configura como un dispositivo de mediación sensorial, orientado a guiar la atención, estimular la acción y sostener la permanencia del jugador dentro del sistema.

En este contexto, la interfaz no comunica únicamente a través de íconos o textos, sino mediante un lenguaje audiovisual total que traduce la lógica del azar en una experiencia perceptiva continua. Las observaciones del fichado visual demostraron que los casinos analizados Bet365, Stake y 1xBet comparten una gramática visual orientada a la excitación y la inmediatez. Los fondos en movimiento, los destellos de color y los contrastes intensos se combinan con sonidos de recompensa y animaciones que acompañan cada victoria. Como señala Arnheim (1969), la percepción visual es también pensamiento, y por tanto, los estímulos visuales no solo atraen la vista, sino que configuran una manera de entender y actuar sobre el entorno. En las plataformas digitales, esta relación se potencia: el color no solo informa, sino que persuade; el sonido no solo acompaña, sino que refuerza la expectativa.

En Bet365, como se analizó en el capítulo anterior, el juego Sugar Rush emplea una paleta cromática saturada similar al conocido juego Candy Crush y un sistema de animaciones que ocupa toda la pantalla durante las jugadas ganadoras. La estética vibrante activa un tono emocional positivo que incentiva la repetición (ver figura 16). En Stake, por el contrario, la interfaz adopta un lenguaje visual más oscuro y minimalista, donde el contraste entre fondos grises y luces verdes transmite una sensación de control y sofisticación (ver figura 2). En 1xBet, en cambio, la sobrecarga de banners animados, tipografías múltiples y colores de alta intensidad produce un efecto de estímulo permanente, pero también de fatiga visual (ver figura 12). Estas diferencias muestran que el lenguaje audiovisual no es homogéneo, sino que cada plataforma elabora su propio equilibrio entre claridad, atracción y saturación, configurando un tipo particular de inmersión.

La dimensión sonora cumple un papel complementario. Los efectos auditivos de victoria campanas, leitmotifs, sonidos ascendentes refuerzan el circuito de recompensa descrito por Schüll (2012), quien plantea que las máquinas de azar fueron diseñadas para inducir un estado de flujo continuo, en el cual el jugador pierde la noción del tiempo. En los casinos digitales, esa lógica se actualiza a través del diseño UX, donde el sonido actúa como señal

de confirmación y gratificación, generando una respuesta emocional inmediata. Durante las entrevistas, como expresaron distintos participantes, “los sonidos te hacen seguir” (Usuario 4, entrevista personal, 15/08/2025), “te atrapan” (Usuario 6, entrevista personal, 18/09/2025) y “parece que ganás más de lo que realmente ganás” (Usuario 2, entrevista personal, 13/08/2025), reforzando la idea de que el estímulo sonoro potencia la continuidad de la acción.

Desde el punto de vista de la experiencia de usuario, esta integración entre lo visual y lo sonoro genera lo que Norman (2004) denomina una experiencia visceral, en la que la emoción precede al razonamiento. El jugador responde a estímulos que operan en el plano preconscious, donde la percepción se convierte en acción casi automática. Esto explica por qué los usuarios pueden reconocer las plataformas como funcionales y atractivas, pero a la vez desconfiar de ellas. El sistema emociona antes de informar, seduce antes de explicar. En términos de eficacia, el diseño logra captar la atención, pero en términos éticos, introduce un conflicto entre disfrute y manipulación.

En este sentido, el trabajo de Andronowicz (2020) sobre el diseño audiovisual de las máquinas tragamonedas en Buenos Aires ya había advertido que el componente visual y sonoro del casino está orientado a generar una “ilusión de control” y una sensación de éxito continuo. Los resultados del presente estudio extienden esa observación al entorno digital, demostrando que el lenguaje audiovisual no desaparece en la virtualidad, sino que se reconfigura en la interfaz. Los mismos principios -color, movimiento, repetición y sonido- son trasladados a la pantalla, donde cumplen la función de mantener activo el circuito de expectativa y recompensa.

La eficacia del lenguaje audiovisual se observa también en su capacidad para sustituir la arquitectura física del casino (ver figura 25). Donde antes había luces de neón, ruletas reales y sonidos de monedas, ahora hay animaciones vectoriales, efectos tridimensionales y jingles electrónicos (ver figura 27). Este cambio no implica una pérdida de intensidad sensorial, sino una transformación de su soporte. El espacio físico se convierte en un

espacio de estímulos digitales que conserva el mismo propósito: mantener al usuario inmerso .

En este sentido, el diseño audiovisual no es un agregado estético, sino el nuevo entorno del juego. A diferencia de otros productos digitales, los casinos online diseñan sus interfaces para que no existan pausas perceptivas. Los ciclos de sonido y animación se encadenan de forma que la pantalla nunca quede estática. Esta continuidad sensorial elimina el tiempo de reflexión y refuerza la sensación de presencia constante. Como resultado, el usuario experimenta una inmersión prolongada que, aunque placentera, reduce su distancia crítica frente al sistema. La interfaz se transforma en un entorno emocional autorreferencial, donde cada estímulo remite al siguiente y donde el diseño se convierte en una narrativa de permanencia.

4.3. Gamificación y pertenencia: la retención como experiencia simbólica

La gamificación ocupa un lugar central en la estructura de los casinos digitales y funciona como uno de los pilares más decisivos para explicar la permanencia de los usuarios dentro de estas plataformas. A diferencia del juego tradicional, donde la experiencia depende de reglas estables y delimitadas, los casinos digitales integran mecanismos de recompensa, progresión y repetición que transforman cada interacción en una secuencia continua de estímulos. Tal como plantea Deterding et al. (2011), la gamificación consiste en la incorporación de elementos propios del juego en contextos no lúdicos para influir en el comportamiento; en los casinos online, esta lógica se intensifica y atraviesa cada capa de la interfaz para sostener un ciclo emocional que favorece la retención.

En las plataformas analizadas, la gamificación aparece como un sistema transversal que estructura la experiencia desde el primer acceso. Los bonos de bienvenida, las rondas gratuitas, las animaciones de victoria y las funciones de auto-spin operan como disparadores que renuevan el interés del jugador y construyen una sensación de avance constante o victoria intermitente. Este tipo de diseño coincide con lo que Schüll (2012)

describe como el “punto de continuidad”: un estado en el que el usuario permanece dentro del sistema sin necesidad de tomar decisiones conscientes, guiado por un flujo ininterrumpido de estímulos. En juegos como Sugar Rush, este efecto se intensifica a través de animaciones expansivas, sonidos ascendentes y visualizaciones de “casi ganar” que refuerzan la ilusión de progreso incluso en situaciones de pérdida.

La ilusión de control emerge como uno de los mecanismos más fuertes de la gamificación en los casinos digitales. Aunque las probabilidades están rígidamente determinadas por el algoritmo, la interfaz presenta opciones que simulan decisión elegir el monto, activar o no el auto-spin, fijar una cantidad de giros o detener la ronda en un punto específico. Esta estructura coincide con los principios de la captología, definida por Fogg (2003) como el estudio de cómo las tecnologías digitales pueden influir, modelar o modificar comportamientos. Desde esta perspectiva, la interfaz no solo ofrece elecciones, sino que diseña micro-acciones que inducen comportamientos deseados, generando la percepción de agencia aun cuando el sistema opera bajo lógicas deterministas. Las entrevistas muestran con claridad cómo esta ilusión se instala: una usuaria remarcó que “al final siempre vas a perder, por más que elijas cuándo retirarte” (Usuario 3, entrevista personal, 15/08/2025), mientras otro participante afirmó que “uno siente que capaz si apuesta más, puede ganar más fácil” (Usuario 1, entrevista personal, 31/07/2025), reforzando la idea de que la interfaz puede moldear creencias y decisiones.

La repetición constituye otro eje fundamental del diseño gamificado. Los casinos digitales convierten la acción de apostar en un ciclo rápido, automático y fluido, donde cada ronda dura apenas unos segundos y se enlaza con la siguiente sin pausas. Schüll (2012) señala que las máquinas de azar están diseñadas para reducir la fricción entre jugadas; en su versión digital, esta lógica se perfecciona. La función de auto-spin, presente en las tres plataformas analizadas, sintetiza este principio: elimina la necesidad de intervención constante y habilita una secuencia de apuestas que se ejecuta de manera casi mecánica. Desde la captología, este tipo de automatización responde a un diseño que busca

minimizar la carga cognitiva para incrementar la probabilidad de repetición del comportamiento. En efecto, varios usuarios describieron este estado como “atrapante” o “difícil de interrumpir”.

En los casinos digitales, la gamificación configura un espacio perceptivo autónomo que encapsula al usuario dentro de un circuito de estímulos y retroalimentaciones. Más que separar el juego del mundo cotidiano, la interfaz crea un ambiente emocional propio donde el tiempo, la atención y las decisiones se reorganizan según el ritmo que propone el sistema. Esta atmósfera digital compuesta por animaciones expansivas, sonidos de recompensa, mensajes de “casi ganar” y secuencias automáticas de juego instala una narrativa interna en la que el usuario se percibe como protagonista de un flujo continuo de acción, aun cuando las probabilidades y los resultados están completamente determinados por el algoritmo. En este entorno, la pertenencia no surge de la habilidad ni del control real, sino de la continuidad emocional que el diseño produce ronda tras ronda.

Las plataformas organizan la interacción de modo que cada acción contribuya a consolidar esta identidad simbólica, generando una sensación de continuidad y pertenencia. Sin embargo, esta pertenencia no siempre se traduce en lealtad real. Los resultados del NPS mostraron que, aunque los usuarios permanecieron dentro de la plataforma durante las pruebas y reconocieron la intensidad de la experiencia, la mayoría no la recomendaría a otros (ver encuesta 2,4 y 6). Esta contradicción revela que la gamificación es eficaz para sostener la interacción inmediata, pero no necesariamente para construir una relación positiva a largo plazo. La pertenencia simbólica convive con una valoración negativa del sistema, especialmente por los riesgos asociados al juego y la percepción de manipulación. Las respuestas de los participantes lo expresan con claridad: “engancha demasiado fácil”, “está diseñado para que no pienses”, “te atrapa, pero no es sano”. Desde la captología, estos testimonios muestran cómo el diseño puede generar engagement sin generar confianza, un rasgo característico de las tecnologías persuasivas.

A nivel de diseño, esta ambivalencia permite comprender por qué la retención en los casinos digitales no depende solo de la usabilidad o del atractivo visual, sino de la creación de un entorno que combina gratificación inmediata, sensación de progreso y estímulos constantes. La gamificación articula estos elementos y los transforma en una experiencia unificada que impulsa al usuario a seguir jugando. En términos de diseño UX, este fenómeno permite observar cómo los principios de motivación, refuerzo y engagement se convierten en herramientas de alto impacto en entornos donde la emoción y la expectativa juegan un rol central. Integrar esta lectura con la captología permite entender que la retención no es un efecto accidental del diseño, sino el resultado de una arquitectura persuasiva planificada que modela acciones y percepciones para sostener la continuidad del juego.

4.4. Experiencia y ética del diseño: la interfaz como mediación cultural

El estudio de los casinos digitales revela que la interfaz no es únicamente un dispositivo técnico orientado a la ejecución de acciones, sino una mediación cultural que organiza percepciones, emociones y comportamientos. En estos entornos, el diseño UX excede ampliamente la función instrumental y se convierte en un agente que modula la experiencia del usuario, define ritmos de interacción y orienta prácticas de consumo. Esta dimensión cultural del diseño, trabajada por autores como Martín-Barbero (1987) y Scolari (2008), resulta especialmente visible en las plataformas de juego digital, donde cada decisión visual, sonora o estructural participa de un sistema de significación que condiciona la relación del usuario con el entorno.

En los casinos digitales, la interfaz funciona como un escenario que no sólo muestra opciones, sino que las legitima y las hace deseables. La arquitectura visual, la velocidad de las animaciones, la disposición de los botones y la presencia constante de estímulos auditivos producen un modo particular de estar en la plataforma: acelerado, emocional y orientado hacia la continuidad. Esta configuración coincide con la lógica que Schüll (2012)

denomina “machine zone”, un estado de inmersión en el que el usuario experimenta una suspensión parcial de la conciencia crítica y del cálculo racional. Si en las máquinas de azar físicas este estado se alcanzaba por repetición y ritmo, en los casinos digitales se potencia mediante la interacción audiovisual y la ausencia de interrupciones (ver figura 26). La interfaz, en este sentido, opera como un dispositivo de mediación cultural porque transforma la práctica del juego en una experiencia simbólica cargada de sentido. No se trata sólo de apostar, sino de “sentirse jugando”, participar de una estética, una narrativa de control, un entorno perceptivo que reconfigura la relación del usuario con el azar. Las entrevistas realizadas permiten observar este proceso. Los usuarios que reconocen explícitamente que “la plataforma engancha demasiado fácil” o que “hace que no pienses entre una ronda y otra” describen una experiencia donde la emocionalidad prevalece sobre la reflexión, reforzando la idea de que la interfaz actúa como un medio que produce modos de atención y de comportamiento.

Desde la perspectiva del diseño, esta dinámica plantea preguntas éticas centrales sobre la responsabilidad de quienes desarrollan este tipo de plataformas. Norman (2004) señala que una buena interfaz debe promover claridad, autonomía y comprensión; sin embargo, en los casinos digitales, estas cualidades conviven con estrategias que buscan generar excitación, continuidad y permanencia. El diseño, entonces, se sitúa en una zona ambigua, al mismo tiempo que facilita la interacción, puede inducir formas de dependencia emocional. Bauman (1998) y otros autores de la modernidad líquida ya advertían que las tecnologías contemporáneas tienden a promover vínculos intensos pero efímeros, atrapando a los usuarios en ciclos de deseo y frustración. Los casinos digitales actualizan esta lógica mediante un diseño que refuerza la inmediatez y reduce los tiempos de pausa, generando una experiencia que fluctúa entre el placer y la pérdida de control. El contraste entre los buenos niveles de usabilidad obtenidos en el SUS y los valores bajos del NPS también aporta evidencia para esta discusión (ver encuesta 1,2,3,4,5 y 6). Los usuarios encuentran interfaces claras, consistentes y funcionales, pero no por ello consideran que

la experiencia sea positiva o recomendable. Esta disociación revela que la interacción digital no puede evaluarse únicamente desde parámetros técnicos; requiere considerar las implicancias culturales, afectivas y éticas del diseño. En este punto, la interfaz adquiere un doble rol: habilita la acción y, simultáneamente, configura el sentido que el usuario le atribuye. Desde la óptica de la comunicación y del diseño, esta dualidad convierte a la interfaz en un mediador cultural capaz de influir en las prácticas, incluso cuando estas resultan perjudiciales o ambivalentes.

El análisis de las plataformas también muestra que los casinos digitales operan como entornos donde se intensifica la economía de la atención. Cada animación, cada efecto sonoro y cada estímulo visual está diseñado para sostener el foco, reducir la dispersión y generar un flujo continuo de actividad. Aquí se torna relevante el concepto de “captología” de Fogg (2003), entendido como el uso de tecnologías para modificar actitudes o comportamientos. En los casinos, esta captación se manifiesta en el diseño persuasivo que transforma la probabilidad en emoción, la incertidumbre en expectativa y la repetición en hábito. La interfaz no sólo media la experiencia, sino que dirige la atención, moldea la motivación y estructura la conducta.

Esta dimensión persuasiva obliga a revisar el rol del diseño UX como disciplina. Lejos de ser una actividad neutral, el diseño se vuelve un campo donde se disputan significados, intereses y efectos sociales. La pregunta ética central no reside en si las interfaces funcionan bien, el SUS indica que sí, sino en qué tipo de vínculos producen y qué emociones promueven. En los casinos digitales, la interfaz habilita una experiencia inmersiva, pero también reduce las barreras de autocontrol y facilita la continuidad del juego más allá del deseo racional del usuario. Esta tensión entre autonomía y persuasión convierte al diseño en un agente cultural cuya responsabilidad excede lo técnico. La interfaz de los casinos digitales debe entenderse como un espacio de mediación cultural donde se entrecruzan lo funcional, lo emocional y lo simbólico. A través de estrategias visuales, sonoras y estructurales, el diseño UX produce modos específicos de interacción

que influyen en la permanencia, la atención y la percepción del usuario. Esta lectura permite trascender la visión instrumental del diseñador y posicionarlo como un actor que participa activamente en la construcción de comportamientos y formas de consumo. La ética del diseño, en este contexto, deja de ser una dimensión secundaria para convertirse en un eje central que define cómo se concibe la experiencia y qué lugar ocupa el usuario dentro de ella.

4.5. El diseño como mediación conflictiva

El análisis de los casinos digitales permite comprender que el diseño no opera como una actividad neutral ni como un simple conjunto de decisiones técnicas orientadas a facilitar la interacción. Por el contrario, se revela como un espacio donde se disputan significados, intereses y efectos sociales que afectan la manera en que los usuarios interpretan, experimentan y recuerdan su paso por la plataforma. La teoría del diseño de experiencia suele presentar sus principios usabilidad, claridad, consistencia, satisfacción como universales y deseables; sin embargo, los resultados del estudio demuestran que estos principios adquieren un carácter conflictivo cuando se aplican en entornos donde el objetivo principal es la retención prolongada del usuario. En este sentido, el diseño UX se convierte en una mediación atravesada por tensiones entre lo que promete la teoría, lo que implementan las plataformas y lo que efectivamente experimentan los usuarios.

La teoría clásica del diseño de interacción (Norman, 2004; Nielsen, 1993) sostiene que una interfaz bien diseñada mejora la autonomía, reduce errores y promueve interacciones claras y satisfactorias. No obstante, los hallazgos empíricos muestran una discrepancia significativa entre estos postulados y el funcionamiento real de los casinos digitales. Si bien las plataformas evaluadas obtienen buenos puntajes de usabilidad en la escala SUS, la mayoría de los usuarios manifiesta rechazo emocional y ético hacia ellas, expresado mediante puntajes bajos en el NPS. Esto expone una tensión fundamental: una interfaz puede ser técnicamente “buena” pero social y moralmente problemática. Las métricas de

usabilidad no capturan la dimensión ética de la experiencia, ni el malestar asociado a sistemas diseñados para inducir continuidad más que para garantizar control consciente.

Esta contradicción se profundiza cuando se considera el marco de la captología (Fogg, 2003), que estudia cómo las tecnologías persuaden y moldean comportamientos. Los casinos digitales utilizan elementos propios de los sistemas persuasivos: microdecisiones guiadas, automatización mediante auto-spin, sonidos que refuerzan la recompensa, animaciones que amplifican las ganancias y minimizan las pérdidas. Estas estrategias, aunque eficaces en términos de engagement, generan experiencias que los usuarios describen como “atrapantes”, “difíciles de frenar” o incluso “no sanas”. La teoría del diseño UX propone crear experiencias fluidas que reduzcan fricciones, pero en estos entornos, la eliminación de frenos cognitivos se vuelve un mecanismo de retención con efectos emocionales ambivalentes. De este modo, la teoría y la práctica entran en conflicto: lo que la teoría define como fluidez, el usuario lo percibe como pérdida de control.

La mediación conflictiva del diseño se observa también en el lenguaje audiovisual. Mientras Arnheim (1969) afirma que la percepción visual es una forma de pensamiento, las plataformas analizadas convierten ese principio en un recurso para intensificar la acción. Los colores saturados, las animaciones expansivas, los sonidos triunfales y los mensajes de “casi ganar” operan como estímulos destinados a mantener la atención, pero al mismo tiempo generan una atmósfera emocional que los usuarios reconocen como manipuladora. Esta tensión aparece con claridad en los testimonios recogidos: “te atrapa, pero no es sano”, “está diseñado para que no pienses”, “parece que ganarás más de lo que realmente ganarás”. Así, el diseño audiovisual no solo guía al usuario; también construye una narrativa simbólica que transforma la interacción en una experiencia donde emoción y racionalidad entran en conflicto.

La investigación también permite incorporar el concepto de fidelización simbólica, una forma de vinculación que no se sostiene en la satisfacción técnica ni en la confianza, sino

en la intensidad emocional y perceptiva que la interfaz produce. A diferencia de la fidelización tradicional basada en la valoración positiva del sistema, la recomendación y el deseo de regresar de manera consciente la fidelización simbólica opera en un plano afectivo y pre-reflexivo, se construye en el recuerdo sensorial, en la expectativa generada por los ciclos de estímulo y en la continuidad emocional que las plataformas promueven ronda tras ronda. En este marco, el usuario no retorna porque la interfaz sea transparente, clara o confiable, sino porque la experiencia deja una huella perceptiva que mantiene viva la posibilidad del próximo resultado.

Este tipo de fidelización aparece con claridad en las entrevistas, donde varios usuarios reconocen no recomendar las plataformas por razones éticas, pero admiten que los sonidos, colores y animaciones “te hacen seguir”, “te atrapan” o “parece que ganás más de lo que en realidad ganás”. Estas expresiones evidencian que la permanencia y el retorno no se explican solo por los atributos de usabilidad evaluados en el SUS, sino por una dimensión emocional que genera un lazo ambiguo: rechazo racional y atracción sensorial conviven en un mismo sujeto. La fidelización simbólica se vuelve así un efecto emergente del diseño persuasivo, más cercano a la lógica del refuerzo intermitente que describe Schüll (2012) que a los principios clásicos de satisfacción del diseño UX.

Desde una perspectiva cultural, esta forma de fidelización expone la naturaleza no neutral del diseño en los casinos digitales. La experiencia no busca construir un vínculo estable, sino producir un estado emocional que conduzca a la repetición. En este sentido, la fidelización simbólica demuestra cómo las interfaces funcionan como mediaciones conflictivas: son capaces de generar continuidad sin generar confianza, pertenencia sin adhesión ética y retorno sin recomendación. Esta contradicción revela que la retención en los entornos de juego digital no se sostiene en la lealtad consciente, sino en la articulación entre emoción, expectativa y recuerdo, dimensiones que exceden las métricas tradicionales de la experiencia de usuario y confirman la necesidad de pensar al diseño como un dispositivo cultural y político.

Las entrevistas aportan una perspectiva fundamental para comprender esta dimensión conflictiva. Aunque los usuarios identifican funciones claras y una navegación fluida, también expresan malestar, sospecha o culpa frente al sistema. La ausencia de recomendación, incluso entre quienes experimentaron momentos de disfrute, demuestra que la eficacia funcional no basta para explicar la experiencia. La interfaz opera como un espacio de mediación cultural donde se entrelazan valores, afectos y tensiones éticas, tal como plantea Martín-Barbero (1987) al describir las mediaciones como entramados donde se negocian sentidos y no como canales neutros. En los casinos digitales, esta negociación adopta la forma de un conflicto entre entretenimiento y riesgo, placer y advertencia, autonomía percibida y persuasión estructural, configurando un escenario donde la experiencia técnica y la emocional no siempre coinciden. Desde esta perspectiva, el diseño aparece como un dispositivo que opera simultáneamente en dos planos: estético y político. Estético, porque organiza lo visible, lo audible y lo interactivo para producir una experiencia inmersiva; político, porque influye en comportamientos, moldea percepciones y afecta decisiones en contextos donde las consecuencias pueden ser sensibles. La investigación muestra que los casinos digitales no solo proporcionan una experiencia lúdica, sino que estructuran modos de participación que pueden favorecer patrones de dependencia o pérdida de control. Aquí se expresa de manera evidente la mediación conflictiva del diseño: aquello que promete claridad, placer y fluidez se convierte también en un espacio donde se negocian riesgos, expectativas y deseos.

Esta contradicción entre teoría y práctica convierte al diseño UX en un terreno donde se disputan intereses: los de la plataforma, que busca prolongar la interacción; los del usuario, que busca entretenimiento y control; y los de la ética del diseño, que busca generar prácticas responsables y transparentes. Los casinos digitales, al potenciar mecanismos de retención sensorial, ponen en tensión estos tres niveles. Por ello, la retención no puede ser entendida solo como éxito de diseño, sino como una construcción simbólica que moviliza emociones, percepciones y comportamientos. El diseño vinculado a los casinos digitales

se revela como una mediación conflictiva porque articula, en un mismo espacio, eficacia técnica, persuasión emocional y tensiones éticas. Las plataformas funcionan, seducen y retienen, pero no necesariamente generan confianza ni recomendación. La experiencia del usuario se convierte así en un territorio ambivalente donde la interfaz cumple su función instrumental, pero al mismo tiempo expone los límites éticos del diseño UX en entornos orientados a la continuidad y no al bienestar.

El análisis muestra que pensar el diseño como una práctica no neutral es indispensable para comprender su impacto cultural y social, así como para avanzar hacia enfoques que incorporen la responsabilidad y la reflexión crítica como dimensiones centrales de la disciplina. La investigación permite concluir que la eficacia de las interfaces en los casinos digitales no responde a una lógica lineal, sino a una fricción asimétrica y a una mediación conflictiva.

Los hallazgos demuestran una brecha significativa entre la usabilidad técnica (medida por el SUS) y la lealtad ética (medida por el NPS): mientras plataformas como Bet365 y Stake alcanzan niveles de usabilidad "buenos" (72,5 puntos), su nivel de recomendación es drásticamente bajo o nulo.

Esta paradoja se explica mediante la distinción entre usabilidad pragmática y experiencia hedónica (Hassenzahl, 2010). El diseño logra que el sistema sea fácil de usar, pero falla en dotarlo de un significado positivo, ya que el usuario percibe que la fluidez técnica está al servicio de la pérdida de autonomía.

En términos de Schüll (2012), el diseño audiovisual y los mecanismos de gamificación no buscan la satisfacción del usuario, sino la inducción a la "zona de la máquina", un estado de inmersión profunda donde la atención queda atrapada en un flujo de estímulos que anula la reflexión pausada

. Así, la retención no es una elección consciente, sino una fidelización simbólica construida por el diseño de arquitecturas persuasivas que explotan sesgos cognitivos para sostener la continuidad del juego

Conclusiones

La investigación desarrollada a lo largo de este trabajo permitió comprender de manera profunda cómo las estrategias de diseño de experiencia de usuario implementadas en los casinos digitales configuraron no solo la interacción técnica, sino también las emociones, los comportamientos y los significados que surgen en torno al juego en entornos virtuales. A partir del análisis de las plataformas Bet365, Stake y 1xBet, se evidenció que el diseño UX opera como una mediación compleja entre el usuario y el sistema en la que se entrelazan variables funcionales, sensoriales y simbólicas. Desde esta perspectiva, se demostró que las interfaces no son meros soportes tecnológicos, sino escenarios de experiencia donde se articulan el control, la recompensa y la pertenencia.

El proceso de investigación se enmarcó en una dimensión temporal que destaca la relevancia de estudiar el fenómeno en la Argentina. Durante los últimos años, especialmente desde el aislamiento obligatorio impuesto por la pandemia del Covid en el año 2020, los casinos en línea adquirieron una presencia sostenida en el mundo digital, incrementando su visibilidad a través de campañas publicitarias, patrocinios deportivos, acuerdos con medios de comunicación e influencers. Este proceso consolidó a las plataformas de juego como actores significativos dentro de la economía cultural contemporánea, generando nuevas prácticas de consumo, nuevas tensiones éticas y un debate creciente sobre el impacto social del juego online. Esta temporalidad reforzó la necesidad de estudiar la problemática desde el diseño, dado que la expansión reciente del sector permitió observar con claridad cómo los entornos digitales modelaron hábitos, emociones y comportamientos vinculados a la apuesta.

El recorrido de la investigación atravesó diferentes etapas que integraron teoría, metodología y trabajo empírico, organizadas de manera progresiva para construir una mirada crítica y sistemática del fenómeno de los casinos digitales. El capítulo 1 ofreció el marco histórico y contextual del estudio, centrado en el surgimiento, expansión y consolidación de los casinos en línea desde los años noventa hasta la actualidad. Cabe

precisar que el análisis presentado en este punto constituye una síntesis de los hallazgos y conjeturas iniciales alcanzadas en la etapa de contextualización, los cuales son objeto de un desarrollo más exhaustivo y una mayor profundidad analítica en los apartados subsiguientes de este capítulo final. Bajo esta premisa, se analizó cómo la digitalización del entretenimiento y la aparición de plataformas globales transformaron las prácticas tradicionales del juego, habilitando un acceso permanente, deslocalizado y mediado por estímulos interactivos. También se exploró la situación particular de la Argentina, donde la regulación del juego online varió según cada jurisdicción: mientras que muchos distritos mantuvieron restricciones, la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y la Provincia de Buenos Aires avanzaron en los últimos años en marcos regulatorios específicos. Este proceso evidenció que el juego en línea se consolidó como un fenómeno cultural complejo, ligado a nuevas formas de consumo digital y a la transformación del azar en un producto audiovisual e interactivo que compite por la atención del usuario en un ecosistema saturado de estímulos

El capítulo 2 profundizó el marco teórico y conceptual que sustentó el análisis desde el enfoque disciplinar, reuniendo los principales aportes del diseño UX, la semiótica y los estudios de la comunicación digital. Desde el enfoque de la experiencia de usuario, se retomaron los planteos de Norman (2004) y Nielsen (1993) sobre usabilidad, eficacia y satisfacción, y se los puso en diálogo con perspectivas críticas como las de Arnheim (1969), Martín-Barbero (1987) y Schüll (2012), que incorporaron la dimensión simbólica y cultural de las interfaces. Este capítulo estableció las categorías de análisis aplicadas luego en el trabajo empírico usabilidad, diseño audiovisual, gamificación y fidelización y permitió consolidar un enfoque interdisciplinario que articuló lo técnico, lo perceptivo y lo cultural dentro del diseño.

Estas categorías se demostraron fundamentales en los resultados del estudio. La usabilidad permitió identificar niveles diferenciados de claridad, consistencia y comprensión entre plataformas; el diseño audiovisual reveló su papel central en la producción de

inmersión mediante estímulos visuales y sonoros de alta intensidad; la gamificación evidenció cómo los mecanismos de recompensa y las opciones de auto-spin sostenían la continuidad del juego incluso frente a fricciones de uso; y la fidelización mostró que la permanencia de los usuarios no se explica solo por la funcionalidad, sino por una dinámica emocional de retorno marcada por la alternancia entre expectativa, frustración y euforia. De este modo, el capítulo 2 estableció los ejes que luego permitieron comprender cómo el diseño produce y organiza la experiencia de los juegos en línea.

El capítulo 3 presentó el proceso metodológico y el desarrollo del trabajo de campo, describiendo con precisión las decisiones y procedimientos adoptados. Se explicaron las técnicas utilizadas como el fichado visual, las pruebas de usabilidad (SUS), las métricas de recomendación (NPS) y las entrevistas cualitativas y se justificó la elección de una muestra intencional de usuarios con diferentes grados de experiencia en plataformas de juego. Asimismo, se argumentó la pertinencia de los tres casos seleccionados, Bet365, Stake y 1xBet, por su presencia en el mercado argentino y su relevancia en el ámbito global. Este capítulo permitió traducir los objetivos teóricos en una estrategia empírica capaz de medir, comparar e interpretar la experiencia de usuario desde una perspectiva crítica, y arrojó una serie de hallazgos clave. Las pruebas SUS mostraron diferencias significativas en la claridad y consistencia entre plataformas, mientras que el fichado visual reveló el peso del diseño audiovisual en la generación de inmersión. Las entrevistas permitieron identificar oscilaciones emocionales marcadas por la alternancia entre confusión, entusiasmo y pérdida de control, y el NPS evidenció que la usabilidad técnica no se traduce necesariamente en recomendación, debido a las percepciones éticas y los riesgos asociados al juego online. En conjunto, estos resultados constituyeron la base empírica sobre la cual se construyó la discusión crítica del capítulo siguiente.

Finalmente, el capítulo 4 ofreció la discusión y el análisis de los resultados, articulando los hallazgos del campo con la hipótesis y los conceptos revisados. En este apartado se profundizó cómo la usabilidad y la eficacia no operaron solo como dimensiones técnicas,

sino como factores capaces de generar respuestas emocionales que sostuvieron la interacción. El capítulo mostró que el diseño audiovisual funcionó como una estructura de inmersión que organizó la atención del usuario y amplificó la percepción de recompensa, mientras que los mecanismos de gamificación evidenciaron su capacidad para producir continuidad incluso frente a la desconfianza o la falta de recomendación. También se observó que la fidelización no se construye como una lealtad consciente, sino como una permanencia emocional derivada del ciclo de estímulos que caracteriza a estas plataformas. En conjunto, el capítulo dejó como aprendizaje central que la retención en los casinos digitales no se explica únicamente por la claridad funcional, sino por la combinación entre estímulo sensorial, narrativa interactiva y dinámicas afectivas, elementos que permiten comprender el diseño UX como un dispositivo cultural capaz de modelar comportamientos.

En conjunto, el recorrido por los cuatro capítulos permitió construir una visión integral del fenómeno de estudio y posicionar al diseño de experiencia de usuario como un campo que combina dimensiones técnicas, simbólicas y éticas, ofreciendo una comprensión más profunda del juego digital como práctica cultural y comunicacional contemporánea.

El desarrollo del trabajo enfrentó, sin embargo, un obstáculo central: la escasez de bibliografía y material académico específico sobre casinos digitales y diseño UX aplicado al juego online. La mayoría de los estudios existentes provenía de la psicología del consumo o de la economía, y no desde el campo del diseño. Esta limitación obligó a recurrir a fuentes complementarias, informes técnicos y literatura internacional, así como a construir un marco conceptual interdisciplinario que integrase autores del diseño, la semiótica, la psicología cognitiva y los estudios culturales. Si bien representó una dificultad inicial, este vacío bibliográfico también confirmó la relevancia del tema y la necesidad de producir conocimiento académico local en torno al diseño de plataformas de juego digital. Este proceso de desarrollo permitió no solo avanzar desde la teoría hacia la práctica, sino también regresar desde el análisis empírico a la reflexión crítica. Cada capítulo aportó un

nivel de comprensión distinto que, en conjunto, permitió observar cómo las decisiones de diseño en los casinos digitales inciden tanto en la funcionalidad del sistema como en la percepción subjetiva del usuario. La articulación entre los enfoques teóricos y los resultados obtenidos dio lugar a un cuerpo de conocimiento que combinó observación, análisis y contraste entre los casos, consolidando así un marco interpretativo sólido para la elaboración de las conclusiones generales.

A partir de este recorrido integral, fue posible identificar los hallazgos más significativos de la investigación y profundizar en su relación con la hipótesis planteada. Los resultados del trabajo empírico basado en el fichado visual, las pruebas de usabilidad (SUS), las métricas de recomendación (NPS) y las entrevistas cualitativas evidenciaron que la usabilidad técnica y la eficacia emocional coexistieron, pero no necesariamente se correspondieron. Los puntajes medios del SUS indicaron que las plataformas fueron comprensibles y funcionales; sin embargo, los valores bajos del NPS mostraron que esa facilidad de uso no se tradujo en recomendación ni en satisfacción sostenida. Esta contradicción retoma directamente lo propuesto en el capítulo 3: la decisión de combinar técnicas cuantitativas y cualitativas permitió observar que un buen rendimiento funcional no garantiza una valoración positiva del sistema. De este modo, los resultados se explican por la triangulación técnica planteada previamente, el SUS reveló la dimensión técnica, mientras que el NPS y las entrevistas expusieron las tensiones éticas y afectivas presentes en la experiencia.

Las entrevistas complementarias profundizaron esta diferencia, tal como fue anticipado en el capítulo 3 al justificar su inclusión para captar percepciones subjetivas. La mayoría de los participantes no recomendó las plataformas por razones éticas vinculadas con la posibilidad de adicción y la percepción del juego como práctica perjudicial. Estas respuestas evidenciaron que la usabilidad alcanzó niveles aceptables desde lo técnico, pero encontró un límite en la dimensión moral y emocional del uso, un aspecto que solo pudo identificarse gracias a la metodología cualitativa incorporada en el diseño del estudio.

Este hallazgo amplió las definiciones clásicas de usabilidad (Nielsen, 1993; Norman, 2004), mostrando tal como se propuso en la operacionalización del capítulo 3 que la eficacia debía evaluarse no solo a partir de la claridad funcional, sino también del sentido que los usuarios asignaron a la experiencia. La estrategia metodológica permitió mostrar que el diseño UX organizó la información y facilitó tareas, pero también construyó vínculos afectivos y narrativas simbólicas, un aspecto que emergió con fuerza en las entrevistas.

El lenguaje audiovisual constituyó otro hallazgo clave del estudio, directamente vinculado con el fichado visual desarrollado en el capítulo 3. Las imágenes, los sonidos y las animaciones funcionaron como un sistema coherente de persuasión visual. En Bet365 predominaron colores vibrantes y animaciones expansivas; en Stake, tonos oscuros y luces que transmitieron control; en 1xBet, una saturación visual intensa que afectó la legibilidad. Estas diferencias se identificaron específicamente gracias al análisis sistematizado aplicado en el fichado visual, que permitió comparar cada plataforma desde criterios homogéneos definidos metodológicamente.

Asimismo, los mecanismos de gamificación revelaron cómo la lógica de recompensa sostenía la participación, tal como se anticipó al definir esta variable en el capítulo 3. Funciones como el auto-spin, las bonificaciones y las animaciones de victoria generaron una ilusión de control que reforzó la permanencia del jugador. Las entrevistas mostraron, sin embargo, que esta aparente autonomía no se tradujo en lealtad real, sino en una dinámica emocional ambivalente. Este cruce entre datos cuantitativos y cualitativos fue posible gracias a la triangulación de técnicas que estructuró el trabajo de campo.

En conjunto, los hallazgos empíricos confirmaron la hipótesis general: las estrategias de diseño UX incidieron significativamente en el interés y la retención de los usuarios, aunque lo hicieron a través de procesos sensoriales y emocionales más que funcionales. Este fenómeno solo pudo evidenciarse por la estrategia metodológica planteada en el capítulo 3, que permitió observar cómo lo técnico y lo emocional se fusionaron en la interfaz. Los usuarios permanecieron no por la simplicidad del sistema, sino por la intensidad del

estímulo, aspecto que se capturó gracias a la combinación entre métricas SUS/NPS, fichados visuales y entrevistas.

En términos teóricos, el estudio propuso una serie de aportes que ampliaron la comprensión del diseño de experiencia, directamente vinculados con los resultados discutidos en el capítulo 4. En primer lugar, introdujo la noción de eficacia emocional, observada en los análisis del fichado visual y las entrevistas que evidenciaron cómo los estímulos audiovisuales no solo guiaron la acción, sino que generaron compromiso y continuidad incluso cuando los usuarios declaraban desconfianza o rechazo moral. En segundo lugar, desarrolló el concepto de fidelización simbólica, a partir de los hallazgos que mostraron que la permanencia del usuario no dependió de la facilidad de uso, sino de una dinámica emocional marcada por la alternancia entre expectativa, euforia y frustración. Finalmente, los resultados del capítulo 4 permitieron reafirmar la idea de la interfaz como mediación cultural (Martín-Barbero, 1987), al mostrar que las plataformas no ofrecieron solo funciones técnicas, sino experiencias cargadas de significados que organizaron valores, conductas y modos de interacción. En el plano metodológico, la investigación aportó una estrategia capaz de capturar esa complejidad, cuya eficacia quedó demostrada en el análisis comparativo desarrollado en el capítulo 4. La combinación entre análisis visual, métricas cuantitativas (SUS y NPS) y entrevistas cualitativas permitió revelar dimensiones que no habrían sido identificadas con un solo tipo de técnica, fortaleciendo la validez de los resultados a través de la triangulación de datos. La combinación entre análisis visual, métricas cuantitativas (SUS y NPS) y entrevistas cualitativas permitió revelar dimensiones que no habrían sido identificadas con un solo tipo de técnica. El SUS mostró el rendimiento funcional; el NPS, las tensiones éticas y morales; y las entrevistas, los matices afectivos y perceptivos de la experiencia. Esta triangulación descrita en el capítulo 3 y aplicada en el capítulo 4 permitió comprender que la interacción digital no podía medirse únicamente en términos de eficiencia, sino también de significado, percepción y emoción.

Finalmente, los resultados invitaron a reflexionar sobre los desafíos éticos y disciplinarios del diseño contemporáneo, tal como se discutió en el cierre del capítulo 4. En un contexto donde la atención operó como un recurso escaso, el diseño se consolidó como un agente capaz de moldear la conducta y las emociones del usuario. Los casinos digitales funcionaron como un laboratorio extremo donde se pusieron a prueba los límites de la persuasión, evidenciando que la eficacia emocional puede prevalecer sobre la autonomía del jugador. Reconocer esta dimensión no implicó negar la función del diseño, sino asumirla críticamente. El diseñador, más que un creador de interfaces funcionales se configuró como un mediador cultural responsable de producir experiencias que, además de eficaces, fueran conscientes, inclusivas y sostenibles.

La tesis buscó generar un aporte interdisciplinario al estudio del diseño UX en los entornos de juego digital, articulando perspectivas del diseño de interacción, el diseño audiovisual, la semiótica y la comunicación y los *game studies*. En conjunto, estos enfoques permitieron analizar las interfaces no sólo como dispositivos funcionales, sino como espacios culturales cargados de significados, emociones y dinámicas de consumo. Las conclusiones demostraron que la usabilidad, la gamificación y el diseño audiovisual son herramientas que, combinadas, construyen experiencias inmersivas, emocionalmente eficaces y culturalmente significativas. Sin embargo, también revelaron la necesidad de repensar los límites éticos del diseño cuando la eficacia se transforma en manipulación y la interacción en dependencia. Desde el campo del diseño, el desafío consiste en crear experiencias que no sólo atrajeron, sino que también buscaron empoderar al usuario y promovieron un vínculo más reflexivo y crítico con este tipo de tecnologías.

Es preciso señalar que el presente estudio, al adoptar un enfoque eminentemente cualitativo y exploratorio, presenta limitaciones que enmarcan el alcance de sus resultados. En primer lugar, la escasez de bibliografía académica específica que aborde los casinos digitales desde la disciplina del diseño UX en Argentina obligó a construir un marco

interdisciplinario complejo, integrando autores de la semiótica, la comunicación y la psicología cognitiva para cubrir este vacío teórico.

En segundo lugar, el tamaño de la muestra de ocho participantes, si bien permitió obtener una profundidad interpretativa valiosa para un estudio descriptivo, no posibilita la generalización estadística de los hallazgos a la totalidad de la población de jugadores. Asimismo, el alcance se centró en un rango etario específico (18 a 35 años) y en el mercado argentino, lo que deja fuera otras realidades demográficas y regulatorias. Finalmente, la investigación se restringió exclusivamente a las dinámicas de los casinos digitales (slots y juegos de azar), excluyendo deliberadamente a las apuestas deportivas debido a que estas poseen estructuras de interacción y lógicas de riesgo profundamente diferentes que habrían afectado la coherencia analítica del trabajo.

La investigación dejó abiertas varias líneas posibles de investigación futura para continuar explorando el diseño UX en entornos de juego digital. Una de las proyecciones más relevantes consiste en extender el análisis hacia las casas de apuestas deportivas, un sector que combina dinámicas de predicción, inmediatez e incertidumbre que difieren parcialmente de los casinos digitales. En estos espacios, el usuario toma decisiones en función de datos, estadísticas y probabilidades fluctuantes, lo que habilita nuevos interrogantes sobre cómo los principios de usabilidad, diseño audiovisual y gamificación intervienen en la percepción del riesgo y en la construcción de sentido dentro de una interfaz orientada al cálculo. Analizar comparativamente ambos modelos permitiría profundizar en el modo en que los sistemas digitales moldean hábitos de decisión y participación en experiencias marcadas por la temporalidad y la expectativa de ganancia. Asimismo, la investigación abrió la posibilidad de estudiar con mayor detalle los efectos del diseño persuasivo en distintos perfiles de usuarios. El trabajo de campo evidenció que las reacciones frente a las interfaces variaron según la familiaridad con el entorno digital y con el juego. Futuras investigaciones podrían indagar cómo usuarios novatos, experimentados o vulnerables interpretan, resisten o internalizan los estímulos sensoriales y los

mecanismos de recompensa. Esta línea permitiría analizar la relación entre diseño, autonomía y riesgo, y contribuir a la discusión sobre prácticas de diseño responsable o centrado en el bienestar del usuario.

Otra línea futura de investigación podría centrarse en ampliar el análisis hacia otras plataformas de casinos digitales disponibles en Argentina, más allá de Bet365, Stake y 1xBet. El mercado local incorporó en los últimos años una serie de operadores habilitados por las jurisdicciones provinciales, cada uno con propuestas visuales, modelos de negocio y niveles de regulación distintos. Explorar estas plataformas permitiría identificar variaciones en la usabilidad, en la intensidad de los estímulos audiovisuales y en los mecanismos de fidelización implementados, así como analizar cómo cada empresa adapta su diseño a los requisitos normativos, culturales y publicitarios del contexto argentino. Este recorrido ampliado ofrecería una comprensión más completa del ecosistema nacional de juego digital y permitiría contrastar prácticas, tendencias y estrategias de diseño en un mercado en plena expansión.

Otra proyección posible involucraría la exploración de modelos de diseño ético para plataformas de juego, orientados a contrarrestar la sobreestimulación visual y sonora, la automatización excesiva o la opacidad algorítmica. El estudio mostró que la claridad funcional no siempre se vincula con la transparencia del sistema, por lo que futuras investigaciones podrían evaluar cómo rediseñar interfaces que integren información sobre probabilidades reales, límites autoimpuestos o herramientas de autocontrol. Esta línea permitiría avanzar hacia políticas de diseño que equilibren eficacia e integridad, ampliando la discusión sobre la responsabilidad del diseñador en contextos de consumo sensible.

Finalmente, la investigación dejó planteado el interés por estudiar la relación entre memoria sensorial y retorno del usuario. Los testimonios recogidos mostraron que los sonidos, colores y animaciones persistieron como recuerdos asociados a la experiencia, lo que podría funcionar como un incentivo de regreso. Futuras exploraciones podrían analizar cómo ciertos estímulos se fijan cognitivamente y cómo influyen en la intención de retorno

o en la percepción del placer, aportando una mirada más profunda sobre los vínculos afectivos y perceptivos que se construyen en el juego digital.

En definitiva, la investigación demostró que el diseño UX ocupa un lugar decisivo y no neutral en la configuración de las experiencias de juego digital. Analizar los casinos desde la disciplina del diseño permitió visibilizar cómo las interfaces modelan formas de atención y relación con el riesgo, convirtiéndose en agentes activos dentro de un sistema cultural donde la eficacia emocional a menudo se prioriza sobre el bienestar del jugador. La tesis confirma que las plataformas de juego no son simples productos tecnológicos, sino entornos comunicacionales atravesados por tensiones éticas y dinámicas afectivas que exceden la funcionalidad técnica.

Este trabajo aporta una lectura crítica que invita a repensar la responsabilidad del diseñador en contextos donde la interfaz adquiere un poder simbólico capaz de condicionar la conducta. Se plantea, por tanto, la necesidad urgente de avanzar hacia marcos de diseño responsable y transparente, que utilicen las herramientas de la experiencia de usuario no para atrapar la atención, sino para fortalecer la autonomía y la protección del individuo en la cultura digital contemporánea.. La tesis confirmó que las plataformas de juego no pueden comprenderse únicamente como productos tecnológicos, sino como entornos comunicacionales atravesados por significados, tensiones éticas y dinámicas afectivas que exceden la funcionalidad.

Este trabajo, entonces, aportó una lectura crítica que invita a repensar el rol del diseño en contextos donde la eficacia emocional puede convertirse en dependencia, y donde la interfaz adquiere un poder simbólico que condiciona la conducta del usuario. En este sentido, el estudio dejó planteado el desafío de continuar desarrollando prácticas y marcos conceptuales que permitan un diseño más transparente, consciente y responsable, capaz de ampliar la autonomía del usuario y de contribuir a un futuro digital más reflexivo y sostenible.

Lista de Referencias bibliográficas

- Abarbanel, B., y Gainsbury, S. (2019). Gambling, online gaming and the social interface: Friend or foe? *Journal of Gambling Issues*, (41), 22–48.
- Andronowicz, N. (2023). *Art and Visual Perception: A Psychology of the Creative Eye*. University of California Press.
- Arnheim, R. (1954). *Art and Visual Perception: A Psychology of the Creative Eye*. University of California Press.
- Barthes, R. (1964). *Elementos de semiología*. Ediciones Tiempo Contemporáneo.
- Bauman, Z. (1998). *Globalization: The Human Consequences*. Columbia University Press.
- Baudrillard, J. (1970). *La sociedad de consumo*. Editorial Siglo XXI.
- Bertin, J. (1983). *Semiology of Graphics: Diagrams, Networks, Maps*. University of Wisconsin Press.
- Brignull, H. (2023). Deceptive patterns: Exposing the tricks tech companies use to control you. Testimonium.
- Brooke, J. (1996). SUS: A “quick and dirty” usability scale. En P. W. Jordan, B. Thomas, B. A. Weerdmeester y A. L. McClelland (Eds.), *Usability Evaluation in Industry* (pp. 189–194). Taylor y Francis.
- Cabot, A. (2021). *The law of gambling and regulated gaming*. Carolina academic press Durham, North Carolina.
- Creswell, J. W., y Poth, C. N. (2018). Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (4ta ed.). SAGE Publications.
- Costa, J. (2004). *La imagen corporativa en el siglo XXI*. Editorial Gustavo Gili.
- Dans, E. (2021). *La tecnología o cómo enfrentarnos al futuro sin miedo*. Editorial Deusto.
- Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., y Nacke, L. (2011). From game design elements to gamefulness: Defining “gamification”. *Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference*, 9–15. <https://doi.org/10.1145/2181037.2181040>
- Dow Schüll, N. (2012). *Addiction by Design: Machine Gambling in Las Vegas*. Princeton University Press.
- Echeverría, J. (1999). *La semiótica en la era digital*. Editorial Tecnos.
- Fogg, B. J. (2003). *Persuasive technology: Using computers to change what we think and do*. Morgan Kaufmann.
- Gainsbury, S. M., Blaszczynski, A., y Gallet, T. (2021). Gaming and gambling industry response to COVID-19. *Journal of Gambling Studies*, 37(2), 123-140.
- García, R. (2006). Sistemas complejos: Conceptos, método y fundamentación epistemológica de la investigación interdisciplinaria. Editorial Gedisa.

- Gray, C. M., Sanchez Chamorro, L., Obi, I., y Duane, J. N. (2023). Mapping the landscape of dark patterns. ACM (Association for Computing Machinery).
- Griffiths, M. D., y Parke, A. (2010). *The social impact of internet gambling*. *Social Science Journal*, 47(2), 238-251.
- Griffiths, M. D. (2008). Impact of gambling on the health of individuals and populations. In M. C. H. Ghodse (Ed.). *Addiction and mental health* (pp. 98–112). Royal Society of Medicine Press.
- Haber Guerra, E. (2017). *Comunicación digital y nuevos medios: Fisuras epistemológicas*. Editorial UOC.
- Hassenzahl, M. (2018). Experience design: Technology for all the right reasons. Morgan y Claypool Publishers.
- Hassenzahl, M. (2010). *Experience Design: Technology for All the Right Reasons*. San Rafael: Morgan y Claypool.
- Hassenzahl, M. y Tractinsky, N. (2006). User experience – a research agenda. *Behaviour y Information Technology*, 25(2), 91–97. <https://doi.org/10.1080/01449290500330331>
- Hall, S. (1984). *Notes on deconstructing "the popular"*. In R. Samuel (Ed.), *People's history and socialist theory*. Routledge.
- ISO 9241-11. (2018). *Ergonomics of human-system interaction—Part 11: Usability: Definitions and concepts*. International Organization for Standardization. <https://www.iso.org/standard/63500.html>
- Kelley, T., y Kelley, D. (2013). *Creative Confidence: Unleashing the Creative Potential Within Us All*. Crown Business.
- Lidwell, W., Holden, K., y Butler, J. (2010). *Universal Principles of Design*. Rockport Publishers.
- Leiva. (2023). Criptomonedas: ¿qué regulaciones hay y por qué faltan datos oficiales sobre este negocio?. El Explicador Economía. Chequedao
- Lopez-Gonzalez, H., y Griffiths, M. D. (2018). Understanding the convergence of markets in online sports betting. *International Review for the Sociology of Sport*, 53(7), 807-823.
- López Portal, María Victoria. (2021). El uso de gamificación y los recursos digitales en el aprendizaje
- Loyola López, J. (2023). Impacto del distanciamiento físico en las adicciones: El caso de los casinos en línea. *Revista de Salud Mental*, 30(2), 145-156.
- Makarov, D., y Plant, R. (2021). The growth of online gambling during COVID-19: Risks and benefits. *Digital Entertainment Journal*, 45(3), 212–229.
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. MIT Press.

- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili.
- Marradi, A., Archenti, N., y Piovani, J. (2007). *Metodología de las ciencias sociales*. Eudeba.
- Martínez, P., y Durán, P. (2020). Juego en línea en Argentina [Informe]. Fundación Centro de Estudios Económicos y de Comunicación (FCECE).
- McGarrigle, J., Smith, J., Griffiths, J., Torrance, J., Quigley, M., y Dymond, S. (2026). Dark patterns in online gambling: A scoping review and classification of deceptive design practices.
- Morin, E. (1990). *Introducción al pensamiento complejo*. Editorial Gedisa.
- Newall, P. W. S., y Rockloff, M. (2022). Sludge and dark nudges in the gambling industry. En *Sludge: What stops us from getting things done and what to do about it*.
- Nielsen, J. (1993). *Usability Engineering*. Academic Press.
- Nielsen, J., y Molich, R. (1990). Heuristic evaluation of user interfaces. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 249–256. <https://doi.org/10.1145/97243.97281>
- Norman, D. A. (2004). *Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things*. Basic Books.
- Pine, B. J., y Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review*, 76(4), 97–105.
- Piscitelli, A. (2009). *Nativos digitales y la nueva economía del conocimiento*. Santillana.
- Reichheld, F. F. (2003). The one number you need to grow. *Harvard Business Review*, 81(12), 46–54.
- Rogers, E. (2019). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). Free Press
- Saldaña, J. (2021). *The coding manual for qualitative researchers* (4ta ed.). SAGE Publications.
- Seaborn, K., y Fels, D. I. (2015). Gamification in theory and action: A survey. *International Journal of Human-Computer Studies*, 74, 14–31. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2014.09.006>
- Sedronar. (s.f.). *Dimensiones de análisis, regulación estatal y su magnitud en población universitaria argentina*. <https://www.argentina.gob.ar/sedronar>
- Sauro, J. y Lewis, J. R. (2012). *Quantifying the User Experience: Practical Statistics for User Research*. Morgan Kaufmann.
- Schell, J. (2008). *The Art of Game Design: A Book of Lenses*. Elsevier/Morgan Kaufmann.
- Schüll, N. D. (2014). *Trapped in the Machine: Slot Machines and the Fate of Addiction in Las Vegas*. Princeton University Press.

- Schüll, N. D. (2012). *Addiction by design: Machine gambling in Las Vegas*. Princeton University Press.
- Stickdorn, M., Hormess, M. E., Lawrence, A., y Schneider, J. (2018). *This is service design doing: Applying service design thinking in the real world*. O'Reilly Media.
- Vasilachis, I. (2006). *Estrategias de investigación cualitativa*. Gedisa.
- Valenzuela Cuevas, H. (2020). *América Latina: expansión capitalista, conflictos sociales y ecológicos*. Ril editores.
- Von Bertalanffy, L. (1968). *General system theory: Foundations, development, applications*. George Braziller.
- Williams, D. (2011). *Paraísos fiscales y la economía global*. Oxford University Press.
- Zichermann, G., y Cunningham, C. (2011). *Gamification by Design: Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps*. O'Reilly Media.

Bibliografía

- Arnheim, R. (1954). *Art and Visual Perception: A Psychology of the Creative Eye*. University of California Press.
- Abarbanel, B., y Gainsbury, S. (2019). Gambling, online gaming and the social interface: Friend or foe? *Journal of Gambling Issues*, (41): 22-48.
- Bauman, Z. (1998). *Globalization: The Human Consequences*. Columbia University Press.
- Bertin, J. (1983). *Semiology of Graphics: Diagrams, Networks, Maps*. University of Wisconsin Press.
- Brown, T. (2008). Design thinking. *Harvard Business Review*, 86(6), 84–92.
- Carraro, J. M. (2015). *Diseño de experiencia de usuario (UX)*. Autores de Argentina. 1ra. Edición.
- Caillois, R. (1994). *Los juegos y los hombres: La máscara y el vértigo*. Fondo de Cultura Económica.
- Ciudad Autónoma de Buenos Aires. (2000). Ley N.º 538. Régimen regulatorio de los juegos de apuestas en el ámbito de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Boletín Oficial de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 28 de diciembre de 2000.
- Costa, J. (2008). *Diseñar para los ojos*. Grupo Editorial Design.
- Costa, J. (2004). *La imagen corporativa en el siglo XXI*. Editorial Gustavo Gili.
- Dans, E. (2021). *Todo vuelve a cambiar: Cómo la Web3 transformará personas y empresas*. Deusto.
- Deci, E. L., y Ryan, R. M. (2000). The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227–268. https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1104_01
- Dow Schüll, N. (2012). *Addiction by Design: Machine Gambling in Las Vegas*. Princeton University Press.
- Echeverría, J. (1999). *La semiótica en la era digital*. Tecnos.
- Fogg, B. J. (2003). *Persuasive technology: Using computers to change what we think and do*. Morgan Kaufmann.
- Gainsbury, S. M., Blaszczynski, A., y Gallet, T. (2021). *Gaming and gambling industry response to COVID-19*. *Journal of Gambling Studies*, 37(2), 123-140.
- García, R. (2006). *Sistemas complejos. Conceptos, método y fundamentación epistemológica de la investigación interdisciplinaria*. Gedisa.
- Griffiths, M. D., y Parke, A. (2010). *The social impact of internet gambling*. *Social Science Journal*, 47(2), 238-251.

- Haber Guerra, Y. (2017). Medios digitales y transformaciones epistemológicas en la cultura contemporánea. *Comunicación y Sociedad*, 30(2), 87–102.
- Hall, S. (1984). *Notes on deconstructing "the popular"*. In R. Samuel (Ed.), *People's history and socialist theory*. Routledge.
- Huizinga, J. (2007). *Homo ludens*. Alianza Editorial.
- Sedronar. Dimensiones de análisis, regulación estatal y su magnitud en población universitaria argentina
- Kelley, T., y Kelley, D. (2013). *Creative Confidence: Unleashing the Creative Potential Within Us All*. Crown Business.
- López-González, H., y Griffiths, M. D. (2018). Comprendiendo el fenómeno de las apuestas online en España. *Adicciones*, 30(4), 261–268.
- Loyola López, J. (2023). *Impacto del distanciamiento físico en las adicciones: El caso de los casinos en línea*. *Revista de Salud Mental*, 30(2), 145-156.
- Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Paidós.
- Márquez, I., y Tovar, J. (2019). Gamificación y diseño persuasivo en entornos digitales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 1175–1193
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili.
- Martín-Barbero, J. (2003). *La educación desde la comunicación*. Norma.
- Martinez, P. y Durán, P. (2020). *Juego en línea en Argentina*.
- Makarov, D. y Plant, R. (2021). *The growth of online gambling during COVID-19: Risks and benefits*. *Digital Entertainment Journal*, 45(3): 212-229.
- Morin, E. (1990). *Introducción al pensamiento complejo*.
- Nielsen, J. (1993). *Usability Engineering*. Academic Press.
- Norman, D. A. (2004). *Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things*. Basic Books.
- Norman, D. A. (2013). *El diseño de las cosas cotidianas*. Paidós.
- Piscitelli, A. (2009). *Nativos digitales y la nueva economía del conocimiento*. Santillana.
- Piscitelli, A. (2005). *Internet, la imprenta del siglo XXI*. Gedisa.
- Provincia de Buenos Aires. (2019). Ley N.º 15.079. Régimen de regulación y explotación de juegos de azar y apuestas por medios electrónicos, informáticos, telemáticos y/o interactivos. Boletín Oficial de la Provincia de Buenos Aires, 16 de enero de 2019.

Provincia de Buenos Aires. (2019). Decreto N.º 181/2019. Reglamentación de la Ley 15.079 sobre juegos de azar y apuestas online. Boletín Oficial de la Provincia de Buenos Aires, 14 de marzo de 2019.

Rodríguez, L. (2018). Regulación del juego online en Argentina: Desafíos y perspectivas. *Revista Jurídica Argentina*, 12(3), 45–62.

Rogers, E. (2019). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). Free Press.

Scolari, C. A. (2008). Hipermediaciones: Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Gedisa.

Stickdorn, M., Hormess, M. E., Lawrence, A., y Schneider, J. (2018). *This is service design doing: Applying service design thinking in the real world*. O'Reilly Media.

Quórum. (2024). *Jugar con fuego: El impacto de las apuestas online en los jóvenes*. Recuperado el 5 de junio de 2025 de <https://revistaquorum.com.ar/2024/11/08/jugar-con-fuego-el-impacto-de-las-apuestas-online-en-los-jovenes>

Observatorio Argentino de Drogas. (2020). Estudio nacional sobre consumos problemáticos en población universitaria argentina. SEDRONAR.

Research and Markets. (2020). *Global Online Gambling Market Report 2020–2025*. BusinessWire. <https://www.businesswire.com/news/home/20201023005458/en>

Schell, J. (2008). *The Art of Game Design: A Book of Lenses*. Elsevier/Morgan Kaufmann.

Ludwig Von Bertalanffy, L. (1968). *Teoría general de los sistemas*. Fondo de Cultura Económica.

Williams, D. (2011). *Paraísos fiscales y la economía global*. Oxford University Press.